

Panorama Audiovisual Iberoamericano 2013



Con la colaboración de



FIPCA

FEDERACIÓN IBEROAMERICANA DE PRODUCTORES
CINEMATOGRAFICOS Y AUDIOVISUALES

PANORAMA AUDIOVISUAL IBEROAMERICANO 2013



2007 - 2013

Medidas de apoyo a la industria audiovisual europea

FORMACION (inicial y continua)

Gestión empresarial, comercial y legal.
Escritura de guiones.
Utilización de nuevas tecnologías.

DESARROLLO

Proyectos individuales y listas de proyectos.
(Animación, ficción y drama)
Obras Interactivas.
i2i Audiovisual.

DISTRIBUCION

Cine-Esquema automático.
Cine-Esquema selectivo.
Salas de cine.
Difusión televisiva.
Video bajo demanda.
Agentes de ventas.

PROMOCIÓN

Acceso a mercados.
Festivales.

PROYECTOS PILOTO

NUEVAS ACCIONES

Acceso a la Financiación.
Exhibición Digital

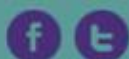
Programa "MEDIA"
755 M. Euros.

2014 - 2020

Propuesta Europa Creativa
Programas Cultura-MEDIA-MEDIA MUNDUS-
Nuevos Instrumentos Financieros. 1.462.724 M Euros.

Oficina de información:

FUNDACIÓN CULTURAL "MEDIA DESK ESPAÑA"
Ciudad de la Imagen
Luis Buñuel, 2-2ºA
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
Tel.: 34 915 12 01 78
Fax: 34 915 12 02 29
E.mail: info@mediadeskspain.eu
<http://www.mediadeskspain.eu>



Panorama Audiovisual Iberoamericano 2013



Con la colaboración de



La elaboración, edición y comentarios de los datos del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2013* han sido realizados por el Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA:

OSCAR BERRENDO PÉREZ
JUAN ANTONIO SERRANO FERNÁNDEZ
ENRIQUE ENCINAS PUEBLA

Y con la importante colaboración y participación de:

FERNANDO LABRADA RUBIO

Nuestro agradecimiento a todos aquellos que han aportado sus experiencias y opiniones a través de sus artículos:

Biern, Carlos (BRB Internacional)
Cerrilla Noriega, Marian (IMCINE)
López León, Antonio Anibal (FIPCA)
Michelin, Gerardo (LatAm Cinema)
Sánchez Sosa, Jorge (IMCINE)
Troncoso Muñoz, Alfredo (Televisa)
Vaca Berdayes, Ricardo (Barlovento Comunicación)

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

Alvarado, Vivian (Colombia)
Arambilet, Luis (República Dominicana)
Brelles, Oscar Carlos (Paraguay)
Gómez, Carlos Manuel (México)
Jiménez, Nelson (República Dominicana)
Martínez, Jesús (Chile)

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

Depósito Legal: M-25233-2013

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

INDICE

PRÓLOGO – Homenaje a Camilo Vives	1
CAPÍTULO 1. Organización y Política Audiovisual en Iberoamérica	7
· Introducción	9
· Organización y política por países	15
ARTÍCULO I – Un retrato hablado del cine latinoamericano	67
CAPÍTULO 2. Producción Cinematográfica en Iberoamérica	75
· Panorama cinematográfico global	77
· Panorama cinematográfico por países	88
ARTÍCULO II – La realidad del sector audiovisual en México	169
CAPÍTULO 3. La producción de ficción en Iberoamérica	179
· Panorama global de la ficción en Iberoamérica	181
· Panorama de la ficción por países	188
ARTÍCULO III – La marcha implacable de la telenovela	277
CAPÍTULO 4. Panorama televisivo y digital en Iberoamérica	285
· Panorama global	287
· Panorama por países	293
ARTÍCULO IV – El camino para los creadores digitales	343
CAPÍTULO 5. La Formación Audiovisual en Iberoamérica	351
· Introducción	355
· Guía sobre la formación audiovisual en Iberoamérica	359
ARTÍCULO V – Mitos y realidades de sociología televisiva	423
CAPÍTULO 6. Modelos Futuros de Negocio. Estrategias recomendadas	431
· La estrategia europea 2020 y las industrias culturales y creativas	435
· Nuevos hábitos de consumo de los usuarios y nuevos consumidores	439
· Contenidos digitales y los nuevos modelos de negocio	443
· La piratería	464
CAPÍTULO 7. Conclusiones	469
Anexo 1	489
Nota metodológica	517
Fuentes y bibliografía	523

HOMENAJE A UN CINEASTA
CAMILO VIVES PALLES

Homenaje a un cineasta Camilo Vives Palles

Por Antonio Aníbal López León



Nació en Ciudad de la Habana, Cuba, en el año 1942. Realizó sus estudios superiores en Economía de Empresas. A los 20 años ingresó en el Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos, ICAIC, donde se vincula a la esfera de la producción cinematográfica; es considerado uno de los fundadores del ICAIC. A partir del año 1970, inicia su carrera como Productor (la que mantuvo de manera ininterrumpida hasta el momento de su deceso) participando en importantes proyectos del Cine Cubano, con numerosos Premios Internacionales.

Entre los más de 130 títulos podemos mencionar:

LUCIA – Director Humberto Solas
LA ULTIMA CENA – Tomás Gutiérrez Alea
FRESA Y CHOCOLATE – Tomás G. Alea
GUANTANAMERA – Tomás G. Alea y Juan C. Tabío
UNA PELEA CUBANA CONTRA LOS DEMONIOS – Tomás G. Alea
NO TENEMOS DERECHO A ESPERAR - Rogelio Paris
USTEDES TIENEN LA PALABRA – Manuel Octavio Gómez
AMOR VERTICAL – Arturo Sotto
LA VIDA ES SILBAR - Fernando Pérez
HACERSE EL SUECO – Daniel Díaz Torres
UN PARAISO BAJO LAS ESTRELLAS - Gerardo Chijona
LISTA DE ESPERA – Juan Carlos Tabío
NADA – Juan Carlos Cremata
SUITE HABANA – Fernando Pérez
3 VECES 2 - Pavel Giroud, Lester Hamlet, Esteban Garcia Insaustí
HABANA BLUES - Benito Zambrano
PAGINAS DEL DIARIO DE MAURICIO - Manuel Pérez
SERIE DOCUMENTAL “CUBA, CAMINOS DE REVOLUCIÓN”

LA EDAD DE LA PESETA - Pavel Giroud
EL CUERNO DE LA ABUNDANCIA - Juan Carlos Tabío
LISANKA - Daniel Díaz Torres
JOSÉ MARTÍ, EL OJO DEL CANARIO - Fernando Pérez

Contribuyó igualmente de manera decisiva al desarrollo de co-producciones con Latinoamérica y España, participando por más de 25 años en al menos cuatro largometrajes latinoamericanos, cada año. Participó en la producción de varias películas españolas de directores como Manuel Gutiérrez Aragón, Fernando Trueba, Gerardo Herrero, Benito Zambrano, Manuel Martín Cuenca, por solo mencionar algunos.



Desde el año 1974 dirigió la Producción de ficción del ICAIC, y desde el año 2001 la Productora Internacional ICAIC. Impartió conferencias y talleres referidos a la industria del Cine Cubano y la organización de su producción y desarrollo.

Fue Jurado de distintos festivales internacionales (Huelva-España, San Sebastián, Lima-Perú, Habana, entre otros), Profesor Titular del Instituto Superior de Arte de la Universidad de la Habana y miembro del Internacional Quorum of Films and Video Producers. Ha sido, sin duda alguna, el productor cubano de mayor reconocimiento a nivel internacional.

Fungió como Presidente de la Federación Iberoamericana de Productores Cinematográficos y Audiovisuales, FIPCA, por más de diez años.

Recibió en el XI Festival de Cine de Lima, Perú, el Trofeo Spóndylus que cada año otorga este festival a personalidades que por su desempeño enriquecen y colaboran en favor del Cine Latinoamericano.

El nombre de Camilo Vives quedará por siempre ligado a la historia del cine cubano y latinoamericano pues bajo su tutela como productor vieron la luz joyas de nuestra cinematografía.

**“Su deceso, ocurrido el pasado 11 de marzo,
 es una gran pérdida para la cinematografía iberoamericana”.**



QsQ Quién

Quién es Quién en
el Audiovisual Iberoamericano

QSQUIEN es el portal que te permitirá estar en contacto permanente con todo el sector audiovisual iberoamericano, en beneficio de tus proyectos



Entra en www.qsquien.com y descubre la mayor Red Iberoamericana de contactos del Mundo Audiovisual

CAPITULO I

ORGANIZACIÓN Y POLÍTICA AUDIOVISUAL EN IBEROAMÉRICA

Introducción

Se analiza en este informe la Organización y la Política Audiovisual en Iberoamérica.

Los 22 países analizados son los siguientes: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, Republica Dominicana, Uruguay y Venezuela.

La estructura de la información en cada país es la siguiente:

1. Datos generales

(Datos macro económicos del sector audiovisual)

2. Legislación Orgánica Audiovisual

(Ley del cine/ Propiedad Intelectual...)

3. Organismos Públicos y Funciones

(Instituciones oficiales)

4. Políticas Activas Audiovisuales

(En este apartado se incluyen cinco secciones: Fondos de apoyo, Formación, Fimotecas, Film Commissions y Festivales)

Como resumen de este informe se adelantan las siguientes conclusiones.

1.- La falta de datos económicos y de referencia del sector audiovisual es la mayor debilidad que aparece en el conjunto de los 22 países. Solo 11 de ellos ofrecen datos sobre la actividad cinematográfica y son los siguientes: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, Perú, Portugal, Uruguay y Venezuela. El resto no tienen datos o la dimensión del sector es tan pequeño que resultan insignificantes.

2.- Con relación a la Legislación Audiovisual hay que resaltar que la mayoría de los 22 países tienen leyes ad hoc. Tres países están en proceso de estudio de una Ley del Cine / Audiovisual: Costa Rica, Guatemala y Paraguay. De El Salvador y Honduras no se conocen planes en ese sentido.

3.- Con relación a los Organismos dedicados a la promoción del sector audiovisual se repite el estado señalado en el punto anterior.

4.- Con relación a las políticas activas de apoyo se puede señalar:

- Todos los países con Legislación, disponen de Fondos específicos.
- Todos los países analizados – los 22 - tienen centros de formación que imparten materias relacionadas con el sector audiovisual con un total de 641 instituciones que imparten estudios de Comunicación, generando un total de 1.060 Licenciaturas o Grados y 220 Magister/ Mestrados/MBA relacionados de forma directa con las temáticas del sector Audiovisual.
- Se han identificado Filmotecas o Cinematecas en un total de 18 países, En Panamá y Paraguay hay proyecto de constituirla y de El Salvador y Honduras no se tienen noticias.
- Se han identificado Film Commission o Comisiones Fílmicas en 14 países. Los países que no cuentan con este organismo de promoción son: Bolivia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, y Paraguay.
- Los 22 países analizados, tienen al menos un Festival de Cine.

El siguiente cuadro nos muestra en resumen lo expresado anteriormente:

	Datos Mercado	Legislación AV	Instituciones	Fondos Financiación	Formación	Filmotecas	Film Commission	Festivales
Argentina	si	si	si	si	si	si	si	si
Bolivia	no	si	si	si	si	si	no	si
Brasil	si	si	si	si	si	si	si	si
Chile	si	si	si	si	si	si	si	si
Colombia	si	si	si	si	si	si	si	si
Costa Rica	no	no*	si	no*	si	si	no	si
Cuba	no	si	si	no	si	si	no	si
Ecuador	si	si	si	si	si	si	no	si
El Salvador	no	no	no	no	si	no	no	si
España	si	si	si	si	si	si	si	si
Guatemala	no	no*	no*	no*	si	si	no	si
Honduras	no	no	no	no	si	no	no	si
Mexico	si	si	si	si	si	si	si	si
Nicaragua	no	si	si	si	si	si	si	si
Panamá	no	si	si	no	si	no*	si	si
Paraguay	no	no*	no*	no*	si	no*	no	si
Perú	si	si	si	si	si	si	si	si
Portugal	si	si	si	si	si	si	si	si
Puerto Rico	no	si	si	si	si	si	si	si
Rep Dominicana	no	si	si	si	si	si	si	si
Uruguay	si	si	si	si	si	si	si	si
Venezuela	si	si	si	si	si	si	si	si

* en proyecto

INSTITUCIONES POR ZONAS GEOGRAFICAS



 Existen instituciones  En proyecto  No disponen de instituciones

FONDOS DE FINANCIACION POR ZONAS GEOGRAFICAS INSTITUCIONES POR ZONAS GEOGRAFICAS



 Existen fondos de financiación  En proyecto  No disponen de fondos de financiación

FILMOTECAS POR ZONAS GEOGRAFICAS



 Existen fílmotecas  En proyecto  No disponen de fílmotecas

FILM COMMISSION POR ZONAS GEOGRAFICAS



 Existen Film Commission  En proyecto  No disponen de Film Commission



ARGENTINA

1.- Datos Generales

Moneda	Peso Argentino
Población	40,1M
PIB 2010	US\$ 435.180M

Las 10 películas más vistas del 2012

1. La era de hielo 4 (4.495.422 espectadores)
2. Madagascar 3 (2.856.730)
3. Los vengadores (2.675.356)
4. Batman: el caballero de la noche asciende (1.807.051)
5. Valiente (1.692.256)
6. El sorprendente Hombre Araña (1.188.035)
7. Amanecer, parte 2 (1.117.726)
8. Dos más dos (998.368)
9. Búsqueda implacable 2 (885.983)
10. Furia de titanes 2 (771.581)

2.- Legislación Orgánica Audiovisual

Ley N° 11.723 del 28 de septiembre de 1933 - Régimen Legal de la Propiedad Intelectual

Ley 25.119 de Creación de la Cinemateca Argentina y Archivo de la Imagen (CINAIN) de 1999

Decreto de 30 de Agosto de 2010 por el que se reglamenta la Ley de Creación de la Cinemateca Argentina y Archivo de la Imagen (CINAIN)

Ley de Fomento de la Actividad Cinematográfica Nacional N. 17.741 de 2001.

Decreto 989 de 2 de Agosto de 2004

Decreto 882 de 10 de Julio de 2007

Decreto 1938 de 2008 estableciendo el nuevo tope máximo de subsidios a conceder a los largometrajes.

Régimen de Otorgamiento de Créditos para la producción de obras cinematográficas y de créditos industriales 8 de Septiembre de 2011

Resolución de Otorgamiento y abono de subsidios por otros medios de exhibición de 8 de Septiembre de 2011

Resolución de Coste medio de película nacional de 8 de Septiembre de 2011

Resolución 1054/2010 para la creación del Registro de Asociaciones Profesionales

Convenio entre Argentores e INCAA

3.- Organismos Públicos y Funciones



INCAA, Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales

El INCAA tiene a su cargo el fomento y la regulación cinematográfica en todo el territorio de la Republica Argentina y en el exterior en cuanto a la cinematografía nacional. Su dependencia orgánica es de la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación.



Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de la Argentina.

El 29 de Junio de 2004 se reunieron, en una sala del Teatro Maipo, 82 personalidades de las distintas ramas del quehacer cinematográfico y constituyen la Academia de las Artes y Ciencias Cinematográficas de la Argentina. En la actualidad la Academia está conformada por 240 Miembros entre los que se encuentran los artistas, técnicos y profesionales más destacados de la cinematografía argentina

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

FONDO DE FOMENTO CINEMATOGRAFICO

El INCAA gestiona el Fondo de Fomento Cinematográfico que otorga subsidios y créditos. El Fondo se alimenta:

- 10% del precio de las estradas en salas.
- 10% del precio de venta de videogramas
- 25% de lo recaudado por los gravámenes a los canales de Tv por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual
- Otros recursos derivados de operaciones del propio Fondo.

Formación:

En Argentina se identifican 90 Centros Universitarios, Universidades Públicas y Privadas. De ellas 56 tiene algún tipo de carrera de Grado o Licenciatura y Maestría relacionados con la Comunicación. Las 56 Universidades ofrecen:

- 95 titulaciones en Comunicación (Social, Audiovisual, Periodismo, Publicidad)
- 31 titulaciones específicas en Cine / Televisión
- 11 titulaciones relacionadas con los Nuevos medios y el Nuevo modelo.
- 11 Maestrías fundamentalmente en temas de Comunicación.

Por su relevancia destacan:

Universidad del Cine. Buenos Aires. Argentina

La Universidad del Cine (también conocida como Fundación Universidad del Cine o FUC) es una Universidad privada argentina ubicada en Buenos Aires. Fue fundada en 1991. Con estudios que duran tres años y medio ofrecen las 8 especialidades siguientes: Dirección Cinematográfica,

Guión Cinematográfico, Iluminación y Cámara, Estenografía y Vestuario, Compaginación Cinematográfica, Producción, Historia, Teoría y Crítica Cinematográfica, y Cine de Animación y Multimedia. Además de lo anterior, a través de la Facultad de Comunicación, ofrece estudios de Artes Visuales, Diseño Gráfico y Procesos educativos. Ofrece también un Master en Cine Documental.

El Rector de UCINE es Manuel Antin.

Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica, ENERC. Buenos Aires. Argentina

La Escuela, que depende del INCAA (Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales), se creó en 1965 y celebró la obtención (mediante Resolución N° 236/11 del Ministerio de Educación) del reconocimiento oficial a los títulos de formación que otorga. El Rector de ENERC es Pablo Rovito.

Los egresados reciben un título de validez nacional en cada una de las 7 especialidades que aquí se especifican y todas ellas tienen una duración de 3 años:

- Realizador/a Cinematográfico/a.
- Guionista Cinematográfico.
- Productor/a Cinematográfico/a.
- Director/a de Fotografía.
- Director/a de Montaje.
- Director/a de Sonido.
- Director de Arte Cinematográfico.

Filmotecas:

Cinemateca Argentina y Archivo de la Imagen (CINAIN).

La presidente Cristina Kirchner firmó el 30 de Agosto de 2010 el decreto que reglamenta la Ley de Creación de la Cinemateca Argentina y Archivo de la Imagen (CINAIN), a fin de conservar y archivar la producción cinematográfica nacional.

Se trata de la Ley 25.119 que fue promulgada en 1999 pero no reglamentada y que permite que, en su condición de patrimonio cultural, la producción de cine argentino sea preservada. Bajo la órbita de la Secretaría de Cultura de la Nación, la Cinemateca y Archivo de la Imagen Nacional, "cuidará el cine nacional y también lo más destacado de la producción internacional que, a través de las pantallas, también pasó a ser parte de nuestro imaginario", señala el decreto.

Film Commission:

Argentina Film Commission (Comisión Argentina de Filmaciones).

La Argentina Film Commission está integrada en el INCAA y funciona dentro de su Gerencia de Acción Federal. Tiene como objetivo promover y asistir a los rodajes nacionales y extranjeros en todo el territorio de la Republica. Existen Comisiones en 23 ciudades.

Festivales:



Festival Internacional de Cine de Mar del Plata. (16 al 24 de Noviembre de 2013).

<http://www.mardelplatafilmfest.com>

28 Ediciones, Celebrado en Buenos Aires.



Pantalla Pinamar - Encuentro Cinematográfico Argentino - Europeo (8 al 15 de Marzo de 2014)

<http://www.incaa.gov.ar/pantallapinamar/>

9 Ediciones. Celebrado en Buenos Aires. Las secciones especiales de este año estarán dedicados al cine de Bélgica ("Producción Belga: Tanto para Descubrir"), al noruego ("Últimas Imágenes de la Creatividad Noruega") y al de la ESCAC, Escuela Superior de Cine y Audiovisual de Cataluña ("Catalán, y de Alta Escuela").



Festival Internacional de Animación de Córdoba. (10-12 de Octubre 2013)

<http://www.animafestival.com.ar/>

7 Ediciones. Celebrado en Córdoba (Argentina). Está dedicado a explorar la relación entre la animación y las otras artes.



BOLIVIA

1.- Datos Generales

Moneda	Boliviano
Población	10,5M
PIB	US\$ 23.880M

2.- Legislación Orgánica Audiovisual

Ley 1302 del Cine de 20 de Diciembre de 1991

En el artículo 5 se definen las funciones del Consejo Nacional del Cine.(Conacine) dependiente del Ministerio de Educación y Culturas.

Ley 1322 de 13 de Abril de 1992, de Derechos de Autor

Existen iniciativas en marcha para la modificación de la Ley 1302.

3.- Organismos Públicos y Funciones



Consejo Nacional de Cine (CONACINE)

Conacine administra el Fondo de Fomento Cinematográfico (FFC). Los recursos de este Fondo serán otorgados a los usuarios en condiciones de préstamo de fomento como adelanto sobre taquilla. (Artículo 17 de la Ley)

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

Fondo de Fomento Cinematográfico (FFC)

Por determinación de la Ley de Cine se crea el Fondo de Fomento Cinematográfico (FFC), un fondo rotativo de préstamos, destinado a incentivar la producción de corto y largometrajes en diferentes soportes, según procedimientos establecidos por la Ley del Cine, el Reglamento del Fondo de Fomento Cinematográfico y las Normas Básicas que rigen al Estado

El FFC según el artículo 15 de la Ley del Cine, se dota de:

- a) Una partida consignada en la Ley Financial de 1992, destinada a cubrir parte de las necesidades de arranque del Fondo de Fomento Cinematográfico.
- b) Donaciones y contribuciones de organismos e instituciones nacionales e internacionales.

El FFC ha estado bloqueado durante años por las deudas contraídas por los productores con el Estado boliviano.

Filmoteca:

Fundación Cinemateca Boliviana

Creada el 12 de julio de 1976, la Fundación Cinemateca Boliviana contribuyó a la elaboración de diversas leyes relativas al ámbito cinematográfico, como la ley de derechos de autor, la ley de depósito legal y principalmente la ley del cine.

Film Commission:

No consta como tal.

Festivales:



Festival Internacional de Cine Digital FENAVID. Santa Cruz de la Sierra. (7 – 13 de Octubre de 2013)

<http://fenavidinternacional.com/>

12 Ediciones. Celebrado en Santa Cruz de la Sierra. Promueve el desarrollo de la producción Audiovisual en Bolivia y Latinoamérica.



BRASIL

1.- Datos Generales

Moneda	Real
Población	204M
PIB 2011	US\$ 2B 517.930M

Top 5 del cine Brasileño en 2012:

1. Até que a Sorte nos Separe. 3.322.561 espectadores
2. E Aí, Comeu?. 2.576.213 espectadores
3. Os Penetras. 2.228.318 espectadores
4. Gonzaga - de Pai pra Filho. 1.457.988 espectadores
5. De Pernas pro Ar 2. 1.058.421 espectadores

2.- Legislación Orgánica Audiovisual

Ley 8. 313 del Programa Nacional de Apoyo a la Cultura (Pronac) de 23 de Diciembre de 1991. Crea el PRONAC y el Fondo Nacional de la Cultura (FNC) y los Fondos de Inversión Cultural y Artístico (FICART) con ventajas fiscales.

Ley 8.685 de Mecanismos de Fomento de las actividades audiovisuales de 20 de Julio de 1993.

Medida Provisoria por la que se crea Ancine y otros programas de apoyo de 10 de Septiembre de 2001. Crea en su artículo 3º el Consejo Superior del Cine en el ámbito de la Presidencia de la Republica. También se crea la Condecine, Contribución (tasa) para el Desarrollo de la Industria cinematográfica nacional.

Ley de Direito Autoral, N° 9.610 de 19 de Febrero de 1998

3.- Organismos Públicos y Funciones



ANCINE, Agencia Nacional del Cine. Es la Agencia reguladora que tiene como atribuciones el fomento, regulación y fiscalización del mercado del cine y el audiovisual en Brasil. Está integrado en el Ministerio de Cultura con autonomía administrativa y financiera. Ancine tiene como fin contribuir al desarrollo de la industria cinematográfica brasileña.

El Director / Presidente de Ancine es Manoel Rangel.

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional- FUNCINES.

Estos fondos deben ser administrados por entidades financieras autorizadas por el Banco Central de Brasil. Los beneficios fiscales se extienden a las canales de Tv que coproducen con productoras independientes brasileñas acogiéndose a los beneficios fiscales de Condecine.

Programa Especial de Fomento. PEF. Pretende articular la industria apoyando proyectos de integración y colaboración empresarial. El programa se alimenta de inversiones que encuentran un alto beneficio fiscal.

Premio Adicional de Renda (PAR). Se trata de un mecanismo que premia a productores, distribuidores y exhibidores el éxito de público en el mercado pero que debe ser reinvertido en otros proyectos.

Fundo Sectorial do Audiovisual (FSA) es un fondo destinado al desarrollo de toda la cadena productiva de la actividad audiovisual

Formación:

En Brasil se han identificado 178 instituciones de carácter universitario, de las que 123 están relacionadas con el sector audiovisual con el siguiente desglose:

- 204 Grados/Licenciaturas en Comunicación (Social, Audiovisual, Periodismo, Publicidad, etc.),
- 36 Grados/Licenciaturas en Cine / TV
- 16 Grados/Licenciaturas en Nuevos medios.
- 30 Mestrados y 9 MBAs, 27 de los cuales están relacionados con la Comunicación.

Filmoteca:

Cinemateca Brasileira.

La Cinemateca Brasileira surgió a partir de la creación del Clube de Cinema de São Paulo, en 1940. En 1984, la Cinemateca fue incorporada al gobierno federal como un órgano del Ministerio de Educação e Cultura (MEC) y hoy está adscrita a la Secretaria do Audiovisual

Film Commission:

Film Rio / Rio Film Commission (FRRFC)

Filme Rio - Rio Film Commission (FRRFC) fue creada en 2009 por un acuerdo entre la Secretaria de Estado de Cultura y Rio Film con el objetivo de atraer producciones audiovisuales de cualquier tipo al Estado y a la ciudad de Rio de Janeiro. El responsable de FRRFC es Steve Solot.

Festivales:



Anima Mundi - Festival Internacional de Animação do Brasil
(Rio de Janeiro 2 – 11 de Agosto de 2013; Sao Paulo 14 – 18 de agosto de 2013)

<http://www.animamundi.com.br/>

21 Ediciones. Celebrado en Río de Janeiro. Propone informar, formar, educar y entretener utilizando las infinitas posibilidades del lenguaje de la animación.



Festival Internacional de Cine de Río de Janeiro (Septiembre – Octubre de 2013)

<http://www.festivaldoriorio.com.br/>

14 Ediciones. Celebrado en Río de Janeiro.



Muestra Internacional de Cine de Sao Paulo (18 a 31 de Octubre de 2013)

<http://mostra.org/>

36 Ediciones. Celebrado en Sao Paulo. Trata de mostrar películas clásicas.



Festival de Cinema Latino-Americano de São Paulo (12 a 19 de Julio de 2013)

7 Ediciones. Celebrado en Sao Paulo

El Festival de Cinema Latino-Americano de São Paulo tiene por objetivo discutir la singularidad estética de las cinematografías de esta región. Es una realización del Memorial da América Latina, de la Secretaría de Enseñanza Superior de São Paulo y de la Secretaría de Cultura del Estado, con apoyo en la Cinemateca Brasileña, TVE - Televisión Española, Consulado General de México en São Paulo y Archivo Nacional. La organización corresponde a la Associação do Audiovisual.



CHILE

1.- Datos Generales

Moneda	Peso Chileno
Población	17,5M
PIB 2011	US\$ 243.050M

Top 5 del cine chileno en 2012:

1. Stefan v/s Kramer. 2.088.375 espectadores
2. No. 211.958 espectadores
3. Paseo de oficina. 71.415 espectadores
4. Caleuche: El llamado del mar. 62.620 espectadores

5. Joven y alocada. 38.394 espectadores

2.- Legislación Orgánica Audiovisual

El 10 de noviembre de 2004 fue publicada la Ley N° 19.981, de fomento audiovisual, también conocida como “Ley del Cine”, mediante la cual el Estado “apoya, promueve y fomenta la creación y producción audiovisual”.

Ley N° 19.891, que crea el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y el Fondo de Desarrollo Cultural y las Artes, publicada en el Diario Oficial de fecha 23 de agosto de 2003.

Ley N° 18.383, que crea el Consejo Nacional de Televisión, publicada en el Diario Oficial de fecha 30 de Septiembre de 1989.

Ley N° 17.336, sobre Propiedad Intelectual, de 2 de octubre de 1970

Fondo de Fomento

3.- Organismos Públicos y Funciones



Consejo del Arte y la Industria Audiovisual (CAIA).

CAIA es un organismo sectorial amparado en el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, creado a partir de la promulgación de la ley 19.981 de Fomento Audiovisual. Su objetivo es el desarrollo, fomento, difusión, protección y preservación de las obras audiovisuales nacionales y de la industria audiovisual, así como la investigación y el desarrollo de nuevos lenguajes audiovisuales. Este Consejo cuenta con el Fondo de Fomento Audiovisual, destinado al financiamiento de proyectos, programas, actividades y acciones de fomento de la actividad audiovisual nacional, mediante concursos públicos, licitaciones, asignaciones directas y la entrega de premios anuales



Consejo Nacional de TV

El Consejo Nacional de Televisión es el organismo que debe velar por el correcto funcionamiento de la televisión chilena a través de políticas institucionales que tiendan a orientar, estimular y regular la actividad de los actores involucrados en el fenómeno televisivo, en sintonía con los cambios tecnológicos y socio-culturales, en un contexto de creciente internacionalización.

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

1. Fondo de Fomento Audiovisual (FFA). El FFA fue creado por el Consejo Nacional de la Cultura y de las Artes (CNCA). Este último a través de un Secretario Ejecutivo administra el FFA. El Fondo es reembolsable hasta el 50% de la ayuda cuando hay beneficiarios.

2. Fondos concursables para televisión, de la ley que crea el Consejo Nacional de Televisión. El CNTV administra el llamado Fondo CNTV o Fondo de Fomento de la Calidad. Tiene 13 categorías de programas de TV que pueden ser apoyados. Se trata de fondos NO reembolsables.

3. Programa de Fomento al Cine y a la Industria Audiovisual de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO). Corfo administra el programa, cuyos fondos son NO reembolsables, tiene tres destinos claramente diferenciados:

- a. Desarrollo de proyectos de ficción para televisión
- b. Desarrollo de proyectos audiovisuales incluidos los cinematográficos
- c. Distribución Audiovisual

4. Fondo de la Dirección de Asuntos Culturales (M° de RR EE de Chile), DIRAC. El apoyo de DIRAC se concreta en apoyar la presencia de las películas chilenas en Festivales u otros espacios dedicados a promoción del cine alrededor del mundo. Se trata de un fondo NO retornable.

Formación:

En Chile están identificadas 61 Universidades de las que 28 ofrecen licenciaturas en comunicación o relacionadas, con la siguiente distribución:

- 41 titulaciones en Comunicación (Social, Audiovisual, Periodismo, Publicidad),
- 9 titulaciones específicas en Cine/TV
- 4 titulaciones en Nuevos medios.
- Se identifican 15 Master.

Dos entidades imparten la Licenciatura en Cine: La Universidad de Artes, Ciencias y Comunicación (UNIACC), Universidad privada no acreditada, y la Escuela de Cine de la Universidad de Arte y Ciencias Sociales, ARCIS.

Filmotecas:

Filmoteca Valparaíso. Fundación Valparaíso. www.fundacionvalparaiso.org

Los objetivos que se plantea esta iniciativa de contenido fuertemente patrimonial son establecer un inventario de obras cinematográficas de cualquier tipo, formato y edad realizadas en la región de Valparaíso. Dentro de las tareas específicas de la Filmoteca Valparaíso está el mantener contactos e intercambios con otras cinematecas internacionales. El director es Richard Montecinos.

Cineteca Nacional de Chile. www.ccplm.cl

La Cineteca Nacional de Chile es un archivo histórico audiovisual de carácter general que salvaguarda, conserva, investiga y difunde el patrimonio cinematográfico y audiovisual del país, y que tiene como misión conservar la memoria audiovisual y promover su conocimiento. Con el objetivo de difundir su archivo, así como colaborar con el desarrollo de la actividad audiovisual la Cineteca Nacional exhibe diariamente una completa programación en la Sala de Cine y en el Microcine del Centro Cultural Palacio La Moneda. La Cineteca Nacional cuenta, además, con la llamada Mediateca, un espacio de consulta especializada en material bibliográfico y audiovisual en torno al cine. La Cineteca Nacional fue inaugurada el 7 de marzo de 2006, por iniciativa del Gobierno de Chile, a través del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, formando parte de la Fundación Centro Cultural Palacio la Moneda en el centro de Santiago.

En la zona de Nuñoa – en Santiago – se encuentran las bóvedas climatizadas, laboratorios, mediateca, archivos y oficinas administrativas de la Cineteca Nacional.

Film Commission:

Chile Film Commission. www.filmcommissionchile.org

La Film Commission Chile (FCCH) es una entidad pública y sin fines de lucro que depende del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, respaldada por la oficina de comercio nacional ProChile. La Film Commission Chile es una oficina especializada que busca promover Chile como un destino

de producción audiovisual internacional, aumentando el impacto económico de la industria en la región y ofreciendo liderazgo y coordinación nacional entre organismos gubernamentales, proveedores de servicios, empresas y otros de la industria audiovisual chilena. La directora de FCCH es Joyce Zylberberg.

Festivales:



1. Festival de Internacional de Cine de Valdivia (FICVALDIVIA) (7 – 13 de Octubre 2013)

www.ficvaldivia.cl

20 Ediciones. Celebrado en Valdivia. Prepara una edición especial, que incluye la revisión de las diez películas latinoamericanas consideradas esenciales de los últimos 20 años.



Festival Internacional de Cine de Valparaíso (21 – 27 de Julio de 2013)

13 Ediciones. Celebrado en Valparaíso. Los últimos años se ha enfocado en rescatar el archivo fílmico de su país, Chile, y del resto del mundo, identificándose como un festival único en su categoría y de gran calidad, llegando a ser en su corto tiempo de existencia, uno de los festivales más importantes del país.



Festival Internacional de Cine de Viña del Mar (Nov - Dic de 2013)

<http://t.cinevina.cl/>

25 Ediciones. Celebrado en Viña del Mar.



FIDOCs Chile - Festival Internacional de Documentales de Santiago (24-30 Junio de 2013)

<http://www.fidocs.cl/>



17 Ediciones. Celebrado en Santiago de Chile. Presenta una Competencia Nacional (de directores chilenos) y una Competencia Latinoamericana (de directores latinoamericanos).



COLOMBIA

1.- Datos Generales

Moneda	Peso Colombiano
Población	46,5M
PIB	US\$ 321.460M

Cine colombiano, Top 5 en 2012

1. La cara oculta. 614.000 espectadores
2. Mi gente linda, mi gente bella. 613.551 espectadores
3. Cartel de los sapos. 446.300 espectadores
4. Sanandresito. 302.800 espectadores
5. El paseo 2. 291.858 espectadores

2.- Legislación Orgánica Audiovisual

Ley 23 de 1982 sobre Derechos de Autor y posteriores modificaciones.

Ley del Cine. Ley 814 de 2003.

Decreto 352 de 2004, por el cual se reglamenta la ley de Cine en aspectos técnicos, y artísticos.

Ley de los actores. Ley No 1403 del 19 de julio de 2010, por la cual se adiciona la ley 23 de 1982, sobre derechos de autor, se establece una remuneración por comunicación pública a los artistas intérpretes o ejecutantes de obras y grabaciones audiovisuales o “Ley Fanny Mikey”.

DECRETO 763 DE 2009, Por el cual se reglamentan parcialmente las leyes 814 de 2003 y 397 de 1997 modificada por medio de la ley 1185 de 2008, en lo correspondiente al Patrimonio Cultural de la Nación de naturaleza material.

Patrimonio de Imágenes en Movimiento; sujeción al decreto 358 de 2000.

Elegibilidad de proyectos en el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico – FDC -.

Exhibición de cortos; duración; reducción de la Cuota para el Desarrollo Cinematográfico; no reducción por mora; reportes a la Dirección de Impuestos Nacionales – DIAN -.

Aprobación de proyectos receptores de inversiones o donaciones con deducción tributaria de la Ley de Cine (ley 814 de 2003); año tributario de aplicación.

Composición Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía – CNACC -.

Porcentaje artístico colombiano en coproducción nacional; no requerimiento de actores para documentales o animaciones. - Inspección del Ministerio de Cultura a servicios y regulaciones de cine.

ACUERDO 007 DE 2006, Por el cual se da cumplimiento al artículo 18 de la ley 814 de 2003 sobre porcentaje mínimo de emisión de Obras Cinematográficas Nacionales por el servicio público de televisión.

Este acuerdo contiene el porcentaje mínimo de obras cinematográficas nacionales que deben transmitir anualmente por tv los concesionarios de espacios, los concesionarios nacionales privados de televisión abierta, los concesionarios privados locales de televisión abierta con ánimo de lucro y los concesionarios públicos nacionales y regionales. - Incentivos y estímulos a la emisión de obras cinematográficas nacionales en tv. - Sanciones.

RESOLUCIÓN NÚMERO 756 DE 2007, Por medio de la cual se establecen los requisitos y el procedimiento para la expedición de la Resolución de Reconocimiento como Proyecto Nacional, los Certificados de Inversión o Donación y para los desembolsos de la entidad fiduciaria.

Se ocupa del reconocimiento de proyectos como nacionales para usar incentivo tributario de la Ley de Cine (ley 814 de 2003); requisitos; aprobación de presupuestos; modificaciones.

Manejo fiduciario de inversiones y donaciones; certificación fiduciaria.

Certificados de Inversión o Donación Cinematográfica para aplicación tributaria: requisitos de expedición; transferencias de títulos valores; información a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales -DIAN-. - Crédito obligatorio sobre Ley de Cine por uso de incentivos tributarios.

Ley 1556 de 9 de Julio de 2012, Ley de Fomento a la Industria Cinematográfica por la cual se fomenta la actividad cinematográfica en Colombia.

3.- Organismos Públicos y Funciones



Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía – CNACC -.

El Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía, CNACC, es el órgano rector del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), creado por la Ley 814 de 2003 o Ley de cine. Tiene representación de diversos sectores y es presidido por el Ministerio de Cultura. El Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía, a través de Proimágenes en Movimiento, (Claudia Triana de Vargas, Directora de Proimágenes en Movimiento) quien ejerce la secretaría técnica y la administración del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), abre convocatorias públicas en varios campos, para promover la cinematografía de manera integral.

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica - PROIMAGENES COLOMBIA.

El Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica o “Proimágenes Colombia” ha establecido una serie de mecanismos de apoyo a la industria tales como: incentivos directos, créditos y premios por taquilla o por participación en festivales según su importancia.

Fondo de Desarrollo Cinematográfico FDC.

Esta entidad otorga estímulos en dos grandes categorías a saber:

1. Estímulos automáticos.
 - a. Promoción de Largometrajes
 - b. Participación en festivales y eventos internacionales cinematográficos.
2. Estímulos por “Concurso”

- a. Convocatoria de formación
- b. Convocatoria de ficción
- c. Convocatoria documental
- d. Convocatoria de animación

Este Fondo financia en forma no reembolsable y cada año, proyectos cinematográficos colombianos en todas sus etapas pasando desde el desarrollo de guiones y proyectos, producción, post-producción, hasta las de promoción distribución y exhibición. La dirección del FDC y la decisión sobre las modalidades, montos, apoyos, selecciones y en general todas aquellas pertinentes al FDC están a cargo del Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía -CNACC- La administración y secretaría técnica de este Fondo está a cargo de Proimágenes Colombia según lo estableció la ley 814

Fondos y Mecanismos de financiación con recursos privados

1. Fondo de capital privado cine Hispanoamericano I. Gestionado por Dynamo Capital SA
2. Incentivos fiscales en materia audiovisual
 - a. Inversiones o donaciones en Proyectos Cinematográficos (deducción en la renta del 125% de la cantidad donada o invertida en cine)
 - b. Beneficios sobre capitalización o reserva de rentas (las capitalizaciones de las empresas del sector tienen una bonificación del 50% en el impuesto de la renta)

Formación:

Se han identificado en Colombia 77 instituciones de carácter universitario, de las que 33 imparten enseñanzas relacionadas con el sector audiovisual. El desglose de titulaciones por áreas es el siguiente:

- 37 licenciaturas / grados se ocupan de temas de Comunicación y sus variedades
- 7 de temas de Cine / TV.
- 4 maestrías en Comunicación y 1 maestría en Fotografía.

Por su relevancia, puede destacarse lo siguiente:

Escuela Nacional de Cine de Colombia (ENACC). www.enacc.co

Existe una Escuela Nacional de Cine de Colombia, (ENACC) de carácter privado que ofrece dos cursos en los que fundamenta su actividad: Curso llamado "Conservatorio en Dirección de Cine" de dos años de duración y otro curso especializado en Animación. Para 2013 se anuncian dos nuevos diplomas: Dirección de Arte y Producción Ejecutiva.

Universidad Nacional de Colombia. www.unal.edu.co

En el marco de la Facultad de Artes, la Universidad Nacional de Colombia tiene una Escuela de Cine y Televisión que ofrece el Grado en Realización de Cine y TV así como dos Maestrías en Comunicación y Fotografía.

Filmoteca:

Fundación Patrimonio Fílmico. www.patrimoniofilmico.org.co

La Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano tiene como principal objetivo la conformación de un archivo nacional audiovisual, para lo cual realiza labores de búsqueda y recuperación, tanto de registros visuales y sonoros, como de los demás elementos que conforman el patrimonio audiovisual colombiano. En consecuencia gestiona la preservación y conservación de estos documentos y el acceso público a los mismos.

En 1984 la Compañía de Fomento Cinematográfico, Focine, convocó un comité asesor para la

recuperación del patrimonio fílmico nacional con el fin de adelantar un proyecto de archivo de imágenes en movimiento. Esta iniciativa trajo como resultado la creación, en 1986, de la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano. Además de Focine y el Instituto Distrital de Cultura y Turismo como representantes del Estado son miembros fundadores Cine Colombia, la Fundación Rómulo Lara y el Cine Club de Colombia. Desde 2001 tiene asiento en la Junta Directiva de la Fundación el Ministerio de Cultura que reemplazó al Ministerio de Comunicaciones que había asumido la representación que correspondía a Focine después de su liquidación en 1992. En 2006 Radio Televisión Nacional de Colombia, RTVC, entró como miembro de la Junta Directiva en desarrollo del proyecto Centro de Conservación de Soportes Audiovisuales.

Film Commission:

PROIMAGENES COLOMBIA tiene encomendado la Comisión Fílmica en Colombia. El objetivo es desarrollar una actividad estratégica de relación comercial en el exterior mediante la promoción de nuestro territorio como destino para la filmación de películas y de su potencial nivel de mercadeo y atracción para productores e inversionistas extranjeros.

Festivales:



Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias (FICCI)
(21 – 27 de Febrero de 2013)

<http://ficcifestival.com/>

53 Ediciones. Celebrado en Cartagena de Indias.



Festival Internacional de Cine de Cali (7 – 11 de Noviembre de 2013)

<http://www.festivaldecinecali.gov.co/>

4 Ediciones. Celebrado en Cali. Desarrolla y realiza un evento cultural, resaltando y conservando la cultura cinematográfica en la ciudad de Santiago de Cali, acompañado de un proceso de formación audiovisual incluyente, con perspectiva de imagen y fortalecimiento turístico, con proyección a nivel nacional e internacional.



Festival de Cine de Bogotá (16 – 24 de Octubre de 2013)

<http://xxix.bogocine.com/>

30 Ediciones. Celebrado en Bogotá. Se especializa en premiar a los nuevos talentos quienes participan en el certamen con sus operas primas, segundas y terceras películas, siendo pionero en mostrar las miradas vanguardistas y frescas sobre cómo hacer cine actualmente.



COSTA RICA

1.- Datos generales

Moneda	Colón Costarricense
Población	4,7 M
PIB	9.665 US\$

2.- Legislación Orgánica Audiovisual:

Existe un Proyecto de Ley de Fomento de la Industria Audiovisual en proceso de tramitación que entró en el Congreso en Octubre de 2012

3.- Organismos Públicos y Funciones

Actualmente existe el Centro Costarricense de Producción Cinematográfica (CCPC) dependiente del Ministerio de Cultura y Juventud. Es conocido como Centro de Cine y, fue creado en 1973 con el nombre de Departamento de Cine del Ministerio de Cultura. Su directora actual es Laura Molina. www.centrodecine.go.cr

Se prevé la creación de Centro de Fomento Audiovisual (CFA) como órgano autónomo del Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ)

Se prevé la creación del Consejo de la Política Audiovisual (CPA), como el órgano de mayor jerarquía del Centro de Fomento Audiovisual (CFA)

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

Se prevé la creación del Fondo de Fomento Audiovisual (FFA), como un instrumento de financiamiento de actividades audiovisuales

Formación:

Se han identificado 48 instituciones educativas en Costa Rica de las que 9 se ocupan de impartir enseñanzas relacionadas con el sector audiovisual. El desglose de titulaciones por áreas es el siguiente:

- 10 licenciaturas / grados se ocupan de temas de Comunicación y sus variantes,
- 2 licenciaturas / grados de temas de Cine / TV
- 2 licenciaturas / grados en los Nuevos medios.
- 1 Maestría en Comunicación.

Filmoteca:

En la década de los 80 se creó el Archivo de Imagen Francisco Monero, promovido y desarrollado desde el Centro de Cine.

Film Commission:

No consta como tal.

Festivales:

Festival Internacional de Cine de Costa Rica. Paz con la Tierra.
(11 - 19 de Octubre de 2013)

<http://www.costaricacinefest.com/index.php/es/>

Celebrado en San José. 5 Ediciones. Busca reconocer y promover las obras cinematográficas y de video que propongan historias de respeto y solidaridad entre los seres humanos, con las distintas formas de vida y con el planeta que habitamos.



Festival Internacional de Cine y Video San José

Celebrado en San José. 19 Ediciones. El festival responde al creciente desarrollo del audiovisual Centroamericano y del Caribe.



CUBA

1.- Datos generales

Moneda	Peso cubano
Población	11,3M
PIB	US\$ 110.800M

2.- Legislación Orgánica Audiovisual:

Ley 169 de creación de ICAIC de 2 de Marzo de 1959

Ley N° 14, Ley del Derecho de Autor de 28 de Diciembre de 1977

3.- Organismos Públicos y Funciones

Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC)
Es una institución de Cuba dedicada a la promoción de la industria cinematográfica que fue creada en 1959, 83 días después del comienzo de la Revolución Cubana.

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

Servicios estatales.

Formación:

Se han identificado 16 Universidades de las que 5 imparten 5 licenciaturas / grado relacionadas con la Comunicación. La institución educativa más relevante es la **Escuela Internacional de Cine y TV (EICTV). San Antonio de los Baños. Cuba.** Miembro CIBA. (www.eictv.org).

Fue fundada el 15 de diciembre de 1986 como filial de la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano (FNCL), y sus creadores -el escritor y periodista colombiano Gabriel García Márquez, el poeta y cineasta argentino Fernando Birri, y el realizador y teórico cubano Julio García Espinosa- buscaban la instauración de una Escuela de Tres Mundos para estudiantes de América Latina, África y Asia.

Gracias al apoyo del gobierno cubano, la Escuela fue inaugurada el 15 de diciembre de 1986. La EICTV se encuentra en San Antonio de los Baños, municipio situado a 30 km. al Sur-suroeste de La Habana

Cada año, la EICTV abre una convocatoria para jóvenes cineastas de América Latina, Asia, África, Europa y el resto del mundo. Con un programa de 3 años, dividido en tres etapas correspondientes a cada año de estudios -Polivalencia, Especialización y Tesis-, el Curso Regular destaca por su alto contenido práctico.

El Curso Regular, que es la actividad fundamental de la Escuela, se complementa con la organización de diversos talleres específicos.

Filmoteca:

Cinemateca Cubana. Fue fundada en Abril de 1960 y su director más emblemático fue Héctor García Mesa. Es una dependencia del ICAIC.

Film Commission:

No consta como tal.

Festivales:**Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano de La Habana (7 – 13 de Diciembre de 2013)**

<http://www.habanafilmfestival.com/>

35 Ediciones. Celebrado en La Habana. El Festival se propone reconocer y difundir las obras cinematográficas que contribuyan, a partir de su significación y de sus valores artísticos, al enriquecimiento y reafirmación de la identidad cultural latinoamericana y caribeña.

El Festival convoca anualmente a los Concursos de Ficción, Documental y Animación, Operas Primas, Guiones Inéditos y Carteles. Además, se organizan encuentros y seminarios sobre diversos temas de interés cultural y, en especial, cinematográfico. Asimismo, el programa del Festival acoge una amplia y representativa muestra de cine contemporáneo proveniente del resto del mundo.



ECUADOR

1.- Datos generales

Moneda	Dólar USA
Población	14,5M
PIB	US\$ 65.310M

2.- Legislación Orgánica Audiovisual

Ley de Fomento del Cine Nacional de 3 de Febrero 2006

Decreto Ejecutivo N 1969 de 18 de Octubre de 2006, mediante el cual se establecen las disposiciones para la creación, producción, distribución, comercialización, exhibición de películas y otras actividades que buscan fortalecer el desarrollo de la industria cinematográfica, atendiendo la integración y fomento de la misma. Con la expedición del reglamento, se inicia el proceso de constitución del Consejo Nacional de Cine.

Para acceder a los beneficios que trae consigo esta Ley, toda película deberá pasar por la calificación del Consejo Nacional de Cinematografía siempre y cuando esta cumpla con los requisitos señalados en el artículo 2 de la Ley de Fomento del Cine Nacional:

Artículo 2: Para hacer efectivos los beneficios contenidos en esta Ley, el Consejo Nacional de Cinematografía deberá emitir la correspondiente calificación de película nacional, a las obras cinematográficas, que siendo producidas por personas naturales o jurídicas con domicilio legal en el Ecuador, reúnan por lo menos dos de las siguientes condiciones:

- a) Que el director sea ciudadano ecuatoriano o extranjero residente en el Ecuador;
- b) Que al menos uno de los guionistas sea de nacionalidad ecuatoriana o extranjero residente en el Ecuador;
- c) Que la temática y objetivos tengan relación con expresiones culturales o históricas del Ecuador;
- d) Ser realizadas con equipos artísticos y técnicos integrados en su mayoría por ciudadanos ecuatorianos o extranjeros domiciliados en el Ecuador; y,
- e) Haberse rodado y procesado en el Ecuador.

Ley de Propiedad Intelectual de 27 de Marzo de 1998

3.- Organismos Públicos y Funciones



Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador - CNCINE

El Consejo Nacional de Cine, (CNCINE) está integrado por cuatro delegados del sector público (Presidencia de la República, Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, Ministerio de Comercio Exterior y Casa de la Cultura Ecuatoriana) y tres delegados de las organizaciones profesionales de cineastas (uno de los directores y guionistas, uno de los productores y uno de los actores y técnicos).

La aprobación del reglamento se produce después de un largo proceso que estuvo liderado por el Colectivo Pro Ley de Cine, en el que unieron esfuerzos Asocine, la Fundación Cero Latitud, la Corporación Cinememoria y Egeda Ecuador, y que ha contado con el compromiso del Ministro de Educación y Cultura, Raúl Vallejo, y del Presidente de la República.

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

Fondo de Fomento al Cine Nacional, apoya la producción de manera reglamentada, ya que hasta el momento, todo tipo de auspicios recibidos por las producciones nacionales que se otorgaban desde las instituciones públicas no estaban sujetos a ninguna reglamentación y se asignaban arbitrariamente. Este Fondo es administrado por CNCINE y se basa en un sistema de subsidio NO reembolsable

FONCULTURA es un fondo administrado por el Consejo Nacional de Cultura, entidad que forma parte del Sistema Institucional de la Cultura Ecuatoriana desde la década de los 80. Este es un mecanismo reembolsable.

Formación:

Se han identificado 59 Universidades de las que 27 imparten alguna especialidad del sector audiovisual. El desglose de titulaciones por áreas es el siguiente:

- 38 licenciaturas / grados se ocupan de temas de Comunicación y sus variedades
- 1 licenciatura en Negocio de la Comunicación
- 1 Maestría en Comunicación y Tecnología Educativa.

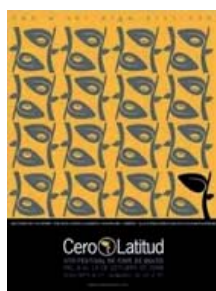
Filmoteca:

Cinematoteca Nacional. Casa de la Cultura Ecuatoriana. (CCE).

La Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión, Institución fundada en 1944, decide, el 28 de diciembre de 1981, fundar la Cinematoteca Nacional del Ecuador y actualmente es el único archivo en el país que preserva las imágenes en movimiento, según Acuerdo Ministerial N. 3765 de 3 de julio de 1989 y Mandato N. 040 de 3 de agosto del mismo año.

Film Commission:

No consta como tal.

Festivales:**Festival de Cine Cero Latitud de Quito** (Diciembre de 2013)

10 Ediciones. Celebrado en Quito. Reúne cada año en Quito, lo más innovador de la reciente producción cinematográfica de la región y del mundo.

**Encuentros de otro Cine (EDOC)**. (9 – 19 de Mayo de 2013)

<http://www.festivaledoc.org/>

12 Ediciones. Celebrado en Quito y Guayaquil. Es un festival internacional de cine documental. Tiene como objetivo promover la libertad de expresión y el desarrollo del cine documental en el Ecuador como medio de expresión artística y como testimonio de la realidad social, política y cultural que vivimos.

**Festival Internacional de Cine de Cuenca** (25 al 31 de Mayo de 2013)

<http://www.ficc.ec/>

11 Ediciones. Celebrado en Cuenca. El Festival Internacional de Cine de Cuenca "FICC", es un proyecto gestado por un grupo de realizadores cuencanos, a través de la Corporación Ecuatoriana de Artes Cinematográficas "CEACINE". Desde el año 2002 se han realizado diez ediciones continuas que han contado con el apoyo institucional de la Municipalidad de Cuenca, Ministerio de Cultura, Ministerio de Educación, Universidad del Azuay, Universidad de Cuenca y Televisión Pública del Ecuador.

**EL SALVADOR****1.- Datos generales**

Moneda	US\$
Población	6,28 M
PIB	3.831 US\$

2.- Legislación Orgánica Audiovisual

Ley de fomento de teatros y cines de 1954

No hay actualmente una Ley del Cine en El Salvador. Diversas Asociaciones profesionales del sector se movilizan para conseguirla

3.- Organismos Públicos y Funciones

No constan.

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

No constan.

Formación:

Se han identificado 25 Universidades y 11 de ellas imparten conocimientos relacionados exclusivamente con la Comunicación con 11 licenciaturas.

Filmoteca:

No constan.

Film Commission:

No constan.

Festivales:



Festival de Cine Documental Ambulante (15 - 23 de Mayo de 2013)

<http://ambulante.com.mx/>

Celebrado en San Salvador. 6 Ediciones. Dedicado a apoyar y difundir el cine documental como una herramienta de transformación cultural y social.



ESPAÑA

1.- Datos generales y Gráficos

Moneda	Euro
Población	46,8 M
PIB	1B 536.480 M

Top 5 del cine español en 2012:

1. Lo imposible. 5.998.706 espectadores
2. Las aventuras de Tadeo Jones. 2.551.615 espectadores
3. Tengo ganas de ti. 1.706.246 espectadores

4. El cuerpo. 895.464 espectadores
5. Ira de titanes. 495.691 espectadores

2.- Legislación Orgánica Audiovisual

LEY 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine.

Real Decreto 2062/2008, de 12 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine.

LEY 23/2006, de 7 de julio, por la que se modifica el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril.

3.- Organismos Públicos y Funciones



Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA). www.mecd.gob.es. Directora General: Susana de la Sierra. El Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) es un organismo autónomo adscrito a la Secretaría de Estado de Cultura que planifica las políticas de apoyo al sector cinematográfico y a la producción audiovisual



Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España. www.academiadecine.com. Presidente: Enrique González Macho.



Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA). www.egeda.com. Presidente: Enrique Cerezo. EGEDA es la entidad de gestión que representa y defiende en España los intereses de los productores audiovisuales, derivados de los derechos que reconoce y protege la vigente Ley de la Propiedad Intelectual (TRLPI de 12 de Abril de 1996). También desarrolla su acción en: Uruguay, Chile, Perú, Ecuador, México, Colombia, República Dominicana y Panamá, entre otros.

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

- Fondo de protección para la producción y promoción de la cinematografía (ICAA)
- Incentivos fiscales: Agrupaciones de Interés Económico (AIE) y Sociedades de Capital Riesgo.
- Sociedad de Garantías Recíprocas. SGR Audiovisual
- Fondos de las Comunidades Autónomas de apoyo a la cinematografía.

Formación:

En España se han identificado 83 Universidades de las que 68 ofrecen titulaciones en el sector audiovisual. El desglose de titulaciones por áreas es el siguiente:

- 126 licenciaturas / grados se ocupan de temas de Comunicación y sus variedades,
- 7 licenciaturas / grados de temas de Cine / TV
- 8 licenciaturas / grados en los Nuevos medios.
- 51 Masters en Comunicación, 40 en Cine / TV y 23 en Medios digitales, constituye la oferta de posgrados (113 Masters y 1 MBA).

Entre las Escuelas de Cinematografía destacan las siguientes instituciones:

Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de la Comunidad de Madrid (ECAM). Madrid. España. www.ecam.es

La Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de la Comunidad de Madrid (ECAM) es una entidad de carácter privado bajo la fórmula legal de fundación cultural. La ECAM, que inició sus actividades en el curso 1995-96, fue creada por la Consejería de Educación y Cultura de la Comunidad de Madrid, la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE), la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España (AACCE) y la Entidad de Gestión de Derechos de Autor de los Productores Audiovisuales (EGEDA), incorporándose posteriormente, Actores Intérpretes Sociedad de Gestión de España (AISGE).

El Plan de Estudios de la ECAM, se estructura en tres cursos, a través de los cuales se ofrece al alumno un plan integral de formación de la especialidad profesional en la que decida matricularse. Las 9 especialidades son las siguientes:

Animación Audiovisual, Dirección, Dirección Artística, Diseño de vestuario, Guión, Fotografía, Montaje, Producción, y Sonido

Escola Superior de Cinema i Audiovisuals de Catalunya (ESCAC). Terrasa. Barcelona. España. www.escac.es

La Escuela de Cine y Audiovisuales de Cataluña (ESCAC) es un centro docente privado, adscrito a la Universidad de Barcelona.

El Grado en Cine y Medios Audiovisuales tiene como objetivo la formación y capacitación profesional en todos los ámbitos de especialización necesarios para la producción audiovisual, enfatizando las clases prácticas y la metodología de trabajo en equipo.

La docencia se organiza en 4 años lectivos, estructurados en 8 semestres. La secuencia curricular ocupa 240 créditos ECTS divididos en dos niveles de formación. El último semestre queda íntegramente reservado a la realización del proyecto de final de grado.

La ESCAC ofrece formación en ocho itinerarios específicos: guión, producción, dirección, dirección de fotografía, dirección artística, montaje, sonido, producción digital y documental.

El área de formación continua de la ESCAC tiene como objetivo continuar formando y especializando a estudiantes que permita complementar sus estudios sobre cine y medios audiovisuales. Esta oferta se concreta en 3 áreas: Postgrados, Másteres y Summer School.

Filmotecas:

Filmoteca Española.

La Filmoteca Española es el archivo histórico que custodia el patrimonio fílmico español. Tiene como misión recuperar, investigar y conservar el patrimonio cinematográfico y promover su conocimiento. Es una Subdirección General del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA). El Cine Doré, en Madrid, es el local en el que se celebran las exhibiciones y actos públicos de la Filmoteca española. www.mcu.es. Director: Jose María Prado.

Filmoteca del IVAC. www.ivac.gva.es

Es la Filmoteca integrada en el Instituto Valenciano de Cinematografía con sede en Valencia. Esta dirigido por Nuria Cidoncha.

Filmoteca de Cataluña. www.filmoteca.cat

La Filmoteca de Cataluña con sede en Barcelona se creó en 1981 y tiene como misión principal la recuperación, la conservación, la investigación y la difusión de las películas y las obras audiovisuales, así como otros materiales de interés para el estudio del cine y el audiovisual en general y del cine catalán en particular. Está integrada en el Departamento de Cultura de la Generalitat de Cataluña.

Su director es Esteve Riambau.

Film Commission:

Spain Film Commission (SFC). www.spainfilmcommission.org

Se trata de una Asociación sin ánimo de lucro, constituida en 2001 que agrupa a la mayoría de las Comisiones Fílmicas existentes en España. Tiene como fin ayudar a la atracción de productores de contenidos audiovisuales con el consiguiente impacto económico y turístico en el territorio español en general y en el territorio de los socios de SFC, en particular. Su sede está en Madrid y su presidente es Carlos Rosado Cobián.

Los miembros de Spain Film Commission son los siguientes:

Andalucía Film Commission. www.andaluciafilm.com

Presidente: Carlos Rosado Cobián.

Barcelona / Cataluña Film Commission. www.bcncatfilmcommission.com

Director: Lluçia Homs

Bilbao Film Commission. www.bific.com

Director: Ernesto del Río.

Cantabria Film Commission. www.cantabriafilmcommission.com

Coordinador: Víctor Lamadrid.

Carmona Film Office. www.turismo.carmona.org

Directora: Paula Moreno.

Castilla La Mancha Film Commission

Coordinador: Antonio Lázaro Cebrián.

Comunitat Valenciana Film Commission. www.ciudaddelaluz.es

Director: José Antonio Escrivá.

Donostia – San Sebastián Film Commission. www.sansebastianfilmcommission.com

Director: Euken Sesé.

Extremadura Film Commission. www.extremadurafc.org

Director: Rubén Gundín.

Galicia Film Commission. www.galiciafc.org

Gran Canaria Film Commission. www.grancanariafilm.com

Directora: Carmen Díaz Medina.

Madrid Film Commission. www.madridfilmcommission.org

Director: Manuel Soria.

Málaga Film Office. www.malagafilmoffice.com

Director: Juan Antonio Vigar.

Murcia Film Office. www.murciafilmoffice.es

Director: José Carlos Cárceles.

Navarra Film Commission. www.navarrafilm.com

Director: Koldo Lasa.

Palma Film Office

Directora: Xisca Febrer.

Salamanca Film Commission. www.salamancafilmcommission.com

Director: Enrique Cantabrana.

Santiago Film Commission. www.compostelafilm.com

Director: Dimas Gonzalez.

Segovia Film Office. www.segoviafilmoffice.com

Directora: Rosa Portillo.

Sevilla Film Office. www.sevilla-film-office.com

Director: Eduardo Corcuera.

Tenerife Film Commission. www.filmtenerife.com

Director: Ricardo Martínez.

Terrasa Film Office. www.parcudiovisual.com

Director Pere Clavería.

Valencia Film Office. www.turisvalencia.es

Director: Jose Manuel Camarero.

Vitoria-Gasteiz Film Office. www.vitoria-gasteizfilmcommission.org

Director: Fernando López de Castillo.

Festivales:



Festival Internacional de Cine de San Sebastián. (20 - 28 de Septiembre de 2013)

<http://www.sansebastianfestival.com/>

60 Ediciones. Celebrado en Donostia-San Sebastián. Es el Festival más importante que se celebra en España y el único festival español de Categoría A, a nivel internacional.



Festival de Cine Iberoamericano de Huelva. (16 - 23 de Noviembre de 2013)

<http://www.festicinehuelva.com/>

38 Ediciones. Celebrado en Huelva. Está dedicado al cine iberoamericano.



Festival de Málaga de Cine Español. (20 - 27 de Abril de 2013)

<http://www.festivaldemalaga.com/>

16 Ediciones. Celebrado en Málaga. Su objetivo principal es la difusión y promoción de la cinematografía española y en general de la industria audiovisual de España.



Semana Internacional de Cine de Valladolid (SEMINCI). (19-26 de Octubre 2013)

<http://www.seminci.es/>

58 Ediciones. Celebrado en Valladolid. Ha ido evolucionando desde su creación en 1956 como *Semana de Cine Religioso de Valladolid* realizada durante la Semana Santa, hasta convertirse en uno de los principales festivales de cine internacional de España.



Festival de Cine de Animación de la Comunidad de Madrid. ANIMADRID.

11 Ediciones. Celebrado en Madrid. Además de contar con una sección oficial dividida entre cortometrajes, escuelas de animación y cortinillas (con material de alto nivel compitiendo por los diversos premios) destaca una interesante programación relacionada con las secciones paralelas.



Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña. Sitges. (11-20 de Octubre 2013)

<http://sitgesfilmfestival.com/>

46 Ediciones. Celebrado en Sitges. Está considerado como uno de los más importantes en la especialidad de cine fantástico.



Festival Internacional de Documentales de Madrid. Documentamadrid. (5-12 de mayo 2013)

<http://www.documentamadrid.com/>

10 Ediciones. Celebrado en Madrid. Su especialidad son los documentales.



GUATEMALA

1.- Datos generales

Moneda	Quetzal
Población	15,5 M
PIB	2.632 US\$

2.- Legislación Orgánica Audiovisual

La Ley del Cine está en proceso de elaboración. En 2007 se creó AGACINE, Asociación Guatemalteca del Audiovisual y la Cinematografía, con el fin de promover el desarrollo de la Ley para la industrial del audiovisual y la cinematografía guatemalteca

3.- Organismos Públicos y Funciones

No constan.

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

No constan.

Formación:

Se han identificado 13 Universidades en Guatemala. De ellas 6 imparten materias relacionadas con el sector audiovisual, con el siguiente desglose:

- 8 Licenciaturas en Comunicación.
- 1 Master en Medios de Comunicación.

Filmoteca:

Existe una Cinemateca Universitaria Enrique Torres en la Universidad San Carlos (USAC).

Film Commission:

No constan.

Festivales:

Guatemala participa en la organización del **Festival de Cine Icaro**, de carácter Internacional y Centroamericano



Guatemala participa en la organización del **Festival de Cine Icaro**, de carácter Internacional y Centroamericano. (15 de Mayo - 31 de julio de 2013).

<http://www.festivalicaro.com/>

16 Ediciones. Se ejecuta en cada país por parte del comité organizador local apoyándose de la Cooperación Internacional, de las iniciativas privadas y los estados nacionales.



HONDURAS

1.- Datos generales

Moneda	Lempira
Población	8,04 M
PIB	4.300 US\$

2.- Legislación Orgánica Audiovisual

Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos. de 8 de Diciembre de 1993

Ley de Telecomunicaciones en proceso de revisión en el Parlamento

3.- Organismos Públicos y Funciones

No constan.

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

No constan.

Formación:

De un total de 11 Universidades existentes en Honduras, 4 de ellas ofrecen otras tantas licenciaturas en Comunicación.

Filmoteca:

No constan.

Film Commission:

No constan.

Festivales:



COR3 Festival de Cine en West End, Roatán. (9-13 de Julio de 2013)

<http://www.cor3fest.com/>

2 Ediciones. Celebrado en Roatán. Es un festival de cortometrajes para participantes a nivel centroamericano y abierto también a participantes internacionales.



MEXICO

1.- Datos generales

Moneda	Peso Mexicano
Población	113,5M
PIB	US\$B 185.210M

Top 5 de cine mexicano 2012

1. Colosio, el asesinato. 1.191.000 espectadores
2. Cristiada. 1.179.000 espectadores
3. Suave patria. 1.126.000 espectadores
4. ¡De panzazo! 1.067.000 espectadores
5. Aquí entre nos. 814.000 espectadores

2.- Legislación Orgánica Audiovisual

Decreto Creación de IMCINE publicado en el Diario Oficial de 25 de Marzo de 1983

Estatuto Orgánico de IMCINE publicado en el Diario Oficial el 27 de Mayo de 2008

Reforma al Decreto de Creación del IMCINE publicado en el Diario Oficial de 13 de Febrero de 1989.

Ley Federal de Cinematografía de 24 de Noviembre de 2005, publicada 26 de Enero de 2006

Ley Federal de Derecho de Autor de 24 de Diciembre de 1996 y Reglamento de 22 de Mayo de 1998.

Ley Federal de Radio y TV de 19 de Enero de 1960 incluyendo última reforma de 19 de Junio de 2009.

Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión de 10 de Octubre de 2002

Ley de Filmaciones del Distrito Federal de 17 de Febrero de 2009

Ley de Fomento al Cine Mexicano en el Distrito Federal de 17 de Febrero de 2009

3.- Organismos Públicos y Funciones



Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE)

El Instituto Mexicano de Cinematografía, Imcine, es un organismo público descentralizado que impulsa el desarrollo de la actividad cinematográfica nacional a través del apoyo a la producción, el estímulo a creadores, el fomento industrial y la promoción, distribución, difusión y divulgación del cine mexicano. Se creó el 25 de marzo de 1983.



Academia Mexicana de Ciencias y Artes Cinematográficas (AMACC).

Es una Asociación Civil, fundada en 1946 que promueve la difusión, la investigación la preservación, el desarrollo y la defensa de las Artes y las ciencias Cinematográficas. El Presidente es Juan Antonio de la Riva.

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

Fondos de Financiación de la Cinematografía:

1. **Programa Imcine** de estímulo a creadores, apoyo a cortometrajes y actividades de formación.

2. FIDECINE

El FIDECINE se integra de los siguientes recursos:

1. La aportación inicial que el Gobierno Federal determine.
2. Los recursos que anualmente señale el Presupuesto de Egresos de la Federación.
3. Las aportaciones que efectúen los sectores público, privado y social.
4. Las donaciones de personas físicas y morales.
5. Los productos y rendimientos que generen las inversiones que realice el fiduciario del patrimonio fideicomitido.
6. El producto de los derechos que se generen por cinematografía conforme a la Ley Federal de Derechos.
7. Las sanciones pecuniarias administrativas que se apliquen con motivo de esta Ley.

Los tipos de apoyo que el FIDECINE otorgue, podrán ser vía de los tres siguientes o una combinación de ellos:

- a) Capital de riesgo.
- b) Crédito, Garantías y Crédito Extraordinario.
- c) Estímulos.

1. FOPROCINE

Apoya óperas primas y un cine más autoral y experimental

Los tipos de apoyo que el FOPROCINE otorgue y/o autorice, podrán ser vía:

- a. Capital de riesgo
- b. Créditos;

- c. Garantías,
- d. Promoción, y
- e. Reconocimiento a la eficiencia.

2. FONDO PROAUDIOVISUAL

Promueve la inversión en la industria cinematográfica y audiovisual a través del otorgamiento de apoyos a proyectos nacionales y extranjeros de producción cinematográfica y audiovisual.

3. Estimulo fiscal del Cine (EFICINE)

El artículo 226 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, establece para los contribuyentes que aporten a proyectos de inversión en la producción cinematográfica nacional, un estímulo fiscal consistente en un crédito fiscal a cargo del impuesto sobre la renta o el impuesto al activo de hasta un 10% del impuesto sobre la renta a su cargo en el ejercicio inmediato anterior.

Formación:

Se han identificado 365 instituciones de carácter universitario, de las que 140 imparten estudios relacionados con el sector audiovisual. El desglose de titulaciones por áreas es el siguiente:

- 156 licenciaturas se ocupan de temas de Comunicación y sus variedades
- 6 licenciaturas de temas de Cine / TV y
- 12 licenciaturas en los Nuevos medios.
- 11 Masters en Comunicación, 2 en Cine / TV y 4 en Medios digitales completan la oferta académica en el sector audiovisual.

Entre los centros que imparten formación cinematográfica destacan los siguientes:

Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC) de México. www.elccc.com.mx

El *Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC)* es una institución mexicana de enseñanza de cinematografía, que pertenece al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta). Se fundó en 1975, con el fin de formar profesionales del cine en el área técnica y artística.

La Licenciatura en Cinematografía tiene una duración de cuatro años y medio, divididos en nueve semestres. El plan académico de la Licenciatura consta de un tronco común de tres semestres, que contempla materias destinadas a la enseñanza del lenguaje cinematográfico, la expresión escénica y narrativa, y el documental. Después del tronco común, a partir del cuarto semestre, el alumno puede optar por cursar las siguientes especialidades: Dirección y Cinefotografía.

Cuenta con dos programas de educación complementarios: Curso de Producción Cinematográfica y Audiovisual con 2 años de duración. El Curso de Guión Cinematográfico, también de dos años de duración, forma escritores especialistas en cine y el objetivo principal es realizar un guion con las herramientas básicas que se requiere, analizando dramáticamente las películas y la arquitectura del guión.

Centro Universitario de Estudios Cinematográficos de México. CUEC. www.cuec.unam.mx

CUEC fue fundado en 1963 por parte del Departamento de Actividades Cinematográficas de la Dirección General de Difusión Cultural de la Universidad Autónoma de México (UNAM). Es la Escuela de Cine de la UNAM y la escuela de cine más antigua de América Latina.

Su matrícula actual es de 15 estudiantes por año, escogidos de un promedio de 500 aspirantes que presentan su examen de ingreso anualmente. El plan de estudios se encuentra dividido en dos niveles, el básico y el superior. En el nivel básico el estudiante conoce las diversas áreas que se involucran en la producción cinematográfica para que pueda elegir, posteriormente, entre las dos áreas del nivel superior: la artística conceptual, dirigida a directores, guionistas y productores y la

artístico técnica, dirigida a cinefotógrafos, sonidistas, directores de arte y montajistas. Durante la carrera, un estudiante puede filmar hasta 6 ejercicios fílmicos, de ficción y documental, en formatos que van desde el cine digital hasta 35 mm.

Universidad Cinearte. Escuela de Cine. Puebla. México. www.cine-arte.net

La Carrera en Dirección Cinematográfica cumple un plan de estudios intensivo de cuatro años dividido en tres niveles y las asignaturas están diseñadas para aprender a dar forma a las ideas, apoyado en ejercicios individuales y colectivos. Los dos primeros años se orientan a profundizar en la cultura cinematográfica en todos sus aspectos, el tercero a la especialización y el cuarto año a la profesionalización de la carrera. Se contemplan 8 especialidades que son las siguientes:

- Producción Cinematográfica.
- Dirección de fotografía.
- Escritura de Guión.
- Dirección de Arte.
- Montaje y Edición Digital.
- Efectos Visuales y Digitales.
- Realización Documental.
- Sonido y diseño sonoro.

Filmotecas:

Filmoteca de la Universidad Nacional Autónoma de México. (UNAM). www.filmoteca.unam.mx

La Cineteca Nacional de México abrió sus puertas el 17 de enero de 1974. Se construyó en uno de los Foros de los Estudios Churubusco, y entonces estaba adscrita a la Dirección de Cinematografía de la Secretaría de Gobernación. La conformaban dos salas de proyección abiertas al público (Salón Rojo y Sala Fernando de Fuentes), y tenía además un área de exposiciones periódicas, una hemeroteca-biblioteca especializada, una librería, y bóvedas de seguridad para el almacenamiento de filmes con temperatura y humedad controladas, así como un taller de mantenimiento y reparación de películas. El 24 de marzo de 1982 un incendio destruyó tanto las instalaciones como el material allí custodiado. Las nuevas instalaciones fueron inauguradas el 27 de Enero de 1984. La Directora General es Guadalupe Ferrer Andrade.

Film Commission:

COMEFILM. Commission Filmica Mexicana – Mexican Film Commission. www.comefilm.gob.mx

Comefilm, pone al servicio de productores audiovisuales de México y el mundo, toda la información necesaria para filmar en el país.

Existen Comisiones Fílmicas / Film Commission en:

- Aguascalientes
- Baja California Sur
- Baja California
- Campeche
- Chiapas

Festivales:



Festival Internacional de Cine de Guanajuato. GIFF. (19 - 28 de Julio de 2013)

<http://www.giff.mx/>

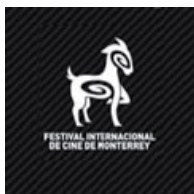
16 Ediciones. Celebrado en Guanajuato. El objetivo del Festival, además de la promoción y difusión del cine de México y el resto del mundo, es consolidar la industria cinematográfica a través de mecanismos que faciliten la producción.



Festival Internacional de Cine de Guadalajara (FICG) (1 - 9 de Marzo de 2013)

<https://www.ficg.mx/>

28 Ediciones. Celebrado en Guadalajara. Presenta un variado y atractivo programa de eventos relacionados con otras disciplinas que tienen al cine como punto de unión. Como cada año, estas actividades paralelas incluyen homenajes a figuras del cine nacional e internacional, presentaciones de libros, y exposiciones de arte y fotografía.



Festival Internacional de Cine de Monterrey. (15 - 25 de Agosto de 2013)

<http://www.monterreyfilmfestival.com/>

8 Ediciones. Celebrado en Monterrey.



Festival Internacional de Cine Documental de la Ciudad de México (DOCSDF) (24 de Octubre – 3 de Noviembre de 2013)

<http://www.doc sdf.org/>

8 Ediciones. Celebrado en la Ciudad de México. Dedicado al cine documental.



Festival Internacional de Cine de Morelia (12 – 20 de Octubre de 2013)

<http://moreliafilmfest.com/>

10 Ediciones. Celebrado en Michoacán. Es un punto de encuentro en México entre los cineastas mexicanos, el público de Michoacán y la comunidad fílmica internacional.



Festival Internacional de Animación de Querétaro. (14-16 de Noviembre 2013)

<http://www.cutoutfest.com/>

4 Ediciones. Celebrado en Querétaro. Está posicionado como uno de los más importantes festivales de México, gracias también a los encuentros y conferencias que acompañan la muestra y a la calidad de los invitados internacionales.



NICARAGUA

1.- Datos generales

Moneda	Córdoba
Población	6,1 M
PIB	3.100 US\$

2.- Legislación Orgánica Audiovisual:

Ley 723 de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales de 20 de Mayo de 2010

3.- Organismos Públicos y Funciones:



Consejo Nicaragüense de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, CONICINE.

Está adscrito al Instituto Nicaragüense de Cultura. Tiene como misión regular la actividad cinematográfica y audiovisual, elaborará las políticas y estrategias en pro del desarrollo de la cinematografía y de las artes audiovisuales nicaragüenses. Entre otras funciones administra el Fondo de Fomento al Cine Nacional;



La Asociación Nicaragüense de Cinematografía (ANCI) constituida el día 7 de Marzo de 1988, es la agrupación gremial de los profesionales de las artes cinematográficas y audiovisuales y cuenta con personalidad jurídica.

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

Fondo de Fomento al Cine Nacional que tiene como fin el fomento y la promoción de la actividad cinematográfica y audiovisual en su conjunto, tales como la creación, realización,

producción, promoción, capacitación y difusión del cine nacional, y a la protección del patrimonio cinematográfico y el Archivo Fílmico.

Formación:

Se han identificado 33 Universidades de las que 5 imparten conocimientos relacionados con la Comunicación con 5 licenciaturas en esta materia.

Filmoteca:

La **Cinematoteca Nacional de Nicaragua**, tiene como objetivos, el rescate, restauración, preservación y difusión del acervo fílmico nacional y mundial. Tiene a su cargo el Archivo Fílmico. También tienen a su cargo llevar el registro de las personas naturales y jurídicas dedicadas a la actividad cinematográfica y audiovisual.

Film Commission:

La **Comisión Fílmica de Nicaragua**. www.filmcomissionnicaragua.gob

Fue creada para promocionar Nicaragua como destino para producciones fílmicas internacionales, comerciales, documentales y/o programas televisivos. Su objetivo es promover la industria de la producción audiovisual nicaragüense, ofreciendo una guía y coordinación nacional entre organismos del estado, proveedores de servicios, empresas y otros de la industria audiovisual en Nicaragua.

Festivales:



Festival de Cine Europeo de Nicaragua. (2 - 31 de Mayo de 2013).

10 Ediciones. Celebrado en Managua. Tiene como objetivos: difundir parte de la idiosincrasia europea (variedad de costumbres, idiomas, etc.) a través de la cultura cinematográfica; propiciar el encuentro de las obras de nuevos creadores con las de figuras consagradas a nivel internacional y finalmente, brindar una opción diferente de cinematografía y otra actividad de recreación cultural a la población nicaragüense.



PANAMA

1.- Datos generales

Moneda	Balboa y US\$
Población	3,4M
PIB	US\$ 30.230M

Largometrajes panameños estrenados en salas comerciales: *Chance*, dirigido por Abner Beniaim. *Los colores de la montaña*, dirigida por Carlos Cesar Arbelaez, coproducción colombiana - panameña, estrenada en Panamá el 23 de Septiembre de 2011.

2.- Legislación Orgánica Audiovisual:

Ley N° 36 de 19 de julio de 2007, publicada en la Gaceta Oficial Digital N° 25841, del 24 de julio de 2007

El 19 de julio del 2007, Panamá hizo por fin realidad su ley de cinematografía. Ese día el presidente de la República, Martín Torrijos Espino, sanciona la Ley de Cine No. 36, que fomenta la industria cinematográfica y audiovisual en el territorio nacional, promueve la protección y la conservación del patrimonio audiovisual panameño y estimula la cultura audiovisual en la población. Estos estímulos se refieren a la producción de obras cinematográficas y audiovisuales panameñas; para los productores y directores de obras de largo, medio y cortometraje que hayan obtenido premios en los festivales cinematográficos internacionales, becas para la formación de profesionales, apoyo para el establecimiento y mejoramiento de las salas de exhibición, proyectos de investigación y la creación de una cinemateca.

Decreto Ejecutivo No 34 de 4 de Mayo de 2009 por el que se reglamenta la Ley No 36.

Ley N° 15 del 8 de agosto de 1994 sobre el Derecho de Autor y Derechos Conexos.

3.- Organismos Públicos y Funciones:



Instituto Nacional de la Cultura.

Le corresponde entre otras funciones la de administrar el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico y Audiovisual Nacional cuyos subsidios y becas no son reembolsables.

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

No constan.

Formación:

Se han identificado 24 instituciones de carácter universitario, de las que 7 imparten formación en el sector audiovisual con el siguiente desglose:

- 7 licenciaturas en Comunicación,
- 2 licenciaturas en producción de Cine/TV
- 1 Master en Dirección y Producción de Radio, Cine y TV.

Filmoteca:

El Instituto Nacional de la Cultura tiene prevista la creación de la Cinemateca Nacional.

Film Commission:

Panamá Film Commission (Comisión Fílmica de Panamá)

La Panamá Film Commission es una División dentro del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI) con el fin de promover los rodajes en Panamá. La directora es Daphne Burgos.

Festivales:



Festival Internacional de Cine de Panamá (IFF Panamá) (11 – 17 de Abril de 2013)

<http://iffpanama.org/>

2 Ediciones. Celebrado en Ciudad de Panamá. En él se muestra el cine latinoamericano, europeo, documentales, charlas con los directores de las películas, proyecciones gratuitas para niños, estrellas invitadas, encuentros entre directores, productores y miembros de la industria de cine mundial.



PARAGUAY

1.- Datos generales

Moneda	Guaraní
Población	6,67 M
PIB	3.510 US\$

2.- Legislación Orgánica Audiovisual:

Ley N° 642 de Telecomunicaciones

Ley N° 2.495 que rectifica error material de la ley n° 2.478

Existe un pre-proyecto de Ley del Cine y el Audiovisual Paraguayo.

3.- Organismos Públicos y Funciones:

Instituto del Cine y el Audiovisual Paraguayo (ICAP) (Previsto en el proyecto de Ley)

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

Fondo de Fomento Audiovisual. (Previsto en el proyecto de Ley)

Formación:

Se han identificado 36 Universidades en Paraguay de las que 18 imparten conocimiento en temas audiovisuales. con el siguiente desglose:

- 20 licenciaturas en Comunicación,
- 1 licenciatura en cinematografía
- 3 máster en temas de Comunicación.

Filmoteca:

Cinematoteca Nacional (Previsto en el proyecto de Ley).

Film Commission:

No constan.

Festivales:

Festival Internacional de Cine de Paraguay. Asunción. (10 de Septiembre al 3 de Octubre de 2013)

<http://www.pla.net.py/cinefest/>

22 Ediciones. Celebrado en Asunción. El Festival celebra el arte y el espectáculo cinematográficos con producciones de calidad artística y valor cultural, con estrenos exclusivos para el Paraguay y en general desconocidos en las pantallas de circuito comercial local.



PERU

1.- Datos generales

Moneda	Nuevo Sol
Población	30M
PIB	US\$ 168.460M

Top 10 en 2012:

1. Ice Age 4. 2.319.000 espectadores
2. The Avengers. 1.855.000 espectadores
3. Madagascar 3. 1.164.000 espectadores
4. Twilight Saga: Breaking Dawn 2. 1.137.000 espectadores
5. Batman: The Dark Knight Rises. 1.043.000 espectadores
6. The Amazing Spider Man. 1.003.000 espectadores
7. Life of Pi. 884.000 espectadores
8. Brave. 780.000 espectadores
9. Wraths of the Titans 2. 735.000 espectadores
10. Hotel Transylvania. 721.000 espectadores

2.- Legislación Orgánica Audiovisual:

Ley sobre el Derecho de Autor (Decreto Legislativo No. 822) del 23 de abril de 1996.

Ley de Cine n°26370 de 18 de Octubre de 1994, publicada en el Diario Oficial 'El Peruano', el 23 de Octubre del mismo año. En su artículo 5 se crea el CONACINE (Consejo Nacional de Cinematografía), que tiene por misión el fomento, la promoción, y la difusión del cine peruano. En

Mayo de 2011 este Consejo fue absorbido por el Ministerio de Cultura y sus funciones asumidas por la Dirección General de Industrias Culturales y Artes de dicho Ministerio. Se crea a su vez la Comisión Consultiva Nacional de la Cinematografía.

Decreto Supremo N° 042-95-ED - Reglamento de la Ley de Cinematografía Peruana, del 23 de mayo de 1995.

Anteproyecto de Ley de la Cinematografía y el Audiovisual peruano.

En el año 2006 se presenta un Anteproyecto para una nueva Ley del Cine pero no será hasta 2011 cuando se plantee una nueva Ley del Cine que aparece entre las propuestas de 2012 hechas por la Dirección General de Industrias Culturales y Arte del M° de Cultura. Este Proyecto de Ley está listo para su debate en el que se prevé la creación de un Organismo Nacional del Audiovisual y la Cinematografía – PERUCINE – y un Fondo específico para el sector.

3.- Organismos Públicos y Funciones



DICINE.

En el año 2010 se creó el Ministerio de Cultura y el CONACINE fue absorbido por dicho Ministerio perdiendo la autonomía para convertirse en la Comisión Consultiva Nacional de Cinematografía (CONACINE) con la función de promover el diálogo y la concertación en asuntos de cinematografía entre el Estado y la sociedad.

Hay fondos públicos con un sistema anual de concursos y premios dinerarios para los mejores proyectos de largometrajes y cortometrajes nacionales. Se administran a través de la Dirección de Industrias Culturales del Ministerio de Cultura (DICINE).

La pérdida de autonomía del Conacine y el general incumplimiento del Estado en la dotación presupuestaria anual para este fin, constituye la característica del sistema de apoyo al cine peruano en los últimos años.

No existen incentivos tributarios que favorezcan a los productores audiovisuales

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

Fondo DICINE (para el año 2012)

- Desarrollo de Proyectos de Largometrajes
- Concurso para Documentales
- Concurso para post producción
- Concurso para distribución de Largometrajes
- Concurso para Largometrajes en Regiones

Formación:

Se han identificado 67 Universidades en Perú y 38 de ellas imparten conocimiento relacionado con el sector audiovisual con el siguiente desglose:

- 52 licenciaturas en Comunicación,
- 1 licenciatura en producción de Cine/TV
- 1 Posgrado en Ciencias de la Comunicación.

INCINE, Instituto Superior Tecnológico de Cine y Actuación. Lima Perú. www.incine.info

INCINE abrió sus puertas en 2005 como el primer centro de educación superior peruano especializado en la docencia para el aprendizaje de los lenguajes y las técnicas necesarios para hacer cine.

INCINE conjuntamente con la Universidad de Cuenca y debidamente reconocidos por el Conesup, (Consejo Nacional de Educación Superior) otorgan los siguientes títulos:

- Tecnólogo/a en Dirección y Actuación (3 años de estudios).
- Tecnólogo/a en Fotografía y Sonido (3 años de estudios).
- Licenciado/a en Cine y Audiovisuales (4 años de estudios, en convenio con la Universidad de Cuenca).

Filmoteca:

Cinemateca Peruana.

En cumplimiento de uno de los objetivos de la Ley N° 26370, señalado en el artículo 2, inciso c) de preservar el patrimonio audiovisual del país, así como las recomendaciones de la UNESCO; se impulsará, por DICINE, (Dirección de Industrias Culturales – Cine, del Ministerio de Cultura), la creación de la Cinemateca Peruana, con la recuperación del archivo fílmico del CONACINE, actualmente en la Filmoteca de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), y de la antigua Cinemateca Universitaria de la Universidad Agraria de La Molina.

Film Commission:

Comisión Fílmica. DICINE.

Festivales:



Festival de Cine de Lima (Pontificia Universidad Católica del Perú). (9 - 17 de Agosto de 2013)

<http://www.festivaldelima.com/>

Celebrado en Lima. La competencia oficial comprende las siguientes secciones: Ficción y Documental. La convocatoria está dirigida a todo el ámbito latinoamericano.



PORTUGAL

1.- Datos generales

Moneda	Euro
Población	10,56 M
PIB	20.841 US\$

Top 10 de 2012

1. Madagascar 3. 632.421 espectadores
2. The twilight saga: breaking dawn – Part 2 . 524.944
3. Ice age: continental drift . 507.528
4. Skyfal. 465.816
5. Brave, 397.844
6. Ted. 334.407
7. American reunion. 331.932
8. The dark knight rises. 322.693
9. The hobbit: an unexpected journey. 302.529
10. Sherlock Holmes: A game of shadows. 280.497 espectadores

2.- Legislación Orgánica Audiovisual

Decreto-Ley nº 95/2007 de 29 de marzo por el que se crea El Instituto do Cinema e do Audiovisual, I. P. (ICA, I. P.) resulta de la reestructuración del Instituto do Cinema, Audiovisual e Multimedia (ICAM), con el objetivo esencialmente de conseguir una mayor precisión del ámbito de actuación

Ley 69 /2012 de 6 de Julio, del Cine y los Medios Audiovisuales. Esta ley modifica el marco legal de Portugal relativo al sector del cine y del audiovisual, tal como estaba establecido por la Ley nº 42/2004 de 18 de agosto de 2004.

3.- Organismos Públicos y Funciones



Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA) . www.ica-ip.pt

Asesorar al MC en la definición de la política pública para los sectores cinematográfico y audiovisual, de conformidad con su misión. Entre otras tienen la responsabilidad de la gestión del Fondo del Cine y del Audiovisual; Director: José Pedro Ribeiro Gomes da Silva.

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

Fondo del Cine y del Audiovisual (ICA)

Formación:

Se han identificado 24 Universidades de las cuales 10 imparten enseñanzas relacionadas con el sector audiovisual con el siguiente desglose:

- 14 licenciaturas / grado en Comunicación,
- 1 Grado en Cine y
- 6 Mestrados en temas de Comunicación.

Filmoteca:

Cinemateca Portuguesa. www.cinemateca.pt

Tiene la misión de salvaguardar y divulgar el patrimonio cinematográfico portugués. Está adscrito a la Secretaría de Estado de Cultura. En 1996 inauguró unas modernas instalaciones en los alrededores de Lisboa. Directora, María João Seixas.

Film Commission:

Portugal Film Commission.

Lisboa Film Commission

Porto Film Commission. Contacto: Dra Maria Joao Nunes. <http://artes.ucp.pt/si/pfc/index.html>

Festivales:

Fantásporto - Festival Internacional de Cinema do Porto (1 – 10 de Marzo 2013)

<http://www.fantasporto.com/>

33 Ediciones. Celebrado en Porto. Da espacio en la pantalla a la fantasía / ciencia ficción / terror.



IndieLisboa - Festival Internacional de Cinema Independiente de Lisboa. (18-28 de Abril 2013)

<http://www.indielisboa.com/>

10 Ediciones. Celebrado en Lisboa. Festival de largometrajes y cortometrajes



Monstra - Festival de Animação de Lisboa. (7-17 de Marzo de 2013)

<http://www.monstrafestival.com/>

13 Ediciones. Celebrado en Lisboa. Mantiene los objetivos originales: Difundir el mejor mundo del cine de animación como un arte independiente, pero también como arte que presupone el diálogo y la integración de las hipótesis y los estigmas artísticos, creativos y transformadores.



DocLisboa - Festival Internacional de Cinema Documental (24 Oct-3 Noviembre de 2013)

10 Ediciones. Celebrado en Lisboa. Dedicado al cine documental y a los nuevos y posibles caminos que se abren para el género.



PUERTO RICO

1.- Datos generales

Moneda	US\$
Población	0,4 M
PIB	32.063 US\$

2.- Legislación Orgánica Audiovisual

Ley 362 para el desarrollo de la industria fílmica de 24 de diciembre de 1999

Ley 121 del 17 de agosto de 2001 se crea la Corporación para el Desarrollo de la Artes, Ciencias e Industria Cinematográfica de Puerto Rico

Ley de Incentivos Económicos para la Industria Fílmica de Puerto Rico, Núm. 27 de 4 de marzo de 2011, que enmienda la Ley Núm. 121 de 2001 y deroga la Ley Núm. 362 de 1999.

3.- Organismos Públicos y Funciones



Corporación para el Desarrollo de las Artes, Ciencias e Industria Cinematográfica de Puerto Rico.

Tiene como misión fomentar la industria local apoyando el desarrollo, producción y distribución de producciones fílmicas puertorriqueñas de un alto nivel de calidad. Además, brindar los incentivos necesarios para estimular la expansión de estas producciones, dirigidas tanto al mercado local como internacional. Está adscrito al Departamento de Desarrollo Económico y Comercio.

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

Hay Incentivos fiscales regulados por la Ley 27 de 2011.

Formación:

Se han identificado 16 Universidades en Puerto Rico de las cuales 3 ofrecen estudios en el sector audiovisual con el siguiente desglose: 3 bachilleratos en Comunicación y 3 grados en Cine/TV.

Filmoteca:

Filmoteca Nacional de Puerto Rico, actualmente cerrada.

Film Commission:

Puerto Rico Film Commission. <http://prfilm.nfshost.com/>

Festivales:

Festival de Cine hecho en Europa (14-20 de Marzo 2013)

<http://www.hechoeneuropa.org/>

4 Ediciones. Celebrado en San Juan. Proyecta en la Isla una selección del mejor del cine europeo.



REPUBLICA DOMINICANA

1.- Datos generales

Moneda	Peso
Población	9,44 M
PIB	5.762 US\$

2.- Legislación Orgánica Audiovisual

Ley 108 /2010 para el Fomento de la actividad cinematográfica en la República Dominicana

3.- Organismos Públicos y Funciones



Consejo Intersectorial para la Promoción de la Actividad Cinematográfica en la República Dominicana (CIPAC), el cual funciona como órgano superior de la Dirección General de Cine (DGCINE).

www.dgcine.gob.do

Dirección General de Cine (DGCINE), adscrita al Ministerio de Cultura, como órgano descentralizado del Estado, con personalidad jurídica, con autonomía administrativa, financiera y técnica. Promueve e incentiva el desarrollo de una industria nacional del cine, así como otros aspectos vinculados al desarrollo cinematográfico y audiovisual, y entre otras misiones concede apoyos financieros a través del Fondo de Promoción Cinematográfica, FONPROCINE.

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

Fonprocine, Fondo de Promoción Cinematográfica

Formación:

Se han identificado 26 Universidades en Puerto Rico de las cuales 12 ofrecen estudios en el sector audiovisual con 18 licenciaturas en Comunicación.

Filmoteca:

Cinemateca Dominicana que tiene con principal misión salvaguardar el patrimonio cinematográfico de la Nación y difundir los valores cinematográficos nacionales e internacionales

Film Commission:

Film Commission de la República Dominicana. Está adscrita a la Dirección General de Cine (DGCINE) Director: Ellis Pérez.

Festivales:



Festival de Cine Global Dominicano FCGD. (12 - 20 de Noviembre de 2013)

<http://www.festivaldecineglobal.org/drgff2012/default.asp>

7 Ediciones. Celebrado en Santo Domingo. Presenta una selección del mejor cine internacional, documental y dramático, enriquece la cultura cinematográfica del país y lleva el séptimo arte a todos los ámbitos de la sociedad dominicana.



URUGUAY

1.- Datos generales

Moneda	Peso Uruguayo
Población	3,4M
PIB	US\$ 49.400M

2.- Legislación Orgánica Audiovisual

Ley N° 9.739, de 17 de diciembre de 1937 y Ley N° 17.616 del 10 de enero de 2003 sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos.

Ley N° 18.284 de 16 de Mayo de 2008 (Ley de creación del Instituto del Cine y el Audiovisual del Uruguay y del Fondo de fomento Cinematográfico).

Decreto 473/008 de 6 de Octubre (Decreto reglamentario de la Ley de Cine)

Ley 17.930 (Regula los fondos de Incentivo Cultural, concursables, en sus artículos 235 al 250).

Decreto N° 364/007 (Decreto Reglamentario de los Fondos Concursables para la Cultura)

Decreto de la Junta Departamental de Montevideo N° 30.820 (Financiación de Montevideo Socio Audiovisual)

3.- Organismos Públicos y Funciones



Instituto del Cine y del Audiovisual del Uruguay (ICAU)

El Instituto del Cine y Audiovisual del Uruguay, en coordinación con otras instituciones estatales, es la institución pública encargada de diseñar las políticas nacionales del sector audiovisual del Uruguay.

Desde su creación en el año 2008, ha diseñado su estrategia trabajando conjuntamente con el sector público y privado combinando mecanismos directos e indirectos, locales e internacionales.

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

Fondo de Fomento Cinematográfico. Fondo administrado por el ICAU. Dependiendo de las líneas de apoyo el postulante tendrá la obligación de reembolso. Se trata de fondos públicos que se asignan mediante 3 modalidades:

a) **Concursables:** en las siguientes líneas de apoyo: Producción, Desarrollo, Formación, Festivales y muestras así como coproducciones;

b) **No concursables.** Dos líneas de apoyo: lanzamiento y Promoción, y Posicionamiento internacional.

c) **Acciones institucionales:** intervenciones específicas en acciones que resulten estratégicas en áreas de interés relevante para el sector.

Montevideo Socio Audiovisual. Fondo administrado por la Intendencia de Montevideo a través de su Oficina de Locaciones.

Fondo para el Fomento y Desarrollo de la Producción Audiovisual

Nacional – FONA. Fondo de administración conjunta con aportes de los canales privados de TV y la Intendencia de Montevideo y otras instituciones que deseen adherirse.

Fondos de Incentivo Cultural. Los Fondos de Incentivo Cultural fueron creados por los artículos 235 a 250 de la ley 17.930 de fecha 19 de diciembre de 2005 y reglamentados por el Poder Ejecutivo en octubre del año 2007 (decreto 364/2007), destinados a subvencionar proyectos en artes, patrimonio y tradiciones culturales en todo el territorio de la República Oriental del Uruguay

Formación:

De 6 Universidades identificadas en Uruguay, 5 imparten estudios relacionados con el sector audiovisual con el siguiente desglose:

- 6 licenciaturas en Comunicación,
- 1 Ingeniería Audiovisual
- 2 licenciaturas en Animación / Video juegos y Diseño Multimedia.

Escuela de Cine del Uruguay. Montevideo. Uruguay. www.ecu.edu.uy

La Escuela de Cine del Uruguay (ECU) es un departamento de la Cinemateca Uruguaya, institución sin ánimo de lucro. Fue creada en 1995, siendo la única institución del país dedicada exclusivamente a la formación profesional en cine y video.

La ECU ofrece la carrera de Realización Cinematográfica con una duración de siete semestres, con clases de cuatro horas de lunes a viernes. También se ofrecen cursos extracurriculares en formato de Taller.

Filmoteca:

Cinemateca Uruguaya.

Cinemateca Uruguaya fue fundada en 1952, como asociación civil sin fines de lucro, y ese mismo año se integró a la FIAF (Fédération Internationale des Archives du Film, con sede en Bruselas, Bélgica) proyectando sus objetivos y actividades a un ámbito internacional y mundial. La finalidad de la Cinemateca consiste en contribuir al desarrollo de la cultura cinematográfica y artística en general, en amplios sectores de la sociedad y en especial entre los jóvenes, manteniendo y preservando un patrimonio de imágenes en movimiento y dando acceso al público a los valores espirituales y creativos del cine autoral de interés expresivo, enalteciendo la significación de una propuesta desinteresada, universal y que hable en el lenguaje de nuestros tiempos.

Film Commission:

Uruguay Film Commission

Uruguay Film Commission & Promotion Office es un mecanismo de promoción de locaciones uruguayas como escenario para producciones extranjeras, y un instrumento de proyección internacional para las producciones nacionales posicionando al Uruguay y su audiovisual en el escenario internacional. El contacto es Lucila Bortagaray.

Festivales:

Festival Internacional de Punta del Este (3 – 6 de Enero de 2013)

<http://cinepunta.com/>

16 Ediciones. Celebrado en Punta del Este.



Festival Cinematográfico Internacional del Uruguay (23 Marzo – 6 de Abril de 2013).

www.cinematca.org.uy/festivales.html

31 Ediciones. Celebrado en Montevideo.



Festival Internacional de Cine Documental de Uruguay. (3 - 8 de Diciembre de 2013).

<http://www.atlantidoc.com/>

7 Ediciones. Celebrado en Montevideo. Es un festival de género que reúne durante una semana a jóvenes realizadores y gente ya consagrada, de la región y el mundo.

**VENEZUELA****1.- Datos generales**

Moneda	Bolívar
Población	29M
PIB	US\$ 309.840M

2.- Legislación Orgánica Audiovisual

Ley de Cinematografía Nacional. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.789 (Extraordinario) de fecha 26/10/2005 (Reimpresión), que deroga la Ley de Cinematografía Nacional sancionada el 15 de Agosto de 1993

Ley de Derecho de Autor del 14 de agosto de 1993

Reglamento de la Ley de Cinematografía Nacional de 29 de Mayo de 2003

Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 37.733 de fecha 16/07/2003.

Reglamento Interno de Estímulo y Fomento a la Creación y la Producción

Cinematográfica Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.755 de fecha 12/09/2011.

3.- Organismos Públicos y Funciones



Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC).

www.cnac.gob.ve

El CNAC fue creado por el Estado venezolano según disposiciones de la Ley de la Cinematografía Nacional del año 1993, e inició sus actividades el 1° de agosto de 1994, sustituyendo al Fondo de Fomento Cinematográfico (FONCINE). Sus funciones principales son: estimular, proteger y promover la producción, distribución, exhibición y difusión, dentro y fuera del país, de las obras cinematográficas nacionales.

4.- Políticas Activas Audiovisuales

Fondos:

Fondo de Promoción y Financiamiento del Cine (FONPROCINE). www.cnac.gob.ve

Los planes de apoyo financiero preferenciales son los siguientes:

- Estímulos, subsidios e incentivos a la producción de obras cinematográficas.
- Proyectos de investigación y formación cinematográfica
- Proyectos de investigación sobre los derechos de la propiedad intelectual.
- Creación y mantenimiento del Programa de Bienestar Social para los trabajadores independientes del sector (10% del total del presupuesto anual del Fondo).

Formación:

De 50 instituciones universitarias identificadas en Venezuela, 15 imparten estudios relacionados con el sector audiovisual con el siguiente desglose:

- 18 licenciaturas en Comunicación
- 1 licenciatura en Medios
- 1 Maestría en Ciencias de la Comunicación.

Entre los centros de formación, destaca:

ESCINETV - Escuela de Cine y Televisión. Caracas. Venezuela. www.escinetv.org.ve

ESCINETV fue fundada en Caracas en 1983 con la finalidad de formar guionistas, directores, productores, camarógrafos, sonidistas, directores de fotografía, editores y demás personal técnico requerido por la industria cinematográfica, la televisión y el video. Su carrera más conocida es la de Estudios Integrales de Cine y TV que tiene una duración de 2 años y se compone de 40 asignaturas. En la actualidad lanza una nueva carrera: Estudios Integrales en Animación, de dos años de duración.

Filmoteca:

Cinemateca Nacional de Venezuela. www.cinemateca.gob.ve

Tiene rango jurídico de Fundación. La Fundación Cinemateca Nacional (FCN) fue creada el 6 de mayo de 1966. El Archivo Fílmico de la Cinemateca está ubicado en la Biblioteca Nacional.

La FCN tiene como fin la creación y consecución de políticas dirigidas a la investigación, formación, difusión y promoción del arte audiovisual y cinematográfico, con énfasis en el latinoamericano, del Caribe y venezolano, así como al rescate, restauración y conservación del patrimonio fílmico nacional y universal.

Film Commission:

Venezuela Film Commission. www.cnac.gob.ve/filmcommission

La Comisión Fílmica de Venezuela es una unidad del CNAC, creada en septiembre de 1996 con el propósito de atraer inversiones audiovisuales extranjeras al país. El principal objetivo de esta unidad es promocionar a Venezuela y sus recursos: locaciones fílmicas, servicios, tecnologías, talentos, personal técnico y profesional. La Comisión Fílmica también se ocupa de tramitar los permisos generales y específicos de rodaje.

Festivales:

Festival de Cine Latinoamericano y Caribeño de Margarita (10 – 17 de Octubre de 2013)

<http://festivaldemargarita.org.ve/>

6 Ediciones. Celebrado en Margarita. El festival cuenta con las competencias 'Sección Latinoamericana y Caribeña', 'Categoría Ópera Prima Valentín Malaver Largometraje de Ficción', 'Categoría Ópera Prima Largometraje Documental', 'Cortometraje o Mediometraje de Animación Latinoamericano y Caribeño', y las secciones de cine venezolano en sus diferentes categorías de largometraje ficción, largometraje documental, corto o mediometraje de ficción, y corto o mediometraje documental.

UN RETRATO HABLADO
DEL CINE LATINOAMERICANO

Un retrato hablado del cine latinoamericano

Por Gerardo Michelin

Hacer una fotografía del cine latinoamericano actual no es fácil y seguramente el resultado se asemejaría más a un retrato hablado, cuya imagen se construye a partir de los rasgos de quienes dicen haber conocido o visto alguna vez al personaje en cuestión, que a una fotografía en alta resolución.

Cualquier reflexión sobre la industria cinematográfica latinoamericana tiene que partir de algunas premisas básicas que para los nacidos en el continente pueden resultar un tanto obvias. Desde Europa se suele percibir a América Latina como un continente homogéneo -en gran parte por su unidad lingüística, fruto de la conquista y colonización española-, pero las diferencias entre los distintos pueblos son tantas como las que caben a lo largo de los más de 10 mil kilómetros que separan Ushuaia del punto más septentrional de México (o la misma distancia que separa Madrid de Tokio).

Con más desafíos compartidos que rasgos en común, la producción y la distribución-junto con las preferencias de los espectadores en cada uno de los territorios- nos permiten vislumbrar de qué estamos hablando cuando hablamos de cine latinoamericano.

PRODUCIR, COPRODUCIR

En América Latina se han producido más de 350 películas en 2012, un 75% de las cuales salieron de Argentina, México y Brasil.

Desde finales del siglo pasado, el ritmo de producción en el continente ha estado marcado por el Programa Ibermedia, fondo creado por la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica que rápidamente se convirtió en motor de la región y que durante años fue la única fuente de financiación de largometrajes en varios países del continente¹.

Si bien la coproducción entre países latinoamericanos aún tiene mucho camino por recorrer (a modo de ejemplo, en 2012 las producciones mexicanas con otros países latinoamericanos se

¹ Entre 2008 – 2012, Ibermedia apoyó a unas 300 coproducciones iberoamericanas (Latinoamérica + España + Portugal).

situaron por detrás de las coproducciones con Norte América y Europa²), no cabe duda de que la producción entre dos o más países se ha convertido en la principal fórmula financiera para sacar adelante proyectos cinematográficos en la región.

Los países latinoamericanos miran cada vez más hacia el interior del continente y el interés en la coproducción sigue creciendo, como lo demuestran los acuerdos y convenios bilaterales existentes o, incluso, el lanzamiento de fondos de coproducción como el que tiene Brasil con Argentina y Uruguay, respectivamente.

La coproducción también ha sido clave en el desarrollo de las cinematografías de los países medianos y pequeños del continente -como Chile, Colombia, Ecuador y Uruguay- cuyas industrias han logrado despegar y crecer de la mano de socios internacionales.

El éxito de Ibermedia también ha sido clave para el lanzamiento de DOCTV Latinoamérica, programa creado para fomentar la producción y difusión del documental latinoamericano. Esta iniciativa -que a diferencia de Ibermedia se restringe exclusivamente al ámbito latinoamericano- confirma el interés de la región por integrar su propio espacio audiovisual y despejar algunos de los grandes obstáculos, como la circulación de contenidos latinoamericanos dentro del propio continente.

La mayoría de los gobiernos latinoamericanos han puesto en marcha leyes de cine y distintas iniciativas para fomentar y apoyar financieramente la producción nacional. Al día de hoy, la mayoría de los países tienen sus propios fondos y programas de desarrollo y fomento audiovisual dirigidos a todas las fases de una obra: desde la escritura del guión hasta su exhibición y distribución internacional, pasando por el rodaje y la postproducción.

A pesar del desarrollo alcanzado en los últimos años, la figura del productor-guionista-director independiente es predominante en la producción de películas que se enmarcan, mayoritariamente, dentro del cine de autor. Esa multifuncionalidad de los directores latinoamericanos suele repercutir en la calidad de las obras en una industria donde la especialización es clave, tal como se puede notar en aquellos mercados más desarrollados.

Todo apunta a que estamos esencialmente ante un cine de autor, con películas de bajo presupuesto inspiradas, fundamentalmente, por una inquietud intelectual de su director más que por un interés comercial. Pero a pesar de la predominancia del cine autoral -un cine que suele estar presente en los palmarés de los festivales de cine más importantes del mundo-, en Latinoamérica también hay lugar para los *blockbusters* nacionales, películas dirigidas al gran público y que en mercados como el argentino, brasileño, colombiano y chileno suelen entrar en el *top 10* de las películas más vistas del año.

Abundan las historias urbanas con protagonistas de clase media o media-alta, una característica que refleja los orígenes de los propios directores y las escuelas de cine de referencia del continente. Pero fuera de las urbes, el cine también encuentra historias con temáticas indígenas -que suelen ser acogidas con especial interés en los países europeos- o ambientadas en "ciudades periféricas" o fuera de las grandes capitales, un cine que ha dado interesantes historias situadas en las vastas fronteras entre campo y ciudad que existen a lo largo del continente.

En términos tecnológicos, la producción sigue su proceso de digitalización gracias al aumento y el perfeccionamiento de las infraestructuras de producción. Con la tecnología al alcance de los cineastas, la producción se ha democratizado y popularizado; además, los costes de producción han descendido, facilitando la realización de obras por parte de estudiantes y profesionales. Esto ha repercutido en el número de óperas primas producidas, que en países como México han alcanzado un impactante 43% del total de largometrajes estrenados en 2012.

LO QUE EL PÚBLICO VE

En 2012, unos pocos títulos nacionales concentraron la atención de los espectadores, con un público que mostró su preferencia por las comedias concebidas para el consumo local. Según un informe que publicamos en LatAm cinema³, solamente el cine chileno tuvo una película nacional entre las tres más vistas del año (“Stefan vs Kramer”), mientras que Argentina y Brasil han tenido sendos éxitos nacionales en el *top 10* (“Dos más dos” y “Até que a sorte nos separe”). La población de cada país determina, como es lógico, la barrera del éxito: “Stefan vs Kramer” tuvo una taquilla de 2 millones de espectadores en un país de 16,6 millones mientras que “Dos más dos” cerca de 1 millón en 40 millones; y “Até que a sorte nos separe” 3,3 millones en un país de 193 millones.

Con este panorama, no sorprenden las magras cuotas de mercado del cine nacional, que en el mejor de los casos rondan el 10% (Brasil, Chile, Argentina o Colombia). No menos preocupante es la endeblez de esas cuotas, alimentadas casi exclusivamente de uno o dos títulos generalmente distribuidos por *majors* y en los que abundan talentos con raíces televisivas.

La sinergia entre cine y televisión suele dar buenos resultados en Latinoamérica, aunque las grandes factorías de televisión como la mexicana Televisa y la brasileña Globo no parecen estar interesadas en ir mucho más allá de las comedias de digestión ligera. La asimetría entre la televisión y el cine producido en el continente se hace cada vez más evidente. Mientras la calidad de los contenidos de televisión ha dado un salto cualitativo, con telenovelas y series que se acercan cada vez más -en su estética y tratamiento- al cine, las películas latinoamericanas parecen ser reticentes a compartir elementos en común con la televisión para ganarse el favor del público. La producción de películas hechas para televisión o *television films*, un formato poco explotado hasta el momento en el continente, posiblemente pueda erigirse en un futuro como una alternativa que ayude a impulsar tanto la producción como la distribución de contenidos latinoamericanos dentro de las fronteras continentales.

Mientras la comedia manda, no conviene perder de vista el cine de género en Latinoamérica, que a partir de 2013 ocupará un lugar destacado en el Ventana Sur de Buenos Aires, mercado de referencia de la industria continental.

Las películas de animación nacionales también suelen gozar de una buena aceptación a pesar de la falta de constancia de su producción. En 2012, por ejemplo, la animación lideró el ranking nacional en Perú y Uruguay con películas que fueron estrenadas además en varios países del continente.⁴

VIEJOS Y NUEVOS PROBLEMAS

La distribución y circulación de obras latinoamericanas dentro del continente siempre ha sido el gran “cuello de botella” del cine latinoamericano; un problema que ha impulsado iniciativas regionales aún en desarrollo como la red de salas digitales del Mercosur (RECAM), o la creación de plataformas de distribución que involucran a varios territorios como Cine sin fronteras o Latinópolis.

Pero a pesar de la buena intención de estas iniciativas, no hay que olvidar que los mercados latinoamericanos suelen estar copados por *majors* que ejercen una presión constante sobre los exhibidores, con un calendario de estrenos que apenas deja espacios en la cartelera para las películas nacionales.

Los distribuidores interesados en el cine latinoamericano -por lo general, los mismos que suelen distribuir cine independiente estadounidense, europeo y asiático- poco pueden hacer ante este panorama que les obliga a estar más atentos a los ingresos en el resto de ventanas (*home video*, televisión, etc.) que en las salas cinematográficas.

³ <http://www.latamcinema.com/especial.php?id=203>

⁴ Es interesante destacar que “Selkirk, el verdadero Robinson Crusoe”, coproducción entre Uruguay, Argentina y Chile, se estrenó en forma simultánea en los tres países, algo inusual para películas latinoamericanas.

La digitalización del parque de salas se vislumbra como un nuevo problema en el horizonte de la distribución de cine latinoamericano dentro del continente. Si hoy escasean las pantallas para el estreno de películas nacionales, la digitalización de las salas –con los consiguientes cambios en el modelo de negocios– difícilmente revierta los problemas de distribución. En la actualidad hay cerca de 5.000 pantallas digitales en el continente, algo menos de la mitad del total de pantallas que, en su mayoría, forman parte de los grandes circuitos internacionales de exhibición.

Es de esperar que la sistematización de información sobre la industria audiovisual siga creciendo en Latinoamérica. Sólo así será posible seguir afinando un retrato hablado del cine latinoamericano que se corresponda cada vez más con las múltiples caras del continente.

Gerardo Michelín: Tras diplomarse en Ciencias de la Comunicación, comienza su carrera profesional como productor de diversos programas de televisión en su país natal, Uruguay. En 1998 se establece en Madrid donde realiza estudios en la Universidad Complutense y en el Instituto Oficial de Radio Televisión Española. Allí también trabajó en Antena 3 TV como redactor del canal internacional y como coordinador internacional en el Grupo Exportfilm, editorial especializada en información audiovisual. En 2003, pasa a ser corresponsal para España y Latinoamérica de la revista inglesa C21 y tres años más tarde lanza LatAm cinema, portal para profesionales especializado en cine latinoamericano y una de las principales fuentes de información del sector a nivel panregional.





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

www.youtube.com/veoclips



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

CAPITULO II

PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN IBEROAMÉRICA

PANORAMA CINEMATOGRAFICO GLOBAL

Los datos promedio más relevantes del panorama cinematográfico de los países que conforman Iberoamérica durante el trienio 2010-2012 son (cuadro 2.1.1): 15.105 de pantallas anuales, 3.225,1 millones de dólares de recaudación, casi 622 millones de espectadores asistentes, más de 2.700 estrenos comerciales y 507 estrenos nacionales (18,7%).

Los datos acumulados en los tres años analizados son: 9.975,3 millones de dólares de recaudación, 1.865,6 espectadores asistentes, 8.111 estrenos comerciales y 1.522 estrenos nacionales.

Cuadro 2.1.1

Panorama cinematográfico en Iberoamérica

Datos	2010	2011	2012	Promedio
Población (millones)	557,8	565,0	572,9	565,2
PIB-GDP (billones USD)	7,891	8,175	8,351	8,139
Número de pantallas de cine	14.675	15.115	15.524	15.105
Ingresos cinematográficos (millones USD)	2.982,2	3.475,0	3.518,1	3.325,1
Asistencia espectadores (millones)	585,1	624,6	655,9	621,9
Número de estrenos comerciales totales	2.756	2.908	2.447	2.704
Número de estrenos extranjeros	2.263	2.374	1.952	2.196
Número de estrenos nacionales	493	534	495	507
Asistencia anual por habitante	1,1	1,0	1,1	1,1
Precio medio entrada (USD)	4,9	5,5	5,8	5,4

Los datos promedio comparables del quinquenio 2005-2009 con los del trienio 2010-2012 reflejan que la asistencia anual al cine aumentó en casi 114 millones de espectadores, el volumen de pantallas anuales en 2.189, los estrenos comerciales en 121 y los nacionales en 104 (cuadro 2.1.2).

El porcentaje de estrenos nacionales sobre el total se incrementó desde un 15,6% (403) a un 18,7% (507). El promedio de frecuencia de asistencia en el quinquenio 2005-2009 fue de 0,9 películas por habitante y año y en el trienio 2010-2012 ascendió a 1,1 películas por habitante y el precio de la entrada se elevó desde 5,2 dólares hasta 5,4.

Cuadro 2.1.2
Evolución de los datos promedio del panorama cinematográfico en Iberoamérica

Datos	2005-2009	2010-2012	Diferencia
Número de pantallas de cine	12.916	15.105	+2.189
Asistencia espectadores (millones)	508,2	621,9	113,7
Número de estrenos comerciales totales	2.583	2.704	+121
Número de estrenos nacionales	403	507	+104
Asistencia anual por habitante	0,9	1,1	+0,2
Precio medio entrada (USD)	5,2	5,4	+0,2

La comparación del panorama cinematográfico iberoamericano con el panorama cinematográfico estadounidense indica que este último cuenta con un número de pantallas 2,6 veces superior, para una población total 1,8 veces inferior. La recaudación cinematográfica promedio de los cines en USA fue el triple que la de las salas de Iberoamérica y la asistencia de espectadores el doble (cuadro 2.1.3).

En cuanto a los promedios de frecuencia, los estadounidenses vieron una media de cuatro películas al año y los iberoamericanos una. Y respecto al precio medio de la entrada, en Estados Unidos es 2,5 dólares más cara que en Iberoamérica (7,9 dólares frente a 5,4).

Cuadro 2.1.3
Panorama cinematográfico en Iberoamérica y EE.UU. Promedio periodo 2010-2012

Datos	Iberoamérica	EE.UU.
Población (millones)	565,2	313,3
PIB-GDP (billones USD)	8,139	15,343
Número de pantallas de cine	15.105	39.702
Ingresos cinematográficos (millones USD)	3.325,1	10.405,9
Asistencia espectadores (millones)	621,9	1.316,9
Número de estrenos comerciales totales	2.704	616
Número de estrenos extranjeros	2.196	237
Número de estrenos nacionales	507	379
Asistencia anual por habitante	1,1	4,1
Precio medio entrada (USD)	5,4	7,9

La cuota de mercado del cine USA en cuanto a espectadores en países iberoamericanos se mantuvo por encima del 82% a lo largo del trienio 2010-2012 y la del cine iberoamericano por encima del 10%. Respecto a la recaudación, las películas estadounidenses acumularon una cuota mínima del 81,7% y las iberoamericanas del 10,6% (cuadro 2.1.4).

Cuadro 2.1.4
Espectadores e ingresos acumulados por los estrenos cinematográficos en países iberoamericanos (AR-BR-CO-CL-ES-MX-VE)

Origen	Espectadores					
	2010	%	2011	%	2012	%
USA	453.733.690	85,5	483.856.794	85,6	501.623.746	82,7
Iberoamérica	62.629.814	11,8	58.299.898	10,3	71.828.478	11,8
Europa	13.175.950	2,5	19.418.845	3,4	31.949.666	5,3
Resto países	867.735	0,2	3.998.339	0,7	1.346.152	0,2
Total	530.407.189		565.573.876		606.748.042	

<i>Ingresos</i>						
Origen	2010	%	2011	%	2012	%
USA	2.309.104.725	84,6	2.702.006.706	84,8	2.673.221.650	81,7
Iberoamérica	331.980.353	12,2	337.205.242	10,6	403.910.026	12,3
Europa	82.273.201	3,0	127.033.944	4,0	186.666.143	5,7
Resto países	5.157.761	0,2	21.029.634	0,7	7.693.266	0,2
Total	2.728.516.040		3.187.275.526		3.271.491.085	

Los datos acumulados reflejan una asistencia de espectadores al cine *made in USA* del 84,5% frente al 11,3% de espectadores asistentes al cine iberoamericano y unos ingresos del 83,6% frente al 11,7% (cuadro 2.1.5).

Cuadro 2.1.5
Espectadores e ingresos acumulados por los estrenos cinematográficos en países iberoamericanos (AR-BR-CO-CL-ES-MX-VE). Periodo 2010-2012

Origen	Espectadores	%	Ingresos	%
USA	1.439.214.230	84,5	7.684.333.081	83,6
Iberoamérica	192.758.190	11,3	1.073.095.621	11,7
Europa	64.544.461	3,8	395.973.288	4,3
Resto países	6.212.226	0,4	33.880.661	0,4
Total	1.702.729.107		9.187.282.651	

El comportamiento del cine nacional conjunto en determinados países de Iberoamérica refleja que el 18,6% del total de los estrenos comerciales fueron producciones autóctonas, que atrajeron al 8,3% del total de espectadores y recaudaron el 7,8% de los ingresos totales (cuadro 2.1.6).

El país con la mayor cuota de estrenos nacionales frente al total en el periodo 2010-2012 fue Argentina (40,2%). Por su parte Brasil y España fueron los países en los que el cine nacional obtuvo el mejor rendimiento en cuanto a espectadores (14,7% y 14,5%) y recaudación (13,7% y 14,6%).

Cuadro 2.1.6
Cuota de mercado del cine nacional en países iberoamericanos. Periodo 2010-2012

País	Estrenos (n°)	%	Espectadores (mn)	%	Ingresos (mn USD)	%
Argentina	397	40,2	10,7	8,5	52,4	7,5
Brasil	257	26,4	62,1	14,7	330,4	13,7
Chile	64	10,8	3,7	7,1	20,7	6,8
Colombia	38	5,7	8,0	7,4	30,6	6,6
España	416	29,0	41,4	14,5	362,6	14,6
México	185	19,4	36,6	5,9	124,9	5,4
Portugal	76	9,1	1,1	2,4	7,2	2,3
Venezuela	38	8,0	4,9	5,6	29,6	5,7
Promedio		18,6		8,3		7,8

La producción más popular en los cines de países iberoamericanos fue *Los Vengadores* (2012), con una asistencia de 39 millones de espectadores y una recaudación de 213 millones de dólares. También superaron los 30 millones de espectadores, *La Edad de Hielo 4* (2012) y *Toy Story 3* (2010). Los ingresos de estas dos películas de animación ascendieron a 231 millones de dólares y casi 161 millones, respectivamente (cuadro 2.1.7).

Cuadro 2.1.7

Ranking acumulado de estrenos cinematográficos en países iberoamericanos. Periodo 2010-2012

Nº	Título	Origen	Espectadores (mn.)	Ingresos (mn. USD)	Año
1	Los Vengadores	USA	39,0	213,1	2012
2	La Edad de Hielo 4	USA	38,3	231,0	2012
3	Toy Story 3	USA	31,1	160,9	2010
4	Amanecer: parte 2	USA	28,5	146,2	2012
5	Shrek, felices para siempre	USA	25,0	130,7	2010
6	Madagascar 3	USA	23,2	119,8	2012
7	El caballero oscuro: la leyenda renace	USA	23,0	110,1	2012
8	Harry Potter y las reliquias de la muerte 2	UK, USA	22,3	133,5	2011
9	Rio	USA	20,9	122,8	2011
10	Amanecer: parte 1	USA	20,6	106,2	2011

CUADRO DE PELICULAS MAS TAQUILLERAS POR PAISES (AÑO 2012)



Global: LA EDAD DE HIELO 4 - 4.464.249 espectadores

Nacional: DOS MAS DOS - 1.003.479 espectadores



Global: LOS VENGADORES - 10.970.859 espectadores

Nacional: DE PERNAS PRO AR 2 - 4.818.722 espectadores



Global: STEFAN VS KRAMER - 2.081.409 espectadores

Nacional: STEFAN VS KRAMER - 2.081.409 espectadores



Global: LA EDAD DE HIELO 4 - 2.873.049 espectadores

Nacional: EL PASEO 2 - 1.380.067 espectadores



Nacional: PESCADOR - 105.000 espectadores







Global: LO IMPOSIBLE - 6.041.572 espectadores

Nacional: LO IMPOSIBLE - 6.041.572 espectadores



Global: LOS VENGADORES - 15.942.542 espectadores

Nacional: COLOSIO: EL ASESINATO - 1.191.354 espectadores

	Global: 7 CAJAS - 260.588 espectadores Nacional: 7 CAJAS - 260.588 espectadores
	Global: LA EDAD DE HIELO 4 – 2.319.824 espectadores Nacional: LOS ILUSIONISTAS – 214.679 espectadores
	Global: MADAGASCAR 3 – 632.069 espectadores Nacional: BALAS & BOLINHOS – 256.158 espectadores
	Global: LA EDAD DE HIELO 4 – 1.783.985 espectadores Nacional: AZUL Y NO TAN ROSA – 371.270 espectadores

La comparación del *ranking* de estrenos en Iberoamérica y Estados Unidos refleja el paralelismo en cuanto al éxito de *Los Vengadores*, obteniendo en su país de origen unos ingresos de 623,3 millones de dólares y una asistencia estimada de casi 78 millones de espectadores (cuadro 2.1.8).

La segunda posición del ranking la ocupa la tercera parte de *Batman, El caballero oscuro: la leyenda renace* (2012), con 448,1 millones de dólares y 56 millones de espectadores. Por su parte, *La Edad del Hielo 4* (segunda en Iberoamérica), ocupa la posición número quince en Estados Unidos, con 161,3 millones de recaudación, siendo su popularidad muy inferior a la registrada en los países iberoamericanos.

La tercera posición de *Toy Story 3* es coincidente en ambos territorios pero no así ni el cuarto ni el quinto lugar. Otra diferencia importante, es que en el ranking iberoamericano hay cinco películas de animación, mientras que en el estadounidense tan solo hay una.

Cuadro 2.1.8
Ranking acumulado de estrenos en USA. Periodo 2010-2012

Nº	Título	Origen	Espectadores (mn est.)	Ingresos (mn USD)	Año
1	Los Vengadores	USA	77,9	623,3	2012
2	El caballero oscuro: la leyenda renace	USA	56,0	448,1	2012
3	Toy Story 3	USA	53,2	415,0	2010
4	Los Juegos del Hambre	USA	51,0	408,0	2012
5	Harry Potter y las reliquias de la muerte 2	USA, UK	48,2	381,0	2011
6	Transformers 3	USA	44,6	352,3	2011
7	Alicia en el País de las Maravillas	USA	42,8	334,1	2010
8	Iron Man 2	USA	40,0	312,1	2010
9	Skyfall	USA, UK	38,0	304,1	2012
10	El Hobbit: un viaje inesperado	USA, NZ	37,6	301,0	2012

El estreno nacional con más éxito fue *Tropa de Élite 2* (Brasil) con 11,3 millones de espectadores, seguido de *Lo imposible* (España) con seis millones. A continuación, *No eres tú, soy yo* (México) rozó los tres millones de espectadores y *Stefan vs. Kramer* (Chile) superó los dos millones (cuadro 2.1.9).

En el rango del millón de espectadores, se situaron *El paseo* (Colombia), con 1,4 y *Dos más dos* (Argentina) con algo más de un millón. *La hora cero* (Venezuela) superó los 850.000 espectadores, *7 cajas* (Paraguay) obtuvo 260.588, *Balas & Bolinhos* (Portugal) rebasó los 256.000, *Los ilusionautas* (Perú) fue vista por casi 215.000 espectadores y *Con mi corazón en Yambo* (Ecuador) por 165.000.

Cuadro 2.1.9
Ranking de estrenos nacionales en países iberoamericanos. Periodo 2010-2012

Nº	Título	País	Espectadores (mn)	Año
1	Tropa de Elite 2	Brasil	11.303.860	2012
2	Lo imposible	España	6.041.572	2012
3	No eres tú, soy yo	México	2.904.097	2010
4	Stefan vs. Kramer	Chile	2.081.409	2012
5	El paseo	Colombia	1.473.446	2010
6	Dos más dos	Argentina	1.003.479	2010
7	La hora cero	Venezuela	856.077	2010
8	7 cajas	Paraguay	260.588	2012
9	Balas & Bolinhos: o ultimo capítulo	Portugal	256.158	2012
10	Los ilusionautas	Perú	214.679	2012
11	Con mi corazón en Yambo	Ecuador	165.000	2011

El ranking acumulado de los estrenos cinematográficos iberoamericanos (no nacionales) en países iberoamericanos estuvo dominado en su totalidad por películas exclusivamente españolas y por coproducciones entre España, USA y Argentina. En el ranking USA de estrenos iberoamericanos, en nueve producciones hubo participación española y una fue una producción mexicana (cuadros 2.1.10 y 2.1.11).

Lo imposible (2012), con casi cuatro millones de espectadores, fue el estreno iberoamericano no nacional más exitoso, seguido de *Medianoche en París* (2011) con casi tres millones, *A Roma con amor* (2012) con 1,7 millones, *Los ojos de Julia* (2011) con un millón y, en quinta posición de este ranking, con más de 928.000 espectadores, *La piel que habito* (2011).

Los estrenos iberoamericanos no nacionales y sin participación española que obtuvieron un mejor rendimiento fueron la película colombiana *El cartel de los sapos*, con más de 350.000 espectadores (2012), la producción argentina *Poema de salvación* (2010) con más de 245.000 espectadores y la película mexicana *Manda chuva* (2011) con casi 220.000 espectadores.

En el ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos dentro del mercado estadounidense, dominaron las mismas obras que en Iberoamérica pero intercambiando las posiciones: *Medianoche en París* (56,8 millones de dólares), *Lo imposible* (18,1) y *A Roma con amor* (16,6).

Con algo menos de popularidad que las anteriores, en cuarta posición, *El secreto de sus ojos* (6,3 millones de dólares) y en quinta *Biutiful* (5,1). También se encuentra en este ranking, en octava posición, *La piel que habito* (3,1 millones de dólares), y en novena posición, la única obra sin participación española, *Salvando al soldado Pérez* (1,4).

Cuadro 2.1.10
Ranking acumulado de estrenos iberoamericanos (no nacionales) en países iberoamericanos. Periodo 2010-2012

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (USD)	Año
1	Lo imposible	España	3.912.301	16.950.378	2012
2	Medianoche en París	España, USA	2.934.482	17.323.155	2011
3	A Roma con amor	España, Italia, USA	1.769.175	9.745.115	2012

4	Los ojos de Julia	España	1.030.852	3.853.626	2011
5	La piel que habito	España	928.624	5.035.707	2011
6	11-11-11	España, USA	881.321	4.729.693	2011
7	Rec 3	España, USA	816.639	2.842.820	2012
8	El secreto de sus ojos	España, Argentina	715.668	3.508.607	2010
9	Buried (Enterrado)	España, USA	602.187	2.547.638	2010
10	Luces rojas	España, USA	519.219	2.012.689	2012

Cuadro 2.1.11

Ranking de estrenos iberoamericanos en USA. Periodo 2010-2012

Nº	Título	Origen	Espectadores (est.)	Ingresos (USD)	Año
1	Medianoche en París	España, USA	7.192.031	56.817.045	2011
2	Lo imposible	España	2.266.962	18.135.700	2012
3	A Roma con amor	España, Italia, USA	2.085.733	16.685.867	2012
4	El secreto de sus ojos	Argentina, España	819.415	6.391.436	2010
5	Biutiful	España, México, USA	645.726	5.101.237	2011
6	The Way	España, USA	560.856	4.430.765	2011
7	Conocerás al hombre de tus sueños	España, USA	416.442	3.248.246	2010
8	La piel que habito	España	403.267	3.185.812	2011
9	Salvando al soldado Pérez	México	177.307	1.400.726	2011
10	Madres e hijas	España, USA	142.373	1.110.509	2010

El ranking de estrenos de películas cinematográficas europeas (no coproducciones con Iberoamérica, ni con USA) en los países iberoamericanos estuvo dominado por dos obras francesas *Venganza 2 (Taken 2)* e *Intocable (Intouchables)*, ambas con casi seis millones de espectadores.

En tercera y cuarta posición se situaron dos producciones británicas, *El discurso del Rey (The king's speech)* y *La mujer de negro (The woman in Black)*, ambas con más de cuatro millones de espectadores (cuadro 2.1.12).

Cuadro 2.1.12

Ranking acumulado de estrenos europeos (no USA) en países iberoamericanos. Periodo 2010-2012

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (USD)	Año
1	Venganza 2: Conexión Estambul	Francia	5.950.269	28.547.312	2012
2	Intocable	Francia	5.857.713	37.813.731	2012
3	El discurso del Rey	Reino Unido	4.720.816	30.050.996	2011
4	La mujer de negro	Reino Unido	4.153.157	18.610.548	2012
5	Los tres mosqueteros	Alemania, Francia, R. Unido	2.881.005	18.924.600	2011
6	Johnny English 2	Reino Unido	2.650.280	13.945.413	2011
7	The Artist	Francia	1.618.914	10.190.736	2012
8	La dama de hierro	Reino Unido	1.548.992	11.411.566	2012
9	Las Aventuras de Sammy	Bélgica	1.443.778	7.037.836	2011
10	El retrato de Dorian Gray	Reino Unido	982.342	5.179.204	2011

Las *majors* estadounidenses acumularon, aproximadamente, el 75% del mercado cinematográfico en el conjunto de países de Iberoamérica (gráfico 2.1.1), superando individualmente los 1.000 millones de dólares de ingresos y, excepto una, los 200 millones de espectadores (cuadro 2.1.13).

Warner, con una asistencia acumulada a sus estrenos de 265,7 millones de espectadores y casi 1.490 millones de dólares de recaudación, y Disney, con 243,9 millones de espectadores y 1.333,3 millones de de dólares fueron las distribuidoras más exitosas.

En cuanto a las distribuidoras independientes, la compañía brasileña Paris Filmes, con casi 40,9 millones de espectadores, la mexicana Corazón, con 36,1 millones de espectadores, y la compañía española Aurum (eOne), con 25 millones, fueron las que acumularon más espectadores con sus estrenos (cuadro 2.1.14).

Cuadro 2.1.13

Ranking acumulado de distribuidoras en países iberoamericanos. Periodo 2010-2012

Nº	Distribuidora	País	Espectadores (mn)	Ingresos (mn USD)
1	Warner Bros	USA	265,7	1.489,6
2	Walt Disney	USA	243,9	1.333,3
3	Fox	USA	226,4	1.194,7
4	Paramount	USA	202,8	1.075,0
5	Sony Pictures	USA	192,2	1.047,6

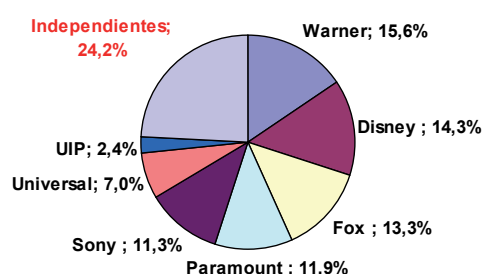
CUADRO DE PELICULAS MAS TAQUILLERAS POR PAISES (AÑO 2012)



Cuadro 2.1.14
Ranking de distribuidoras independientes en países iberoamericanos. Periodo 2010-2012

Nº	Distribuidora	País	Espectadores (mn)	Ingresos (mn USD)
1	Paris Filmes	Brasil	40,9	222,6
2	Corazón	México	36,1	126,0
3	Aurum (eOne Films)	España	25,0	212,3
4	Cine Colombia	Colombia	17,4	69,8
5	Blanco y Travieso	Venezuela	8,5	50,5
6	BF Distribution	Chile	6,8	37,2
7	Alfa	Argentina	6,6	34,7

Gráfico 2.1.1
Porcentaje acumulado de espectadores por distribuidoras en países de Iberoamérica. Periodo 2010-2012



El panorama general cinematográfico en Iberoamérica finaliza con un breve estudio cuantitativo y cualitativo de los 1.279 títulos estrenados en los países iberoamericanos durante el periodo 2010-2012 y de los que se dispone de datos (cuadro 2.1.15). El ANEXO 1 contiene la relación completa de títulos.

Los países que más largometrajes exhibieron en los diferentes mercados fueron España (401 títulos), Argentina (341), Brasil (254) y México (204). De forma conjunta, estos cuatro países difundieron en sus salas cinematográficas el 94% del total de los títulos iberoamericanos distribuidos. Otros dos países con un peso significativo fueron Chile (82 títulos) y Colombia (59 títulos).

El porcentaje de producciones nacionales representa casi el 79% (1.010 títulos) mientras que el de coproducciones internacionales, entre dos o más países, supone el 21% (269 títulos). Del total de coproducciones, el 55,8% (150 títulos) fueron entre países iberoamericanos y el 44,2% (119 títulos) con el resto de países (cuadro 2.1.16).

La comparación del porcentaje de estrenos de coproducciones internacionales en los países en los que se dispone de datos del mercado cinematográfico, refleja que Colombia es el que tiene el valor más elevado, con un 39% de coproducciones respecto al total de títulos colombianos estrenados, seguido de Chile (37,8%), España (35,4%) y Argentina (28,7%).

Brasil es el tercer país en número de títulos estrenados entre 2010 y 2012 pero su porcentaje de coproducciones es del 16,1%, mientras que México (cuarto país en números de títulos) tiene un 25,5% de coproducciones y Venezuela un 22,2%.

El acceso de algunos países a los mercados cinematográficos de referencia se produce en muchos casos a través de coproducciones, como es el caso de Bolivia, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua, la República Dominicana, Cuba y Portugal.

Cuadro 2.1.15

Distribución por países de producción de los títulos iberoamericanos estrenados en países iberoamericanos (AR-BR-CL-CO-ES-ME-VE-US). Periodo 2010-2012

Nº	País	Nº títulos	Producciones	Coproducciones	% Coproducción
1	Argentina	341	243	98	28,7
2	Bolivia	4	0	4	100,0
3	Brasil	254	213	41	16,1
4	Chile	82	51	31	37,8
5	Colombia	59	36	23	39,0
6	Costa Rica	3	0	3	100,0
7	Cuba	11	1	10	90,9
8	Ecuador	1	1	0	0,0
9	España	401	259	142	35,4
10	Guatemala	3	0	3	100,0
11	México	204	152	52	25,5
12	Nicaragua	2	0	2	100,0
13	Panamá	3	1	2	66,7
14	Paraguay	1	0	1	100,0
15	Perú	13	5	8	61,5
16	Portugal	16	1	15	93,8
17	Puerto Rico	2	2	0	0,0
18	República Dominicana	1	0	1	100,0
19	Uruguay	17	2	15	88,2
20	Venezuela	44	34	10	22,7

Cuadro 2.1.16

Distribución por tipo de producción de los títulos iberoamericanos estrenados en países iberoamericanos (AR-BR-CO-CL-ES-ME-VE-US). Periodo 2010-2012

Tipo de producción	Títulos	Porcentaje
Nacionales 100%	1.010	79,0
Coproducciones	269	21,0
Total títulos	1.279	100,0

Tipo de coproducción	Títulos	Porcentaje
Iberoamericanas	150	55,8
Resto coproducciones	119	44,2
Total coproducciones	269	100,0

La internacionalización de los títulos dentro del mercado iberoamericano y USA se refleja en el cuadro 2.1.17. De los 1.279 títulos, 1.036 (81%) se exhibieron exclusivamente en el país iberoamericano de origen y 243 (19%) en países iberoamericanos diferentes al de origen. En este grupo se han incluido las coproducciones estrenadas en todos los países de origen (28 títulos).

De los 243 estrenos exportados, el 68% de los títulos se exhibieron en un país o en dos países diferentes al de producción de la obra y el 32% en tres o más países. Las seis películas distribuidas en los ocho mercados de referencia en el periodo analizado son: *A Roma con amor*, *Buried*, *Conocerás al hombre de tus sueños*, *La piel que habito*, *Madres e hijas* y *Medianoche en París*.

Los títulos 100% iberoamericanos estrenados en un mayor número de mercados de los incluidos en el estudio son: *La piel que habito* (España, 8 países), *Ágora* (España, 7 países), *Los ojos de Julia*

(España, 7 países), *Poema de salvación* (Argentina, 7 países) y *REC 3* (España 7 países). Otros títulos no españoles exhibidos en cuatro y cinco mercados son: *El hombre de al lado* (Argentina, 5 países), *La casa muda* (Uruguay, 5 países), *Año bisiesto* (México, 4 países), *Don Gato y su pandilla* (México; 4 países), *Dos hermanos* (Argentina, 4 países) y *El estudiante* (México, 4 países).

El género predominante entre la muestra de títulos analizada es el de ficción (imagen real), con casi el 69% del total de obras (880 títulos), seguido de los largometrajes documentales estrenados en las salas cinematográficas, con el 27,6% (353 títulos), y del género de animación con un 3,6% (45 títulos).

Las temáticas más habituales dentro de los títulos de ficción son los dramas (56,9%) y las comedias (23,6%), que conjuntamente representan más del 80%. El tercer género más habitual después de los anteriores es el de suspense (7,4%).

Cuadro 2.1.17

Características generales de los títulos iberoamericanos estrenados en países iberoamericanos (AR-BR-CO-CL-ES-ME-VE-US). Periodo 2010-2012

<i>Mercados de exhibición</i>		
Mercado	Títulos	Porcentaje
País de origen	1.036	81,0
Varios países	243	19,0
Total títulos	1.279	100,0
<i>Tipo de género</i>		
Géneros	Títulos	Porcentaje
Ficción	880	68,8
Documental	353	27,6
Animación	46	3,6
Total títulos	1.279	100,0
<i>Temática de ficción</i>		
Temática	Títulos	Porcentaje
Dramas	501	56,9
Comedias	208	23,6
Suspense	65	7,4
Terror	27	3,1
Acción	27	3,1
Aventuras	23	2,6
Western	11	1,3
Ciencia ficción	9	1,0
Fantásticas	6	0,7
Musicales	3	0,3
Total títulos	880	100

PANORAMA CINEMATOGRAFICO POR PAISES



ARGENTINA

La población de Argentina se sitúa aproximadamente en 41 millones de habitantes en 2012, el número de pantallas de cine ronda las 800, el total de estrenos comerciales asciende a 300 y el de nacionales a 130 (cuadro 2.2.1).

La cuota de mercado de estrenos nacionales representa el 43,3%, el 9,6% en asistencia de espectadores y el 8,6% en recaudación.

El precio medio de la entrada al cine fue de 5,6 dólares (1 dólar más que en 2010) y la frecuencia de asistencia se situó en 1,1 películas por habitante.

Cuadro 2.2.1
Panorama cinematográfico en Argentina

	2010	2011	2012
Población (millones)	40,1	40,9	41,0
PIB-GDP (billones USD)	0,668	0,728	0,746
Número de pantallas de cine	944	792	800
Ingresos cinematográficos (millones USD)	178,3	236,0	287,3
Asistencia espectadores (millones)	38,5	42,0	45,8
Número de estrenos comerciales totales	353	334	300
Número de estrenos extranjeros	215	205	170
Número de estrenos nacionales	138	129	130
Asistencia anual por habitante	1,0	1,0	1,1
Precio medio entrada (USD)	4,6	5,5	5,6

El número de espectadores asistentes a salas cinematográficas en Argentina aumentó desde los 38,5 millones de 2010 a los casi 46 millones de 2012. Este dato supone un incremento del 19% y el 9%, respecto a 2010 y 2011 (cuadro 2.2.2).

La recaudación cinematográfica pasó de 178,3 millones de dólares en 2010 a 287,3 millones en 2012, lo cual representa un incremento de un 61,1% y un 21,7%, respecto a 2010 y 2011.

El aumento del interés por el cine en Argentina se refleja en el promedio anual de asistencia a las salas ya que en el quinquenio 2005-2009 fue de 34,8 millones de espectadores y en el trienio 2010-2012 fue de 42,1 millones (+7,3 millones).

Cuadro 2.2.2
Espectadores e ingresos de los estrenos cinematográficos. Argentina

Origen	Espectadores			Total
	2010	2011	2012	
USA	34.006.102	35.394.201	37.958.525	107.358.828
Argentina	3.367.754	2.937.532	4.424.782	10.730.068

Iberoamérica	263.651	1.625.163	851.344	2.740.158
Europa	860.468	1.804.897	2.530.354	5.195.719
Resto países	19.400	275.774	78.833	374.007
Total	38.517.375	42.037.567	45.843.838	126.398.780
<i>Ingresos</i>				
Origen	2010	2011	2012	Total
USA	159.480.423	202.163.039	242.409.727	604.053.189
Argentina	13.981.685	13.636.945	24.864.594	52.483.224
Iberoamérica	1.142.477	8.843.186	5.141.411	15.127.074
Europa	3.691.170	9.831.793	14.472.897	27.995.860
Resto países	77.706	1.581.911	420.621	2.080.238
Total	178.373.461	236.056.874	287.309.250	701.739.585

El dominio de las producciones estadounidenses en el trienio 2010-2012 se pone de manifiesto en la evolución anual de los porcentajes sobre el total de espectadores y recaudación cinematográfica. En los tres años, la cuota de mercado del cine americano en ambos conceptos se mantuvo por encima del 82% (cuadro 2.2.3).

En cuanto a los espectadores, la cuota máxima del cine USA fue del 88,29% en 2010 y la mínima de un 82,79% en 2012. Por su parte, el cine argentino obtuvo su máxima popularidad en 2012 (9,65%), el cine iberoamericano en 2011 (3,87%) y el europeo en 2012 (5,52%).

<i>Cuadro 2.2.3</i>				
<i>Cuota de mercado de los estrenos cinematográficos. Argentina</i>				
<i>Porcentaje sobre el total de espectadores</i>				
Origen	2010	2011	2012	
USA	88,29	84,20	82,79	
Argentina	8,74	6,99	9,65	
Iberoamérica	0,68	3,87	1,86	
Europa	2,23	4,29	5,52	
Resto países	0,05	0,66	0,17	
<i>Porcentaje sobre el total de ingresos</i>				
Origen	2010	2011	2012	
USA	89,41	85,64	84,37	
Argentina	7,84	5,78	8,65	
Iberoamérica	0,64	3,75	1,79	
Europa	2,07	4,17	5,04	
Resto países	0,04	0,67	0,15	

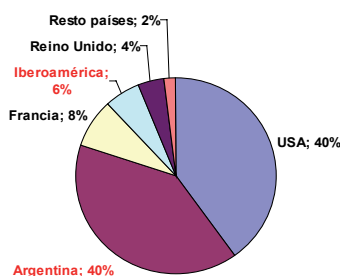
Los datos acumulados del trienio 2010-2012 reflejan que el cine USA sumó 604 millones de dólares (86,1%) y 107,3 millones de espectadores (84,9%), mientras que el cine argentino e iberoamericano consiguieron una recaudación conjunta de 67,6 millones de dólares (9,7%) y una asistencia de casi 13,5 millones de espectadores (10,7%) (Cuadro 2.2.4).

Los estrenos comerciales cinematográficos argentinos en el trienio 2010-2012 representaron el 40% sobre el total de 987 películas, de los que el 81% fueron producciones nacionales y el 19% coproducciones internacionales. De estas coproducciones internacionales, el 33% fueron con España y el resto, en su mayor parte, con Alemania, Chile y Francia. También hubo estrenos de coproducciones argentinas con Bolivia, Brasil, Colombia, Cuba, México, Perú, Uruguay y Venezuela.

Los estrenos cinematográficos iberoamericanos en el trienio 2010-2012 representaron el 6% sobre el total, de los que casi el 59% fueron películas españolas, el 12% mexicanas y el 9% brasileñas. Otros países iberoamericanos presentes en los cines argentinos en este periodo fueron: Chile, Colombia, Nicaragua, Perú, Uruguay y Venezuela.

Respecto al resto de países, el 40% fueron estrenos USA, el 8% películas procedentes de Francia y el 4% de Reino Unido. El porcentaje restante correspondió, sobre todo, a estrenos alemanes e italianos.

Gráfico 2.2.1
Distribución de los estrenos cinematográficos según su origen. Argentina. Periodo 2010-2012



Cuadro 2.2.4

<i>Datos acumulados y cuota de mercado de los estrenos cinematográficos en Argentina. Periodo 2010-2012</i>				
Origen	Ingresos	%	Espectadores	%
USA	604.053.189	86,1	107.358.828	84,9
Argentina	52.483.224	7,5	10.730.068	8,5
Iberoamérica	15.127.074	2,2	2.740.158	2,2
Europa	27.995.860	4,0	5.195.719	4,1
Resto países	2.080.238	0,3	374.007	0,3
Total	701.739.585		126.398.780	

En cuanto al rendimiento del cine de los países con más cuota de mercado en Argentina (aparte de Argentina y USA) en el trienio 2010-2012, hay que señalar que Francia (excluidas las coproducciones con Iberoamérica y USA) estrenó 78 películas que aglutinaron un total de 2,5 millones de espectadores, las 34 películas españolas (excluidas las coproducciones con Argentina) sumaron 2,4 millones de espectadores y las 42 películas procedentes de Reino Unido (excluidas las coproducciones con Iberoamérica y USA) sumaron 1,7 millones de espectadores (cuadro 2.2.5).

Cuadro 2.2.5

Datos acumulados por los estrenos cinematográficos de los países con más mercado en Argentina. Periodo 2010-2012

Origen	Estrenos	Espectadores	Ingresos
USA	392	107.358.828	604.053.189
Argentina	397	10.730.068	52.483.224
Francia	78	2.546.110	13.626.085
España	34	2.458.122	13.705.325
Reino Unido	42	1.700.299	9.062.526
Total	943	124.793.427	692.930.349

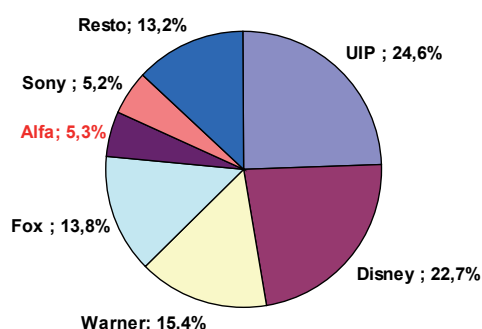
Las producciones americanas dominaron la taquilla del cine en Argentina y sus distribuidoras acumularon el 80,5% del total de espectadores en el trienio 2010-2012. Las distribuidoras con más éxito fueron Universal International Pictures cuyos estrenos sumaron 30,6 millones de espectadores, seguida de Disney con 28,2 millones (cuadro 2.2.5).

La distribuidora autóctona con más éxito fue Alfa con 6,6 millones de espectadores acumulados, superando incluso a Sony Pictures.

Cuadro 2.2.6
Ranking de distribuidoras por espectadores. Argentina

Distribuidora	2010	2011	2012	Total
UIP (Universal+Paramount)	8.446.363	10.422.887	11.779.523	30.648.773
Disney	9.549.385	9.080.326	9.643.077	28.272.788
Warner Bros	6.238.624	6.501.275	6.424.970	19.164.869
Fox	4.985.457	4.553.595	7.703.550	17.242.602
Alfa	2.001.120	2.105.997	2.495.040	6.602.157
Sony Pictures	1.977.291	2.889.909	1.568.976	6.436.176

Gráfico 2.2.2
Porcentaje de espectadores por distribuidoras. Argentina.
Periodo 2010-2012



En los tres años considerados, *La Edad del Hielo 4* (2012), fue la producción más exitosa con 4,4 millones de espectadores, seguida de *Toy Story 3* (2010) con 3,1, y *Avatar* (2010) y *Madagascar 3* (2012), con 2,8 millones cada una. Por su parte, la película argentina más popular fue *Dos más dos* (2012), con un millón de espectadores (cuadros 2.2.7, 2.2.8 y 2.2.9).

Las producciones más populares provienen mayoritariamente de Estados Unidos (algunas en coproducción con Reino Unido), salvo dos producciones Argentinas (*Dos más dos e Igualita a mi*) y una francesa (*Venganza 2: Conexión Estambul*).

Cuadro 2.2.7
Ranking de estrenos cinematográficos. Argentina 2010

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	Toy Story 3	USA	3.145.336	15.703.136	Walt Disney
2	Avatar	USA	2.860.405	14.525.834	Fox
3	Shrek, felices para siempre	USA	2.772.972	14.020.688	UIP

4	Alicia en el país de las Maravillas	USA	1.650.292	8.361.193	Walt Disney
5	Harry Potter y las reliquias de la muerte 1	UK, USA	1.309.993	5.961.426	Warner Bros
6	Origen	UK, USA	1.117.091	5.049.567	Warner Bros
7	Eclipse	USA	1.010.509	4.397.677	Alfa
8	Las crónicas de Narnia 3	UK, USA	851.084	4.649.351	Fox
9	Igualita a mi	Argentina	821.335	3.566.127	Walt Disney
10	Furia de Titanes	USA	779.188	4.046.223	Warner Bros

Cuadro 2.2.8

Ranking de estrenos cinematográficos. Argentina 2011

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	Cars 2	USA	2.040.141	12.352.772	Walt Disney
2	Piratas del Caribe 4	USA	1.917.855	12.108.695	Walt Disney
3	El gato con botas	USA	1.862.589	11.632.471	UIP
4	Harry Potter y las reliquias de la muerte 2	UK, USA	1.818.159	11.268.070	Warner Bros
5	Rio	USA	1.642.633	9.716.885	Fox
6	Kung Fu Panda 2	USA	1.623.303	9.668.747	UIP
7	Enredados	USA	1.590.041	8.460.349	Walt Disney
8	Los Pitufos	USA	1.316.074	8.019.986	Sony
9	Transformers 3	USA	1.276.581	8.363.284	UIP
10	Fast & Furious 5	USA	1.255.338	6.517.711	UIP

Cuadro 2.2.9

Ranking de estrenos cinematográficos. Argentina 2012

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	La Edad de hielo 4	USA	4.464.249	30.319.108	Fox
2	Madagascar 3	USA	2.898.859	18.494.554	UIP
3	Los Vengadores	USA	2.674.465	17.808.652	Walt Disney
4	El caballero oscuro: la leyenda renace	USA	1.804.177	11.277.804	Warner Bros
5	Brave	USA	1.697.230	11.282.164	Walt Disney
6	Amanecer: parte 2	USA	1.277.279	7.614.524	Alfa
7	El sorprendente hombre araña	USA	1.187.105	8.326.972	UIP
8	El Hobbit: un viaje inesperado	USA, NZ	1.046.453	7.592.962	Warner Bros
9	Dos más dos	Argentina	1.003.479	5.940.285	Walt Disney
10	Venganza 2: Conexión Estambul	Francia	912.540	5.265.185	Fox

En cuanto a los *rankings* nacionales, aparte de *Dos más dos*, hay que destacar la popularidad de la coproducción hispano-argentina, *Un cuento chino*, con más de 900.000 espectadores; *Igualita a mí*, con 821.335 y la coproducción hispano-franco-argentina *Elefante blanco*, con más de 756.000 espectadores (cuadros 2.2.10, 2.2.11 y 2.2.12).

De los 30 estrenos cinematográficos que figuran en los tres cuadros, 20 son producciones argentinas 100% y diez, coproducciones con otros países (ocho con España).

Cuadro 2.2.10

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Argentina 2010

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Igualita a mi	Argentina	821.335	3.566.127
2	Carancho	Argentina, Francia	612.621	2.550.094
3	Dos hermanos	Argentina	462.507	1.873.386
4	Gaturro	Argentina, México	415.991	2.132.430
5	Sin retorno	Argentina, España	129.839	541.837
6	El hombre de al lado	Argentina	125.685	525.122
7	Pájaros volando	Argentina	111.400	455.648
8	Plumíferos	Argentina	52.341	198.619
9	Paco	Argentina	51.950	189.355
10	Miss Tacuarembó	Argentina, España, Uruguay	45.242	160.660

Cuadro 2.2.11

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Argentina 2011

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Un cuento chino	Argentina, España	902.264	4.468.109
2	Viudas	Argentina	382.049	1.948.318
3	Mi primera boda	Argentina	297.038	1.522.217
4	Revolución: el cruce de los Andes	Argentina	275.222	1.146.661
5	Los Marziano	Argentina	207.458	1.032.685
6	Hermanitos del fin del mundo	Argentina	82.164	392.951
7	Sudor frío	Argentina	80.203	405.492
8	Un amor	Argentina	65.500	321.969
9	Juan y Eva	Argentina	60.034	261.631
10	El gato desaparece	Argentina	45.439	211.181

Cuadro 2.2.12

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Argentina 2012

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Dos más dos	Argentina	1.003.479	5.940.285
2	Elefante blanco	Argentina, España, Francia	756.733	4.186.845
3	¡Atraco!	Argentina, España	561.070	3.342.916
4	Peter Capusotto y sus 3 dimensiones	Argentina	270.714	2.060.081
5	Infancia clandestina	Argentina, Brasil, España	187.837	953.535
6	La suerte en tus manos	Argentina, España	186.741	985.036
7	Extraños en la noche	Argentina	144.920	793.483
8	Todos tenemos un plan	Argentina, Alemania, España	129.301	708.411
9	Donde habita el diablo	España	121.003	789.505
10	Nestor Kirchner: La película	Argentina	109.932	620.081

En cuanto a los *rankings* de los estrenos de películas iberoamericanas (no argentinas) y europeas (no USA), aparte de *Venganza 2: conexión Estambul* (2012), figuran en los cuadros, la coproducción hispanoamericana *Medianoche en París* (2011), con 717.065 espectadores, la producción británica *El discurso del Rey* (2011), con 557.797, y la coproducción *A Roma con amor*, con 445.644 espectadores (cuadros 2.2.13, 2.2.14 y 2.2.15).

Cuadro 2.2.13
Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. Argentina 2010

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Buried (Enterrado)	España, USA	139.143	626.120
2	El baile de la victoria	España	62.434	263.758
3	Ágora	España	42.630	203.465
4	El lince perdido	España	20.111	86.855
5	Cinco días sin Nora	México	19.120	59.676
<i>Europa</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Vincere	France, Italia	79.823	346.623
2	Los hombres que no amaban a las mujeres	Alemania, Suecia, Dinamarca	67.341	281.787
3	El imaginario mundo del Doctor Parnassus	Canadá, Francia, Reino Unido	57.918	244.988
4	La cinta blanca	Alemania, Austria, Francia, Italia	43.813	184.360
5	Enseñanza de vida	Reino Unido	42.812	188.939

Cuadro 2.2.14
Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. Argentina 2011

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Medianoche en París	España, USA	717.065	3.981.257
2	La piel que habito	España	151.453	800.729
3	Conocerás al hombre de tus sueños	España, USA	150.526	740.023
4	11 -11 -11	España, USA	118.632	643.181
5	Don Gato y su pandilla	México	114.380	687.981
<i>Europa</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	El discurso del Rey	Reino Unido	557.797	2.695.930
2	Las aventuras de Sammy	Bélgica	211.163	1.367.025
3	Los tres mosqueteros	Alemania, Francia, R. Unido	176.240	1.186.644
4	Habemus Papam	Francia, Italia	125.470	657.938
5	Johnny English 2	Reino Unido	63.822	338.266

Cuadro 2.2.15
Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. Argentina 2012

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	A Roma con amor	España, Italia, USA	445.644	2.725.384
2	Donde habita el diablo	España	121.003	789.505
3	Rec 3 (Génesis)	España	93.398	559.585
4	Un dios salvaje	Alemania, España, Francia	44.362	246.137
5	Luces rojas	España, USA	34.019	188.731
<i>Europa</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Venganza 2: Conexión Estambul	Francia	912.540	5.265.185
2	La mujer de negro	Reino Unido, Suecia	248.145	1.428.926
3	The Artist	Francia	216.092	1.185.803

4	La dama de hierro	Reino Unido	151.633	844.673
5	Intocable	Francia	123.307	732.857

La coproducción hispano-argentina *Encontrarás dragones* fue la película que aglutinó al mayor número de espectadores en los países iberoamericanos durante el periodo 2010-2012, en concreto, registró la asistencia de 363.065 espectadores en España (cuadro 2.2.16).

También sobrepasaron los 300.000 espectadores *El secreto de sus ojos* (Brasil) y *El páramo* (Colombia). *El secreto de sus ojos* fue el estreno argentino más visto en Brasil, Chile y México y el tercero más popular en Colombia y Venezuela en dicho periodo (cuadro 2.2.16). En España, en 2009, acumuló un total de un millón de espectadores.

Cuadro 2.2.16				
Ranking de películas argentinas estrenadas en países iberoamericanos. 2010-2012				
Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Estreno
<i>Brasil</i>				
El secreto de sus ojos	Argentina, España	328.538	1.811.245	26/02/2010
Un cuento chino	Argentina, España	264.528	1.928.214	02/09/2011
Elefante blanco	Argentina, España, Francia	54.932	321.060	02/11/2012
<i>Chile</i>				
El secreto de sus ojos	Argentina, España	88.501	471.500	07/01/2010
Selkirk	Argentina, Chile, Uruguay	33.699	163.598	02/02/2012
Un cuento chino	Argentina, España	24.151	176.450	22/03/2012
<i>Colombia</i>				
El páramo	Argentina, Colombia, España	317.302	1.105.614	07/10/2011
El Jefe	Argentina, Canadá, Colombia	309.042	1.156.242	14/01/2011
El secreto de sus ojos	Argentina, España	115.376	484.192	11/06/2010
<i>España</i>				
Encontrarás dragones	Argentina, España, USA	363.065	2.951.656	25/03/2011
Un cuento chino	Argentina, España	341.612	3.200.328	17/06/2011
Elefante Blanco	Argentina, España, Francia	152.753	1.217.128	13/07/2012
<i>México</i>				
El secreto de sus ojos	Argentina, España	183.253	741.670	28/05/2010
Poema de salvación	Argentina	70.743	223.371	21/05/2010
Gaturro	Argentina, México	37.206	113.604	27/04/2012
<i>Venezuela</i>				
Poema de salvación	Argentina	34.108	127.019	26/03/2010
Plumíferos	Argentina	21.400	169.825	18/11/2011
El secreto de sus ojos	Argentina, España	7.686	52.433	11/03/2011

El éxito de *El secreto de sus ojos* se reflejó en los 6,3 millones de dólares que recaudó en Estados Unidos, los 3,3 millones de Francia, los 1,3 de Italia y los 1,2 de Alemania y Reino Unido, respectivamente, a los que hay que sumar los más de nueve millones de dólares obtenidos en España durante 2009 (cuadro 2.2.17).

<i>Cuadro 2.2.17</i>			
<i>Ranking de películas argentinas estrenadas en otros países. 2010-2012</i>			
Título	Origen	Ingresos	Estreno
<i>Alemania</i>			
El día que no nació	Argentina, Alemania	1.280.709	10/02/2011
El secreto de sus ojos	Argentina, España	1.231.015	28/10/2010
Un cuento chino	Argentina, España	383.819	05/01/2012
<i>Australia</i>			
El secreto de sus ojos	Argentina, España	691.627	27/05/2010
Copacabana	Argentina, Francia	185.402	25/11/2010
Un cuento chino	Argentina, España	133.552	30/08/2012
<i>Francia</i>			
El secreto de sus ojos	Argentina, España	3.364.567	05/05/2010
Copacabana	Argentina, Francia	2.351.644	07/07/2010
Las acacias	Argentina, España	813.431	04/01/2012
<i>Italia</i>			
El secreto de sus ojos	Argentina, España	1.399.245	04/06/2010
Un cuento chino	Argentina, España	428.960	23/03/2012
La llamada	Argentina, Italia	158.949	11/05/2012
<i>Países Bajos</i>			
El secreto de sus ojos	Argentina, España	521.226	26/08/2010
First Mission	Argentina, Países Bajos	295.120	25/03/2010
<i>Reino Unido</i>			
El secreto de sus ojos	Argentina, España	1.212.296	13/08/2010
Carancho	Argentina, Francia	138.471	02/03/2012
Las acacias	Argentina, España	127.451	02/12/2011
<i>Rusia</i>			
Boogie	Argentina, México	29.712	09/12/2010
Tetro	Argentina, España, Italia	16.852	07/01/2010
El secreto de sus ojos	Argentina, España	16.620	30/09/2010
<i>USA</i>			
El secreto de sus ojos	Argentina, España	6.391.436	16/04/2010
Encontrarás dragones	Argentina, España, USA	1.069.334	06/05/2011
Poema de salvación	Argentina	914.818	15/10/2010



BRASIL

La población de Brasil se sitúa aproximadamente en 196,5 millones de habitantes en 2012, el número de pantallas de cine supera las 2.500, el total de estrenos comerciales asciende a 330 y el de nacionales a 83 (cuadro 2.2.18).

Los estrenos nacionales representan el 25,1% sobre el número total de estrenos, el 13,1% en asistencia de espectadores y el 11,9% en recaudación.

El precio medio de la entrada al cine es de 5,7 dólares (0,4 dólares más que en 2010) y la frecuencia de asistencia al cine se situó en 0,8 películas por habitante.

Cuadro 2.2.18
Panorama cinematográfico en Brasil

	2010	2011	2012
Población (millones)	193,3	194,9	196,5
PIB-GDP (billones USD)	2,269	2,331	2,362
Número de pantallas de cine	2.238	2.352	2.515
Ingresos cinematográficos (millones USD)	694,2	856,0	853,2
Asistencia espectadores (millones)	130,9	140,3	150,6
Número de estrenos comerciales totales	303	339	330
Número de estrenos extranjeros	228	240	247
Número de estrenos nacionales	75	99	83
Asistencia anual por habitante	0,7	0,7	0,8
Precio medio entrada (USD)	5,3	6,0	5,7

El número de espectadores asistentes a salas cinematográficas en Brasil aumentó desde los casi 131 millones de 2010 a los 150,6 millones de 2012. Este dato supone un incremento del 15% y del 7,3%, respecto a 2010 y 2011, respectivamente (cuadro 2.2.19).

La recaudación cinematográfica pasó de 694,2 millones de dólares en 2010 a 853,2 millones en 2012, lo cual representa un incremento de un 22,9% respecto a 2010 y una reducción del 0,3% respecto a 2011 (856 millones).

El aumento del interés por el cine en Brasil se refleja en el promedio de asistencia a las salas, ya que en el quinquenio 2005-2009 fue de 95,3 millones de espectadores por año y en el trienio 2010-2012 fue de 140,6 millones (+45,3 millones).

Cuadro 2.2.19
Espectadores e ingresos de estrenos cinematográficos. Brasil

ESPECTADORES				
Origen	2010	2011	2012	Total
USA	100.422.446	117.237.388	122.910.699	340.570.533
Brasil	27.981.796	14.280.649	19.840.972	62.103.417
Iberoamérica	972.311	3.083.518	1.934.999	5.990.828
Europa	1.521.196	4.749.376	5.643.962	11.914.534

Resto países	47.535	1.025.526	288.975	1.362.036
Total	130.945.284	140.376.457	150.619.607	421.941.348
INGRESOS				
Origen	2010	2.011	2012	Total
USA	533.219.701	716.604.149	703.162.825	1.952.986.675
Brasil	146.743.722	82.166.005	101.585.828	330.495.555
Iberoamérica	5.537.440	20.237.923	11.156.533	36.931.896
Europa	8.464.083	31.022.532	35.566.016	75.052.631
Resto países	249.150	6.010.171	1.773.075	8.032.396
Total	694.214.096	856.040.780	853.244.277	2.403.499.153

El dominio de las producciones estadounidenses en el trienio 2010-2012 se pone de manifiesto en la evolución anual de los porcentajes sobre el total de espectadores y recaudación cinematográfica. En los tres años, la cuota de mercado del cine americano en ambos conceptos se mantuvo por encima del 76% (cuadro 2.2.20).

En cuanto a los espectadores, la cuota máxima del cine USA en las salas brasileñas fue del 83,52% en 2011 y la mínima de un 76,69% en 2010. Por su parte, el cine nacional obtuvo su máxima popularidad en 2010 (21,37%), el cine iberoamericano en 2011 (2,20%) y el europeo en 2012 (3,75%).

<i>Cuadro 2.2.20</i>			
<i>Cuota de mercado de los estrenos cinematográficos. Brasil</i>			
<i>Porcentaje sobre el total de espectadores</i>			
Origen	2010	2011	2012
USA	76,69	83,52	81,6
Brasil	21,37	10,17	13,17
Iberoamérica	0,74	2,20	1,28
Europa	1,16	3,38	3,75
Resto países	0,04	0,73	0,19
<i>Porcentaje sobre el total de ingresos</i>			
Origen	2010	2011	2012
USA	76,81	83,71	82,41
Brasil	21,14	9,6	11,91
Iberoamérica	0,8	2,36	1,31
Europa	1,22	3,62	4,17
Resto países	0,04	0,7	0,21

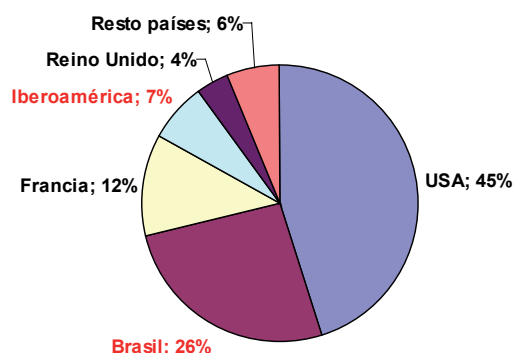
Los datos acumulados del trienio 2010-2012 reflejan que el cine USA sumó 1.952 millones de dólares (81,3%) y 340,5 millones de espectadores (80,7%), mientras que el cine brasileño e iberoamericano consiguieron una recaudación conjunta de 367,4 millones de dólares (15,3%) y una asistencia de 68 millones de espectadores (16,1%) (Cuadro 2.2.21).

Los estrenos comerciales cinematográficos brasileños en el trienio 2010-2012 representaron el 26% en número, de los que un 93,3% fueron producciones nacionales en su totalidad y un 6,7% restante coproducciones internacionales. Los países coproductores más habituales fueron Argentina, España, Francia, Reino Unido y Estados Unidos. En menor medida con Colombia y Uruguay.

Los estrenos comerciales cinematográficos iberoamericanos en el trienio 2010-2012 representaron el 7%, de los que un 40% fueron películas españolas, otro 40% argentinas y entre el 20% restante, destacaron por su número, producciones de Chile, Colombia, México y Portugal. Otros países presentes en los cines brasileños en este periodo fueron Perú, Uruguay y Venezuela.

Respecto al resto de países, el 45% fueron estrenos USA, el 12% películas procedentes de Francia y el 4% de Reino Unido. El porcentaje restante correspondió, sobretodo, a estrenos alemanes e italianos.

Gráfico 2.2.3
Distribución de los estrenos cinematográficos según su origen.
Brasil. Periodo 2010-2012



Cuadro 2.2.21

Datos acumulados y cuota de mercado de los estrenos cinematográficos en Brasil. Periodo 2010-2012

Origen	Ingresos	%	Espectadores	%
USA	1.952.986.675	81,3	340.570.533	80,7
Brasil	330.495.555	13,8	62.103.417	14,7
Iberoamérica	36.931.896	1,5	5.990.828	1,4
Europa	75.052.631	3,1	11.914.534	2,8
Resto países	8.032.396	0,3	1.362.036	0,3
Total	2.403.499.153		421.941.348	

En cuanto al rendimiento del cine de los países con más cuota de mercado en Brasil (aparte de Brasil y Estados Unidos) en el trienio 2010-2012, hay que señalar que Francia estrenó 120 películas (excluidas las coproducciones con Iberoamérica y USA) que aglutinaron un total de 5,4 millones de espectadores, las 27 películas españolas (excluidas las coproducciones con Argentina y Brasil) sumaron 4,5 millones de espectadores, las 37 películas del Reino Unido (excluidas las coproducciones con Iberoamérica y USA) 4 millones de espectadores y las producciones argentinas (excluidas las coproducciones con Brasil) sumaron un millón de espectadores (cuadro 2.2.22).

Cuadro 2.2.22

Datos acumulados por los estrenos cinematográficos de los países con más mercado en Brasil. Periodo 2010-2012

Origen	Estrenos	Espectadores	Ingresos
USA	441	340.570.533	1.952.986.675
Brasil	257	62.103.417	330.495.555
Francia	120	5.402.527	32.456.867
España (cop. FR/US/UK)	27	4.549.159	28.227.191
Reino Unido	37	4.021.256	25.168.684
Argentina (cop. ESP.)	26	1.034.870	6.356.140
Total	908	417.681.762	2.375.691.112

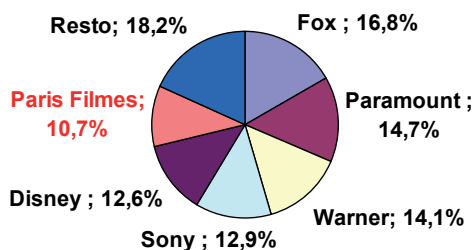
Las distribuidoras americanas (incluyendo Universal) acumularon casi el 70% de la asistencia a las salas cinematográficas brasileñas en el periodo 2010-2012. Las distribuidoras con más éxito fueron Fox, cuyos estrenos sumaron 64,1 millones de espectadores, seguida de Paramount, con 56,3 millones (cuadro 2.2.23).

La distribuidora autóctona con más éxito fue Paris Filmes con casi 41 millones de espectadores acumulados.

Cuadro 2.2.23
Ranking de distribuidoras por espectadores. Brasil

Distribuidora	2010	2011	2012	Total
Fox	19.673.678	21.911.050	22.597.232	64.181.960
Paramount	19.742.081	25.416.495	11.240.249	56.398.825
Warner Bros.	17.532.764	17.901.717	18.514.507	53.948.988
Sony Pictures	12.472.724	15.007.647	21.996.769	49.477.140
Disney	14.798.382	16.655.298	16.925.357	48.379.037

Gráfico 2.2.4
Porcentaje de espectadores por distribuidoras. Brasil. Periodo 2010-2012



La producción más exitosa en los tres años analizados fue la película brasileña *Tropa de élite 2* (2010), con 11,3 millones de espectadores y 62,1 millones de dólares de recaudación (cuadros 2.2.24, 2.2.25 y 2.2.26). Otras dos películas *made in USA* superaron los diez millones de espectadores: *Los Vengadores* (2012) y *Amanecer: parte 2* (2012).

De las películas que figuran en los tres *top-10*, 24 son estadounidenses y 6 son brasileñas.

Cuadro 2.2.24
Ranking de estrenos cinematográficos. Brasil 2010

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	Tropa de élite 2	Brasil	11.303.860	62.111.103	Zazen
2	Shrek, felices para siempre	USA	7.367.657	40.067.822	Paramount
3	Eclipse	USA	6.016.490	29.181.310	Paris Filmes
4	Alvin y las ardillas 2	USA	5.155.979	22.346.972	Fox
5	Harry Potter y las reliquias de la muerte 1	UK, USA	4.567.254	22.825.652	Warner Bros
6	Alicia en el país de las Maravillas	USA	4.337.153	27.172.795	Walt Disney
7	Toy Story 3	USA	4.189.348	23.080.755	Walt Disney

8	Nosso Lar	Brasil	4.059.248	21.028.286	Fox
9	De pernas pro ar	Brasil	3.560.592	19.077.451	Downtown/Paris
10	Chico Xavier	Brasil	3.416.427	17.310.667	Downtown/Sony

Cuadro 2.2.25

Ranking de estrenos cinematográficos. Brasil 2011

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	Amanecer: parte 1	USA	7.167.695	37.481.577	Paris Filmes
2	Rio	USA	6.356.609	43.450.740	Fox
3	Harry Potter y las reliquias de la muerte 2	UK, USA	5.556.288	36.289.115	Warner Bros
4	Los Pitufos	USA	5.095.822	32.957.150	Sony Pictures
5	Piratas del Caribe 4	USA	4.467.467	30.492.599	Walt Disney
6	El gato con botas	USA	4.459.775	25.748.620	Paramount
7	Enredados	USA	3.921.566	23.665.543	Walt Disney
8	Fast & Furious 5	USA	3.613.254	20.673.187	Universal
9	Cars 2	USA	3.419.397	21.076.599	Walt Disney
10	Transformers 3	USA	3.139.373	22.975.314	Paramount

Cuadro 2.2.26

Ranking de estrenos cinematográficos. Brasil 2012

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	Los Vengadores	USA	10.970.859	69.089.181	Walt Disney
2	Amanecer: parte 2	USA	10.186.426	52.300.029	Paris Filmes
3	La Edad de hielo 4	USA	8.703.514	45.458.009	Fox
4	Madagascar 3	USA	5.270.142	29.122.300	Paramount
5	Alvin y las ardillas 3	USA	5.178.721	24.074.996	Fox
6	El sorprendente hombre araña	USA	5.143.748	29.819.936	Sony Pictures
7	El caballero oscuro: la leyenda renace	USA	5.110.963	27.267.593	Warner Bros
8	De pernas pro ar 2	Brasil	4.818.722	24.461.353	Downtown/Paris
9	Brave	USA	3.497.173	18.478.118	Walt Disney
10	Ate que a sorte nos separe	Brasil	3.378.895	17.162.905	Downtown/Paris

En cuanto a los rankings nacionales, aparte de *Tropa de Elite 2*, hay que destacar la popularidad de *Do pernas pro ar 2* (2012), con 4,8 millones, y *Nosso lar* (2010), con 4 millones de espectadores. También superan los 3 millones: *De pernas pro ar* (2010), *Chico Xavier* (2010), *Até que a sorte nos separe* (2012) y *Cilada.com* (2011).

Todas las producciones que figuran en los tres *top-10* son producciones brasileñas en su totalidad (cuadros 2.2.27, 2.2.28 y 2.2.29).

Cuadro 2.2.27

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Brasil 2010

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Tropa de Elite 2	Brasil	11.303.860	62.111.103
2	Nosso lar	Brasil	4.059.248	21.028.286
3	De pernas pro ar	Brasil	3.560.592	19.077.451
4	Chico Xavier	Brasil	3.416.427	17.310.667
5	Muita calma nessa hora	Brasil	1.481.985	7.471.067

6	Lula, o filho de Brasil	Brasil	847.751	4.055.630
7	As melhores coisas do Mundo	Brasil	310.107	1.299.583
8	HSM : O desafio	Brasil	281.818	1.043.323
9	Quincas berro d'agua	Brasil	264.592	1.125.187
10	Aparecida - O Milagre	Brasil	241.154	1.067.782

Cuadro 2.2.28

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Brasil 2011

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Cilada.com	Brasil	3.001.797	18.186.964
2	Bruna surfistinha	Brasil	2.168.435	12.035.410
3	Assalto ao Banco central	Brasil	1.973.811	12.003.397
4	O Palhaço	Brasil	1.414.217	7.892.910
5	O homem do futuro	Brasil	1.209.077	7.106.785
6	Qualquer gato Vira-Lata	Brasil	1.186.880	6.758.001
7	Vips	Brasil	592.069	3.549.660
8	As maes de Chico Xavier	Brasil	502.659	2.806.071
9	Desenrola	Brasil	327.502	1.614.743
10	O filme dos espiritos	Brasil	321.150	1.737.152

Cuadro 2.2.29

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Brasil 2012

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	De pernas pro ar 2	Brasil	4.818.722	24.461.353
2	Até que a sorte nos separe	Brasil	3.378.895	17.162.905
3	E aí, comeu?	Brasil	2.572.594	12.840.061
4	Os Penetras	Brasil	2.532.766	12.227.914
5	Gonzaga: de pai para filho	Brasil	1.449.714	7.261.826
6	As aventuras de Agamenon	Brasil	939.829	5.069.085
7	Totalmente inocentes	Brasil	532.644	2.660.946
8	Paraísos artificiais	Brasil	392.291	2.050.484
9	Xingu	Brasil	380.653	2.158.967
10	E a vida continua	Brasil	377.448	1.937.217

En cuanto a los *rankings* de los estrenos de películas iberoamericanas (no brasileñas) y europeas (no USA), la coproducción entre Alemania, Francia y Reino Unido *Los tres mosqueteros* (2011) fue la película más popular en Brasil con 1,3 millones de espectadores, seguida de la coproducción hispano-americana *Medianoche en París* (2011) y la obra británica *El discurso del Rey* (2011), con 1,1 millones cada una, y la producción francesa *Intocable* con un millón de espectadores (cuadros 2.2.30, 2.2.31 y 2.2.32).

Cuadro 2.2.30

Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. Brasil 2010

Iberoamérica				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	El secreto de sus ojos	Argentina, España	328.538	1.811.245
2	Conocerás al hombre de tus sueños	España, USA	246.382	1.543.738
3	Rec 2	España, USA	77.092	401.179

4	Tetro	Argentina, España, Italia	49.865	285.573
5	Buried	España, USA	49.640	252.908

Europa

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Senna	Francia, Reino Unido	214.298	1.341.613
2	El pequeño Nicolás	Canadá, Francia	160.061	874.955
3	La cinta blanca	Alemania, Austria, Francia, Italia	87.081	422.981
4	El amor de mi vida	Francia, Reino Unido	71.390	415.676
5	El concierto	Bélgica, Francia, Italia, Rumanía	67.863	389.094

Cuadro 2.2.31

Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. Brasil 2011

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Medianoche en París	España, USA	1.163.160	8.227.238
2	11 - 11 - 11	España, USA	622.649	3.335.723
3	La piel que habito	España	450.145	2.992.398
4	Un cuento chino	Argentina, España	264.528	1.928.214
5	Don Gato y su pandilla	México	219.213	1.304.411

Europa

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Los tres mosqueteros	Alemania, Francia, R. Unido	1.349.617	9.223.115
2	El discurso del Rey	Reino Unido	1.100.762	6.849.201
3	Johnny English 2	Reino Unido	439.129	2.394.069
4	Animals United	Alemania	276.108	2.048.162
5	Melancolía	Alemania, Dinamarca, Francia, Suecia	151.695	998.194

Cuadro 2.2.32

Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. Brasil 2012

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Lo imposible	España	720.005	3.980.487
2	A Roma con amor	España, Italia, USA	649.032	3.966.906
3	Luces rojas	España, USA	96.654	505.900
4	Un dios salvaje	Alemania, España, Francia, Polonia	79.352	488.724
5	El baile de la victoria	España	68.110	440.132

Europa

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Intocable	Francia	1.072.482	6.857.319
2	Venganza 2: Conexión Estambul	Francia	929.223	5.030.045
3	La dama de hierro	Reino Unido	649.759	4.528.053
4	La mujer de negro	Reino Unido, Suecia	409.488	2.416.892
5	The Artist	Francia	342.200	2.333.024

La coproducción hispano-brasileña *Lope* (2010) fue la que atrajo a más espectadores en los países iberoamericanos, en concreto, más de 579.000 en España. En segundo lugar, la coproducción con Argentina y España, *Infancia clandestina* (2012), registró la asistencia de casi 188.000 personas en Argentina (cuadro 2.2.33).

<i>Cuadro 2.2.33</i>				
<i>Ranking de películas brasileñas estrenadas en países iberoamericanos. 2010-2012</i>				
Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Estreno
<i>Argentina</i>				
Infancia clandestina	Argentina, Brasil, España	187.837	953.535	20/09/2012
360	Brasil, Austria, Francia, UK, USA	26.896	151.032	06/09/2012
Lula, el hijo del Brasil	Brasil	14.016	64.053	23/09/2010
<i>Chile</i>				
360	Brasil, Austria, Francia, UK, USA	4.794	42.081	11/10/2012
Misterios de Lisboa	Brasil, Francia, Portugal	4.189	24.037	20/10/2011
<i>Colombia</i>				
García	Brasil, Colombia	51.036	194.025	13/08/2010
360	Brasil, Austria, Francia, UK, USA	23.729	112.619	19/10/2012
La Playa DC	Brasil, Colombia, Francia	14.665	54.977	19/10/2012
<i>España</i>				
Lope	Brasil, España	579.580	4.663.133	03/09/2010
El sexo de los ángeles	Brasil, España	6.396	53.978	04/05/2012
Misterios de Lisboa	Brasil, Francia, Portugal	3.465	28.582	18/03/2011
<i>México</i>				
Viajo porque preciso, vuelvo porque te amo	Brasil	8.209	18.765	02/07/2010
José y Pilar	Brasil, España, Portugal	7.682	24.706	07/10/2011
Misterios de Lisboa	Brasil, Francia, Portugal	601	1.372	23/03/2012
<i>Portugal</i>				
Tabu	Brasil, Alemania, Francia, Portugal	21.169	140.979	05/04/2012
José y Pilar	Brasil, España, Portugal	15.012	89.805	18/11/2010
Misterios de Lisboa	Brasil, Francia, Portugal	12.863	79.960	21/10/2010

Las dos películas brasileñas que cosecharon un mayor éxito en otros países, en el periodo 2010-2012, fueron *En el camino* (2012) y *Tabu* (2012). La primera, coproducción con Francia, Reino Unido y USA, obtuvo una recaudación de casi 3 millones de dólares en Francia, 1,1 en Italia y casi un millón en Reino Unido. La segunda, otra coproducción con Alemania, Francia y Portugal, ingresó 1,5 millones en Francia (cuadros 2.2.34).

<i>Cuadro 2.2.34</i>			
<i>Ranking de películas brasileñas estrenadas en otros países. 2010-2012</i>			
Título	Origen	Ingresos	Estreno
<i>Alemania</i>			
360	Brasil, Austria, Francia, UK, USA	600.712	16/08/2012
En el camino	Brasil, Francia, UK, USA	534.509	04/10/2012
Oscar Niemeyer	Brasil	112.746	14/01/2010
<i>Australia</i>			
En el camino	Brasil, Francia, UK, USA	371.613	27/09/2012
Waste Land	Brasil, UK	22.571	01/12/2011
<i>Francia</i>			
En el camino	Brasil, Francia, UK, USA	2.938.536	23/05/2012
Tabu	Brasil, Alemania, Francia, Portugal	1.591.946	05/12/2012
Misterios de Lisboa	Brasil, Francia, Portugal	764.294	20/10/2010
<i>Italia</i>			
En el camino	Brasil, Francia, UK, USA	1.180.584	11/10/2012

Isola 10	Brasil, Chile	2.488	17/06/2011
<i>Países Bajos</i>			
En el camino 360	Brasil, Francia, UK, USA Austria, Brasil, Francia, UK, USA	444.852 68.334	24/05/2012 16/08/2012
<i>Reino Unido</i>			
En el camino 360 Tabu	Brasil, Francia, UK, USA Austria, Brasil, Francia, UK, USA Brasil, Alemania, Francia, Portugal	980.890 164.313 80.551	12/10/2012 10/08/2012 07/09/2012
<i>Rusia</i>			
En el camino A ciegas Tabu	Brasil, Francia, UK, USA Brasil, Canadá, Japón Brasil, Alemania, Francia, Portugal	131.664 24.138 4.649	04/10/2012 08/04/2010 01/11/2012
<i>USA</i>			
Waste land En el camino Misterios de Lisboa	Brasil, UK Brasil, Francia, UK, USA Brasil, Francia, Portugal	187.716 154.250 110.507	29/10/2010 21/12/2012 05/08/2011





CHILE

La población de Chile se sitúa aproximadamente en 17,4 millones de habitantes en 2012, el número de pantallas de cine supera las 320, el total de estrenos comerciales es de 229 y el de nacionales 26 (cuadro 2.2.35).

Los estrenos nacionales representan casi el 12% sobre el número total de estrenos, el 12,6% en asistencia de espectadores y, también, casi el 12% en recaudación.

El precio medio de la entrada al cine es de 6 dólares (0,8 dólares más que en 2010) y la frecuencia de asistencia al cine se sitúa en 1,1 películas por habitante.

Cuadro 2.2.35
Panorama cinematográfico en Chile

	2010	2011	2012
Población (millones)	17,1	17,2	17,4
PIB-GDP (billones USD)	0,287	0,304	0,319
Número de pantallas de cine	312	320	324
Ingresos cinematográficos (millones USD)	78,0	105,2	122,6
Asistencia espectadores (millones)	14,3	17,4	20,3
Número de estrenos comerciales totales	178	183	229
Número de estrenos extranjeros	163	160	203
Número de estrenos nacionales	15	23	26
Asistencia anual por habitante	0,9	1,0	1,1
Precio medio entrada (USD)	5,2	6,0	6,0

El número de espectadores asistentes a salas cinematográficas en Chile aumentó desde los 14,3 millones de 2010 a los 20,3 millones de 2012. Esta cifra representa un incremento del 42% y el 16,6%, respecto a 2010 y 2011 (cuadro 2.2.36).

La recaudación cinematográfica pasó de 78 millones de dólares en 2010 a 122,6 millones en 2012, lo cual representa un incremento de un 57,1% respecto a 2010 y del 16,5% respecto a 2011.

El aumento del interés por el cine en Chile se refleja en el promedio de asistencia a las salas ya que en el quinquenio 2005-2009 fue de 11,3 millones de espectadores por año y en el trienio 2010-2012 fue de 17,3 millones (+6 millones)

Cuadro 2.2.36
Espectadores e ingresos de estrenos cinematográficos. Chile

<i>ESPECTADORES</i>				
Origen	2010	2011	2012	Total
USA	13.638.602	15.866.876	16.549.783	46.055.261
Chile	353.160	859.959	2.569.448	3.782.567
Iberoamérica	194.492	233.574	592.471	1.020.537
Europa	113.756	350.477	587.640	1.051.873
Resto países	1.957	118.523	21.251	141.731
Total	14.301.967	17.429.409	20.320.593	52.051.969

INGRESOS				
Origen	2010	2011	2012	Total
USA	74.731.307	96.461.223	101.007.968	272.200.498
Chile	1.688.395	4.536.283	14.523.580	20.748.258
Iberoamérica	1.007.470	1.346.799	3.488.475	5.842.744
Europa	590.060	2.260.502	3.554.748	6.405.310
Resto países	9.341	692.208	117.235	818.784
Total	78.026.573	105.297.015	122.692.006	306.015.594

El dominio de las producciones estadounidenses en el trienio 2010-2012 se pone de manifiesto en la evolución anual de los porcentajes sobre el total de espectadores y recaudación cinematográfica. En los tres años, la cuota de mercado del cine americano en ambos conceptos se mantuvo por encima del 81%, con un máximo de casi el 96% (cuadro 2.2.37).

En cuanto a los espectadores, la cuota máxima del cine USA en las salas chilenas fue del 95,36% en 2010 y la mínima de un 81,44% en 2012. Por su parte, el cine nacional obtuvo su máxima popularidad en 2012 (12,65%), al igual que el iberoamericano y europeo, con un 2,92% y un 2,89%, respectivamente.

<i>Cuadro 2.2.37</i>				
<i>Cuota de mercado de los estrenos cinematográficos. Chile</i>				
<i>Porcentaje sobre el total de espectadores</i>				
Origen	2010	2011	2012	
USA	95,36	91,04	81,44	
Chile	2,47	4,93	12,65	
Iberoamérica	1,36	1,34	2,92	
Europa	0,80	2,01	2,89	
Resto países	0,01	0,68	0,10	
<i>Porcentaje sobre el total de ingresos</i>				
Origen	2010	2011	2012	
USA	95,78	91,61	82,33	
Chile	2,16	4,31	11,84	
Iberoamérica	1,29	1,28	2,84	
Europa	0,76	2,15	2,89	
Resto países	0,01	0,65	0,10	

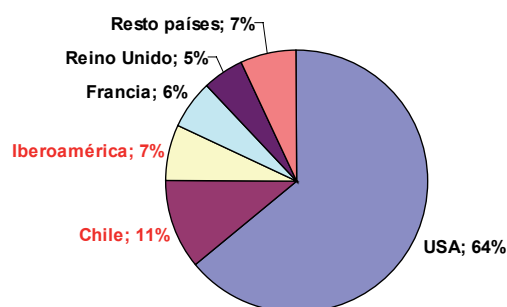
Los datos acumulados del trienio 2010-2012 reflejan que el cine USA sumó 272,2 millones de dólares de ingresos (88,9%) y 46 millones de espectadores (88,5%), mientras que los estrenos cinematográficos chilenos e iberoamericanos consiguieron una recaudación conjunta de 26,5 millones de dólares (8,7%) y una asistencia de 4,8 millones de espectadores (9,3%) (cuadro 2.2.38).

Los estrenos cinematográficos comerciales chilenos en el trienio 2010-2012 representaron el 11%, de los cuales el 80% fueron producciones nacionales y el 20% coproducciones internacionales. Los países coproductores más habituales fueron Argentina y Francia.

Los estrenos cinematográficos iberoamericanos en el trienio 2010-2012 representaron el 7%, de los cuales el 60% fueron películas españolas. El 40% restante correspondieron, sobre todo, a producciones realizadas en Argentina, Brasil y México. Otros países presentes en los cines chilenos en este periodo fueron Colombia, Costa Rica, Portugal y Uruguay.

Respecto al resto de países, el 64% fueron estrenos USA, el 6% películas procedentes de Francia y el 5% de Reino Unido.

Cuadro 2.2.5
Distribución de los estrenos cinematográficos según su origen.
Chile. Periodo 2010-2012



Cuadro 2.2.38

Datos acumulados y cuota de mercado de los estrenos cinematográficos en Chile. Periodo 2010-2012

Origen	Ingresos	%	Espectadores	%
USA	272.200.498	88,9	46.055.261	88,5
Chile	20.748.258	6,8	3.782.567	7,3
Iberoamérica	5.842.744	1,9	1.020.537	2,0
Europa	6.405.310	2,1	1.051.873	2,0
Resto países	818.784	0,3	141.731	0,3
Total	306.015.594		52.051.969	

En cuanto al rendimiento del cine de los países con más cuota de mercado en Chile (aparte de Chile y Estados Unidos) en el trienio 2010-2012, Francia estrenó 35 películas (excluidas las coproducciones con Iberoamérica y USA) que aglutinaron más de 522.000 espectadores, las 25 películas españolas (excluidas las coproducciones con Chile) sumaron 933.417 espectadores y las 28 películas del Reino Unido (excluidas las coproducciones con Iberoamérica y USA) sumaron 362.783 espectadores (cuadro 2.2.39).

Cuadro 2.2.39

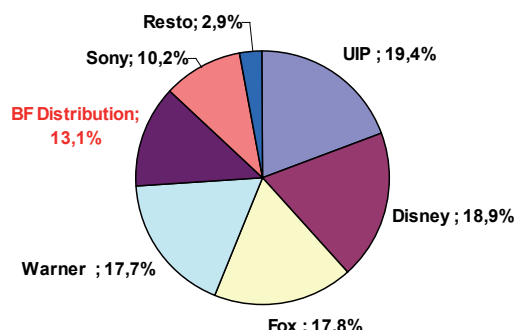
Datos acumulados por los estrenos cinematográficos de los países con más mercado en Chile. Periodo 2010-2012

Origen	Estrenos	Espectadores	Ingresos
USA	380	46.055.261	272.200.498
Chile	64	3.782.567	20.748.258
España	25	933.417	5.299.574
Francia	35	522.453	3.142.138
Reino Unido	28	362.783	2.221.942
Total	504	51.656.481	303.612.410

Las distribuidoras americanas acumularon casi el 85% de la asistencia a las salas cinematográficas chilenas en el periodo 2010-2012. Las distribuidoras con más éxito fueron UIP, cuyos estrenos sumaron más de 10 millones de espectadores, seguida de Disney con 9,8 millones (cuadro 2.2.40).

La distribuidora independiente con más éxito fue BF Distribution con 6,8 millones de espectadores acumulados.

Gráfico 2.2.6
Porcentaje de espectadores por distribuidoras. Chile.
Periodo 2010-2012



Cuadro 2.2.40

Ranking de distribuidoras por espectadores. Chile

Distribuidora	2010	2011	2012	Total
UIP (Universal+Paramount)	3.250.518	4.173.078	2.665.357	10.088.953
Disney	1.452.066	3.010.378	5.386.924	9.849.368
Fox	3.504.639	2.419.844	3.341.266	9.265.749
Warner Bros	2.865.062	3.393.140	2.976.265	9.234.467
BF Distribution	1.650.005	2.641.998	2.510.764	6.802.767
Sony Pictures	1.051.295	1.562.120	2.717.983	5.331.398

La producción más exitosa en los tres años analizados fue la película chilena *Stefan vs. Kramer* (2012), con 2 millones de espectadores y casi 12 millones de dólares de recaudación (cuadros 2.2.41, 2.2.42 y 2.2.43). Otra película de animación *made in USA* también superó los dos millones de espectadores: *La Edad del Hielo 4* (2012).

Aparte de las dos producciones mencionadas, solo *Toy Story 3* (2010) y *Los Vengadores* (2012) superaron el millón de espectadores. De las películas que figuran en los tres *top-ten*, 29 son estadounidenses (4 en coproducción con Reino Unido y 2 con Nueva Zelanda) y tan solo una es chilena.

Cuadro 2.2.41

Ranking de estrenos cinematográficos. Chile 2010

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	Toy Story 3	USA	1.421.142	8.094.381	Walt Disney
2	Shrek, felices para siempre	USA	985.030	5.815.478	UIP
3	Enredados	USA	762.899	4.502.698	Walt Disney
4	Harry Potter y las reliquias de la muerte 1	UK, USA	709.422	4.005.014	Warner Bros
5	Eclipse	USA	584.141	2.908.428	BF Distribution
6	Origen	UK, USA	496.065	2.511.626	Warner Bros
7	Alicia en el país de las Maravillas	USA	495.830	3.279.770	Walt Disney
8	Las crónicas de Narnia 3	UK, USA	373.553	2.242.551	Fox
9	Furia de Titanes	USA	329.407	1.980.813	Warner Bros
10	Alvin y Las Ardillas 2	USA	311.133	1.432.772	Fox

Cuadro 2.2.42

Ranking de estrenos cinematográficos. Chile 2011

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	Harry Potter y las reliquias de la muerte 2	UK, USA	946.295	6.426.809	Warner Bros
2	Rio	USA	928.075	6.215.912	Fox
3	Kung Fu Panda 2	USA	845.747	5.969.826	UIP
4	Cars 2	USA	806.353	5.392.514	Walt Disney
5	Piratas del Caribe 4	USA	754.926	5.196.622	Walt Disney
6	El gato con botas	USA	689.951	3.819.677	UIP
7	Los pitufos	USA	660.448	4.362.024	Sony
8	Transformers 3	USA	581.832	4.434.526	UIP
9	Amanecer: parte 1	USA	527.358	2.866.292	BF Distribution
10	El oso Yogui	USA, NZ	418.759	2.684.444	Warner Bros

Cuadro 2.2.43

Ranking de estrenos cinematográficos. Chile 2012

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	Stefan vs Kramer	Chile	2.081.409	11.835.442	Fox
2	La Edad de hielo 4	USA	2.069.898	12.808.804	Fox
3	Los vengadores	USA	1.400.599	9.538.833	Walt Disney
4	El caballero oscuro: la leyenda renace	USA	784.578	4.685.520	Warner Bros
5	Amanecer: parte 2	USA	756.161	4.504.451	BF Distribution
6	Brave	USA	695.532	4.230.410	Walt Disney
7	Madagascar 3	USA	646.177	4.103.099	UIP
8	Ralph, el demolidor	USA	581.540	3.367.689	Walt Disney
9	El Hobbit: un viaje inesperado	USA, NZ	575.817	3.997.445	Warner Bros
10	El sorprendente hombre araña	USA	500.666	3.189.909	Sony

En cuanto a los *rankings* nacionales, aparte del gran éxito de *Stefan vs. Kramer*, hay que destacar la popularidad de la coproducción con Argentina y Brasil, *Violeta se fue a los cielos* (2011) y la coproducción con México *No, la película* (2012).

De las 30 películas que figuran en los tres *top-10*, 19 son producciones enteramente chilenas y once son coproducciones con otros países (cuadros 2.2.44, 2.2.45 y 2.2.46).

Cuadro 2.2.44

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Chile 2010

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Ojos rojos	Chile	118.945	602.820
2	Qué pena tu vida	Chile	95.381	457.677
3	La esmeralda 1879	Chile	46.279	200.882
4	La vida de los peces	Chile, Francia	34.679	154.699
5	Santiago 73, post mortem	Chile, Alemania, México	21.372	110.796
6	Mandrill	Chile	12.143	63.028
7	Mitos y leyendas	Chile	9.586	41.142
8	Drama	Chile	7.544	34.106
9	A un metro de ti	Chile, España	3.893	13.650
10	Tendida, mirando las estrellas	Chile	1.699	5.239

Cuadro 2.2.45

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Chile 2011

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Violeta se fue a los cielos	Argentina, Brasil, Chile	392.802	2.107.448
2	Qué pena tu boda	Chile	199.342	1.001.570
3	03:34 Terremoto en Chile	Chile	181.691	1.016.601
4	El limpiapiscinas	Chile	40.960	209.832
5	Gatos viejos	Chile, USA	11.998	60.072
6	Dios me libre	Chile	4.508	23.443
7	Nostalgia de la luz	Chile, Alemania, Francia	4.158	22.137
8	Locas mujeres	Chile	3.087	13.014
9	Música campesina	Chile, USA	1.409	11.699
10	El mocito	Chile	1.277	5.213

Cuadro 2.2.46

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Chile 2012

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Stefan vs Kramer	Chile	2.081.409	11.835.442
2	No, la película	Chile, México	216.727	1.280.547
3	Paseo de oficina	Chile	69.085	387.922
4	Caleuche: el llamado del mar	Chile	63.210	308.430
5	Joven y alocada	Chile	38.148	200.323
6	Selkirk	Argentina, Chile, Uruguay	33.699	163.598
7	Bombal	Chile	15.688	80.247
8	Miguel San Miguel	Chile	7.942	43.503
9	Sal	Argentina, Chile	4.604	24.741
10	Bonsai	Argentina, Chile, France, Portugal	4.345	24.958

En los *rankings* de estrenos de películas iberoamericanas (no chilenas) y europeas, destacan la producción francesa *Venganza 2* (2012) y la coproducción hispano-europea *Un dios salvaje* (2012), ambas con más de 200.000 espectadores. La producción británica *El discurso del Rey* (2011) obtuvo más de 150.000 espectadores (cuadros 2.2.47, 2.2.48 y 2.2.49).

Cuadro 2.2.47

Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. Chile 2010

Iberoamérica				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	El secreto de sus ojos	Argentina, España	88.501	471.500
2	Buried	España, USA	29.554	153.906
3	Rec 2	España, USA	23.385	96.748
4	Los abrazos rotos	España	20.689	112.025
5	Poema de salvación	Argentina	5.968	30.456
Europa				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Los hombres que no amaban a las mujeres	Alemania, Suecia, Dinamarca	26.905	149.167
2	El imaginario mundo del Doctor Parnassus	France, Reino Unido	19.334	91.774
3	La criatura de la noche	Suecia	11.231	53.985
4	La cinta blanca	Alemania, Austria, Francia, Italia	8.784	48.129
5	La chica que soñaba con un fósforo y un bidón	Alemania, Suecia, Dinamarca	6.815	36.568

Cuadro 2.2.48
Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. Chile 2011

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Medianoche en París	España, USA	94.238	543.090
2	Conocerás al hombre de tus sueños	España, USA	29.942	189.859
3	La casa muda	Uruguay	27.384	144.216
4	Biutiful	España, México, USA	21.807	133.113
5	Los ojos de Julia	España	21.719	112.181

<i>Europa</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	El discurso del Rey	Reino Unido	153.557	905.224
2	Las aventuras de Sammy	Bélgica	70.825	503.255
3	El concierto	Bélgica, Francia, Italia, Rumanía	38.416	266.562
4	Los tres mosqueteros	Alemania, Francia, R. Unido	28.265	146.047
5	Johnny English 2	Reino Unido	10.198	51.399

Cuadro 2.2.49
Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. Chile 2012

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Un dios salvaje	Alemania, España, Francia, Polonia	210.082	1.254.118
2	Tengo ganas de ti	España	129.310	701.438
3	A Roma con amor	España, Italia, USA	54.409	378.951
4	11 - 11 - 11	España, USA	51.299	257.044
5	Donde habita el diablo	España	34.327	185.710

<i>Europa</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Venganza 2: Conexión Estambul	Francia	284.456	1.631.891
2	La mujer de negro	Reino Unido, Suecia	66.915	356.562
3	Intocable	Francia	62.748	382.591
4	La dama de hierro	Reino Unido	41.425	262.812
5	The Artist	Francia	25.716	168.166

En cuanto a las producciones chilenas estrenadas en cines de países iberoamericanos, las más populares fueron *Selkirk* (2012) en Argentina y *No, la película* en Brasil (2012). En otros países, la película con más ingresos fue la coproducción chileno-americana, *Gatos viejos* (2012), superando los 737.000 dólares (cuadros 2.2.50 y 2.2.51).

Cuadro 2.2.50
Ranking de películas chilenas estrenadas en países iberoamericanos. 2010-2012

Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Estreno
<i>Argentina</i>				
Selkirk	Argentina, Chile, Uruguay	51.166	250.639	02/12/2012
Violeta se fue a los cielos	Argentina, Brasil, Chile	17.088	58.247	27/10/2011
Tres	Argentina, Alemania, Chile, Uruguay	2.729	6.705	05/07/2012
<i>Brasil</i>				
No, la película	Chile, México	65.024	377.584	28/12/2012

31 minutos	Chile, Brasil, España	48.472	189.015	03/08/2012
Violeta se fue a los cielos	Argentina, Brasil, Chile	31.883	181.584	07/06/2012
<i>España</i>				
La nana	Chile, México	25.528	211.877	16/04/2010
La vida de los peces	Chile, France	9.909	88.812	01/04/2011
El regalo	Chile	3.734	16.906	18/06/2010
<i>México</i>				
No, la película	Chile, México	45.261	178.404	09/11/2012
Santiago 73, post mortem	Chile, Alemania, México	8.436	30.947	29/04/2011
La nana	Chile, México	5.000	15.755	11/03/2011

Cuadro 2.2.51

Ranking de películas chilenas estrenadas en otros países. 2010-2012

Título	Origen	Ingresos	Estreno
<i>Alemania</i>			
La nana	Chile, México	201.996	17/06/2010
Nostalgia de la luz	Chile, Alemania, Francia	85.041	23/12/2010
Violeta Parra	Argentina, Brasil, Chile	40.292	29/11/2012
<i>Francia</i>			
Gatos viejos	Chile, USA	737.985	25/04/2012
Nostalgia de la luz	Chile, Alemania, Francia	530.369	27/10/2010
Santiago 73, post mortem	Chile, Alemania, México	241.085	16/02/2011
<i>Italia</i>			
Affetti & Dispetti	Chile, México	207.525	25/06/2010
Santiago 73, post mortem	Chile, Alemania, México	61.229	29/10/2010
Isola 10	Brasil, Chile	2.488	17/06/2011
<i>Reino Unido</i>			
Nostalgia de la luz	Chile, Alemania, Francia	236.883	13/07/2012
La nana	Chile, México	108.275	27/08/2010
Bonsai	Argentina, Chile, Francia, Portugal	13.254	30/03/2012
<i>USA</i>			
Nostalgia de la luz	Chile, Alemania, Francia	159.966	13/01/2011
Bonsai	Argentina, Chile, Francia, Portugal	21.267	11/05/2012
Santiago 73, post mortem	Chile, Alemania, México	9.164	11/04/2012



COLOMBIA

La población de Colombia se sitúa aproximadamente en 46,6 millones de habitantes en 2012, el número de pantallas de cine supera las 730, el total de estrenos comerciales es de 220 y el de nacionales 10 (cuadro 2.2.52).

Los estrenos cinematográficos nacionales representan el 4,5% sobre el total exhibido, acumulan casi el 10% en asistencia de espectadores y obtienen el 8,7% en recaudación.

El precio medio de la entrada al cine es de 4,4 dólares (0,4 dólares más que en 2010) y la frecuencia de asistencia al cine se sitúa en 0,9 películas por habitante.

Cuadro 2.2.52
Panorama cinematográfico en Colombia

	2010	2011	2012
Población (millones)	45,5	46,1	46,6
PIB-GDP (billones USD)	0,452	0,479	0,500
Número de pantallas de cine	588	643	734
Ingresos cinematográficos (millones USD)	125,9	155,4	180,8
Asistencia espectadores (millones)	31,6	36,2	40,2
Número de estrenos comerciales totales	217	231	220
Número de estrenos extranjeros	207	213	210
Número de estrenos nacionales	10	18	10
Asistencia anual por habitante	0,7	0,8	0,9
Precio medio entrada (USD)	4,0	4,2	4,4

El número de espectadores asistentes a salas cinematográficas en Colombia aumentó desde los 31,6 millones de 2010 a los 40,2 millones de 2012. Esta cifra representa un incremento del 27,2% y el 11%, respecto a 2010 y 2011 (cuadro 2.2.53).

La recaudación cinematográfica pasó de casi 126 millones de dólares en 2010 a 180 millones en 2012, representando un aumento de un 43,6% respecto a 2010 y de un 16,3% respecto a 2011.

El aumento del interés por el cine en Colombia se refleja en el promedio de asistencia a las salas, ya que en el quinquenio 2005-2009 fue de 20,1 millones de espectadores por año y en el trienio 2010-2012 fue de 36 millones (+15,9 millones)

Cuadro 2.2.53
Espectadores e ingresos de estrenos cinematográficos. Colombia

ESPECTADORES				
Origen	2010	2011	2012	Total
USA	28.254.283	32.207.858	33.594.913	94.057.054
Colombia	2.081.640	2.003.328	3.988.036	8.073.004
Iberoamérica	619.315	428.840	602.272	1.650.427
Europa	693.565	1.265.336	1.926.300	3.885.201
Resto países	49.498	362.762	109.099	521.359
Total	31.698.301	36.268.124	40.220.620	108.187.045

INGRESOS				
Origen	2010	2.011	2012	Total
USA	112.905.514	138.787.698	153.543.200	405.236.412
Colombia	7.441.766	7.468.197	15.771.101	30.681.064
Iberoamérica	2.724.316	1.879.599	2.499.226	7.103.141
Europa	2.718.719	5.820.724	8.504.514	17.043.957
Resto países	194.707	1.521.188	486.094	2.201.989
Total	125.985.022	155.477.406	180.804.135	462.266.563

El dominio de las producciones estadounidenses en el trienio 2010-2012 se pone de manifiesto en la evolución anual de los porcentajes sobre el total de espectadores y recaudación cinematográfica en Colombia. En los tres años, la cuota de mercado del cine americano en ambos conceptos se mantuvo por encima del 83,5%, con un máximo de casi el 90% (cuadro 2.2.54).

En cuanto a los espectadores, la cuota máxima del cine USA en las salas colombianas fue del 89,14% en 2010 y la mínima de un 83,53% en 2012. El cine nacional y europeo consiguieron su máxima popularidad en 2012 (9,92% y 4,78%, respectivamente) y el iberoamericano en 2010 (1,95%).

Cuadro 2.2.54

Cuota de mercado de los estrenos cinematográficos. Colombia

<i>Porcentaje sobre el total de espectadores</i>				
Origen	2010	2011	2012	
USA	89,14	88,81	83,53	
Colombia	6,56	5,52	9,92	
Iberoamérica	1,95	1,18	1,50	
Europa	2,19	3,49	4,78	
Resto países	0,16	1,00	0,27	
<i>Porcentaje sobre el total de ingresos</i>				
Origen	2010	2011	2012	
USA	89,63	89,26	84,93	
Colombia	5,90	4,81	8,72	
Iberoamérica	2,16	1,21	1,38	
Europa	2,16	3,74	4,70	
Resto países	0,15	0,98	0,27	

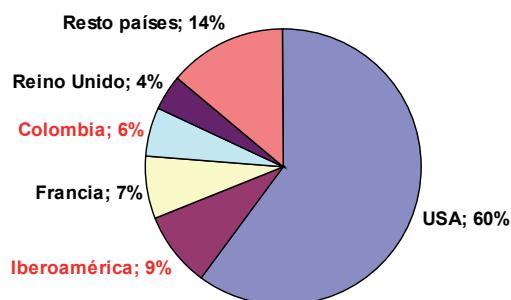
Los datos acumulados del trienio 2010-2012 reflejan que el cine USA sumó 462,2 millones de dólares de ingresos (87,6%) y 94 millones de espectadores (86,9%) y los estrenos cinematográficos colombianos e iberoamericanos consiguieron una recaudación conjunta de 38 millones de dólares (8,2%) y una asistencia de 9,7 millones de espectadores (9%) (Cuadro 2.2.55).

Los estrenos cinematográficos comerciales de Colombia en el trienio 2010-2012 representaron el 6% sobre el total de películas exhibidas, de los cuales el 80% fueron producciones nacionales y el 20% coproducciones internacionales. Los países coproductores más habituales fueron Argentina, España y Francia.

Los estrenos iberoamericanos en el trienio 2010-2012 representaron el 9%, de los cuales el 73% fueron películas españolas y entre el porcentaje restante destacaron las producciones de Argentina y México. Otros países presentes en los cines colombianos en este periodo fueron Brasil, Costa Rica, Cuba, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela.

Respecto al resto de países, el 60% fueron estrenos USA, el 7% películas procedentes de Francia, el 4% de Reino Unido.

Gráfico 2.2.7
Distribución de los estrenos según su origen. Colombia. Periodo 2010-2012



Cuadro 2.2.55
Datos acumulados y cuota de mercado de los estrenos cinematográficos en Colombia. Periodo 2010-2012

Origen	Ingresos	%	Espectadores	%
USA	405.236.412	87,66	94.057.054	86,94
Colombia	30.681.064	6,69	8.073.004	7,51
Iberoamérica	7.103.141	1,54	1.650.427	1,53
Europa	17.043.957	3,64	3.885.201	3,54
Resto países	2.201.989	0,48	521.359	0,48
Total	462.266.563		108.187.045	

En cuanto al rendimiento del cine de los países con más cuota de mercado en Colombia (aparte de Colombia y Estados Unidos) en el trienio 2010-2012, Francia estrenó 49 películas (excluidas las coproducciones con Iberoamérica y USA) que acumularon casi 1,7 millones de espectadores, las 43 películas españolas (excluidas las coproducciones con Chile) 1,4 millones de espectadores y las 27 películas del Reino Unido (excluidas las coproducciones con Iberoamérica y USA) sumaron 1,2 millones de espectadores (cuadro 2.2.56).

Cuadro 2.2.56
Datos acumulados por los estrenos cinematográficos de los países con más mercado en Colombia. Periodo 2010-2012

Origen	Estrenos	Espectadores	Ingresos
USA	404	94.057.054	405.236.412
Colombia	38	8.073.004	30.681.064
Francia	49	1.699.814	7.830.810
España	43	1.426.936	6.292.921
Reino Unido	27	1.238.230	5.115.893
Total	561	106.495.038	455.157.100

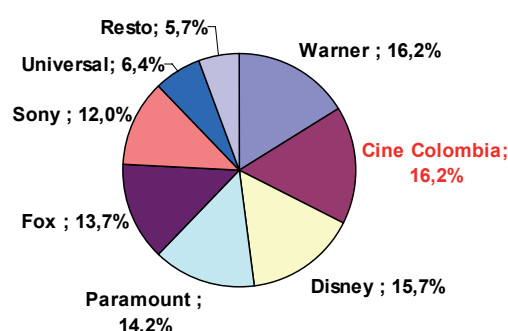
Las distribuidoras americanas (incluyendo Universal) acumularon casi el 80% de la asistencia a las salas cinematográficas colombianas en el periodo 2010-2012. Las distribuidoras con más éxito fueron Warner (17,5 millones de espectadores) y Disney (16,9 millones de espectadores).

La distribuidora independiente con más éxito fue Cine Colombia con 17,4 millones de espectadores acumulados (cuadro 2.2.57).

Cuadro 2.2.57
Ranking de distribuidoras por espectadores. Colombia

Distribuidora	2010	2011	2012	Total
Warner Bros	6.237.020	5.497.195	5.807.659	17.541.874
Cine Colombia	5.020.314	4.509.211	7.949.243	17.478.768
Disney	6.817.893	5.581.846	4.578.522	16.978.261
Paramount	3.898.984	7.798.132	3.677.714	15.374.830
Fox	3.710.908	4.900.483	6.196.676	14.808.067
Sony Pictures	2.860.059	4.113.165	5.958.870	12.932.094

Gráfico 2.2.8
Porcentaje de espectadores por distribuidoras. Colombia.
Periodo 2010-2012



Los rankings de popularidad reflejan el dominio de *La Edad de Hielo 4* (2012), con 2,8 millones de espectadores, *Los Vengadores* (2012) con 2,1 y *Toy Story 3*, con dos millones (cuadros 2.2.58, 2.2.59 y 2.2.60).

Las producciones nacionales más vistas son *El paseo* (2010) y *El paseo 2* (2012), con un 1,4 y 1,3 millones de espectadores. De las 30 películas incluidas en los tres cuadros 28 son estadounidenses (4 coproducciones con Reino Unido) y dos son las obras colombianas antes mencionadas.

Cuadro 2.2.58
Ranking de estrenos cinematográficos. Colombia 2010

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	Toy Story 3	USA	2.017.786	9.568.306	Walt Disney
2	El paseo	Colombia	1.473.446	5.135.845	Cine Colombia
3	Alicia en el país de las Maravillas	USA	1.425.782	6.607.472	Walt Disney
4	Harry Potter y las reliquias de la muerte 1	UK, USA	1.377.692	4.132.230	Warner Bros
5	Furia de Titanes	USA	1.164.932	5.626.680	Warner Bros
6	El príncipe de Persia: Las arenas del tiempo	USA	1.080.032	3.549.327	Walt Disney
7	Las crónicas de Narnia 3	UK, USA	970.771	4.390.788	Fox
8	Shrek, felices para siempre	USA	962.821	3.866.206	Paramount
9	Origen	UK, USA	798.345	3.175.706	Warner Bros
10	El aprendiz de Brujo	USA	797.305	2.810.941	Walt Disney

Cuadro 2.2.59

Ranking de estrenos cinematográficos. Colombia 2011

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	Los Pitufos	USA	1.797.273	8.558.754	Sony
2	El gato con botas	USA	1.742.728	7.810.754	Paramount
3	Rio	USA	1.670.980	8.146.572	Fox
4	Piratas del Caribe 4	USA	1.363.916	6.890.405	Walt Disney
5	Kung Fu Panda 2	USA	1.345.969	5.998.751	Paramount
6	Transformers 3	USA	1.290.259	6.461.971	Paramount
7	Harry Potter y las reliquias de la muerte 2	UK, USA	1.171.544	5.839.929	Warner Bros
8	Enredados	USA	1.093.725	5.233.432	Walt Disney
9	Fast & Furious 5	USA	1.077.803	4.128.754	Universal
10	Amanecer: parte 1	USA	1.072.580	3.751.144	Cine Colombia

Cuadro 2.2.60

Ranking de estrenos cinematográficos. Colombia 2012

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	La Edad de hielo 4	USA	2.873.049	13.790.194	Fox
2	Los Vengadores	USA	2.167.712	11.205.950	Walt Disney
3	El caballero oscuro: la leyenda renace	USA	1.755.531	7.235.635	Warner Bros
4	Madagascar 3	USA	1.744.879	8.423.000	Paramount
5	Amanecer: parte 2	USA	1.680.459	6.410.304	Cine Colombia
6	El Paseo 2	Colombia	1.380.067	5.396.480	Cine Colombia
7	Hotel Transilvania	USA	1.148.312	5.637.189	Sony
8	Furia de Titanes 2	USA	1.039.627	5.290.458	Warner Bros
9	El sorprendente hombre araña	USA	947.281	4.578.537	Sony
10	Valiente	USA	922.745	4.536.269	Walt Disney

Los *rankings* de estrenos cinematográficos colombianos reflejan que once de las 30 películas analizadas son coproducciones. En tercer y cuarto lugar de popularidad se encuentran *Mi gente linda, mi gente bella* (2012) y la coproducción hispano-colombiana *La cara oculta* (2012), ambas con más de 600.000 espectadores (cuadros 2.2.61, 2.2.62, 2.2.63).

Cuadro 2.2.61

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Colombia 2010

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	El paseo	Colombia	1.473.446	5.135.845
2	Sin tetas no hay paraíso	Colombia	319.754	1.177.204
3	Del amor y otros demonios	Colombia, Costa Rica	75.238	316.692
4	García	Brasil, Colombia	51.036	194.025
5	Retratos en un mar de mentiras	Colombia	43.894	156.712
6	La sociedad del semáforo	Colombia, Francia	40.631	158.814
7	Contracorriente	Colombia, Francia, Perú	37.397	143.112
8	Rabia	Colombia, España, México	21.480	81.558
9	El vuelco del cangrejo	Colombia, Francia	18.764	77.804

Cuadro 2.2.62
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Colombia 2011

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Los colores de la montaña	Colombia, Panamá	370.824	1.476.545
2	Mamá tómate la sopa	Colombia	361.630	1.284.314
3	El páramo	Argentina, Colombia, España	317.302	1.105.614
4	El Jefe	Argentina, Canadá, Colombia	309.042	1.156.242
5	En coma	Colombia	172.807	683.860
6	El escritor de telenovelas	Colombia	104.606	360.721
7	Saluda al diablo de mi parte	Colombia, México, USA	103.212	405.853
8	Lecciones para un beso	Colombia	91.103	324.839
9	Póker	Colombia	43.027	146.451
10	Todos tus muertos	Colombia	35.200	146.070

Cuadro 2.2.63
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Colombia 2012

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	El Paseo 2	Colombia	1.380.067	5.396.480
2	Mi gente linda, mi gente bella	Colombia	631.701	2.461.625
3	La cara oculta	Colombia, España	604.014	2.341.893
4	El cartel de los sapos	Colombia	441.203	1.797.063
5	Sanandresito	Colombia	299.936	1.231.633
6	La lectora	Colombia	199.381	812.577
7	180 segundos	Colombia	154.107	602.416
8	Sofía y el Terco	Colombia	49.088	187.051
9	Por que dejaron a Nacho	Colombia	44.385	156.398
10	Chocó	Colombia	29.294	124.814

En los *rankings* de películas iberoamericanas (no colombianas) y europeas (no USA), destacan las producciones francesas *Venganza 2* (2012) e *Intocable* (2012), la primera con casi 600.000 espectadores y la segunda con casi 500.000. La coproducción hispano-americana *Medianoche en París* (2011) obtuvo 193.060 espectadores (cuadros 2.2.64, 2.2.65 y 2.2.66).

Cuadro 2.2.64
Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. Colombia 2010

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	El secreto de sus ojos	Argentina, España	115.376	484.192
2	Yo, también	España	111.391	440.376
3	Chance	Panamá	111.251	354.733
4	Rec 2	España	88.679	264.137
5	Celda 211	España, Francia	49.656	178.338
<i>Europa</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Las Aventuras de Sammy	Bélgica	212.450	1.078.280
2	Mongol	Alemania, Rusia	111.787	550.512
3	Los hombres que no amaban a las mujeres	Alemania, Suecia, Dinamarca	84.378	346.731
4	Eden Lake	Reino Unido	31.122	106.050
5	La ola	Alemania	25.184	113.012

Cuadro 2.2.65
Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. Colombia 2011

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Medianoche en París	España, USA	193.060	916.801
2	Los Ojos de Julia	España	52.383	190.174
3	Ágora	España	34.818	161.800
4	Conocerás al hombre de tus sueños	España, USA	33.349	158.679
5	Biutiful	España, México, USA	29.100	127.300
<i>Europa</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Johnny English 2	Reino Unido	304.065	1.031.163
2	Los tres mosqueteros	Alemania, Francia, R. Unido	278.440	1.397.961
3	El discurso del Rey	Reino Unido	245.689	1.081.439
4	El retrato de Dorian Gray	Reino Unido	56.703	231.848
5	El concierto	Bélgica, Francia, Italia, Rumanía	38.594	173.937

Cuadro 2.2.66
Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. Colombia 2012

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	El Anticristo	España	128.928	470.416
2	A Roma con amor	España, Italia, USA	125.171	634.398
3	Mientras duermes	España	60.038	220.923
4	Donde habita el diablo	España	49.292	189.519
5	11 - 11 - 11	España, USA	39.162	147.894
<i>Europa</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Venganza 2: Conexión Estambul	Francia	593.667	2.388.280
2	Intocable	Francia	498.491	2.211.527
3	La mujer de negro	Reino Unido, Suecia	199.688	790.459
4	The Artist	Francia	130.904	594.806
5	La dama de hierro	Reino Unido	59.896	331.921

En cuanto a las producciones colombianas estrenadas en cines de países iberoamericanos, la que tuvo más éxito fue, la coproducción con España y México, *Colosio: el asesinato* (2012), que obtuvo más de un millón de espectadores en México. En segundo lugar, *El cartel de los sapos* (2012) superó los 351.000 espectadores en Venezuela.

En otros países, otra coproducción con España y México, *Rabia* (2010), recaudó en Francia casi 200.000 dólares y *La cara oculta* (2012) ingresó en Alemania y Francia 144.000 dólares (cuadros 2.2.67 y 2.2.68).

Cuadro 2.2.67
Ranking de películas colombianas estrenadas en países iberoamericanos. 2010-2012

Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Estreno
<i>Argentina</i>				
Los viajes del viento	Argentina, Colombia, Alemania	3.527	7.270	11/02/2010
Pecados de mi padre	Argentina, Colombia	2.896	6.939	15/04/2010

Porfirio	Argentina, Colombia, España, Uruguay	847	1.206	01/11/2012
<i>Brasil</i>				
Federal	Brasil, Colombia, Francia	114.483	584.044	29/10/2010
Contracorriente	Colombia, Francia, Perú	17.954	117.944	08/04/2011
Pecados de mi padre	Argentina, Colombia	1.781	23.226	14/05/2010
<i>Chile</i>				
Pecados de mi padre	Argentina, Colombia	174	780	29/04/2010
<i>España</i>				
Contracorriente	Colombia, Francia, Perú	23.932	202.835	17/09/2010
Rabia	Colombia, España, México	22.642	143.398	28/05/2010
Los colores de la montaña	Colombia, Panamá	1.296	11.709	10/06/2011
<i>México</i>				
Colosio: el asesinato	Colombia, España, Francia, México	1.191.354	4.017.181	08/06/2012
Sin tetas no hay paraíso	Colombia	35.245	126.648	05/08/2011
Rabia	Colombia, España, México	32.765	117.822	05/11/2010
<i>Venezuela</i>				
El cartel de los sapos	Colombia	351.504	2.845.184	19/10/2012
Patas arriba	Colombia, Venezuela	73.636	450.185	23/12/2011
Saluda al diablo de mi parte	Colombia	53.993	306.202	09/09/2011

Cuadro 2.2.68

Ranking de películas colombianas estrenadas en otros países. Periodo 2010-2012

Título	Origen	Ingresos	Estreno
<i>Alemania</i>			
La cara oculta	Colombia, España	144.884	13/09/2012
Jardín de amapolas	Colombia	13.612	06/12/2012
<i>Francia</i>			
Rabia	Colombia, España, México	197.633	02/06/2010
La cara oculta	Colombia, España	144.583	04/07/2012
Los colores de la montaña	Colombia, Panamá	81.347	27/04/2011
<i>Reino Unido</i>			
Contracorriente	Colombia, Francia, Perú	66.615	06/08/2010
<i>USA</i>			
Contracorriente	Colombia, Francia, Perú	108.620	17/09/2010
The two Escobars	Colombia, USA	10.942	27/08/2010
Rabia	Colombia, España, México	5.594	28/01/2011



ECUADOR

La población de Ecuador se sitúa aproximadamente en 15,4 millones de habitantes en 2012, el número de pantallas de cine se sitúa en torno a 225, el total de estrenos comerciales en 2011 es de 219 y los estrenos nacionales sumaron 19 y 9 en 2010 y 2011 (cuadro 2.2.71).

Los estrenos cinematográficos nacionales representan el 6% y el 4% sobre el total en 2010 y 2011, respectivamente.

El precio medio de la entrada al cine es de 4,4 dólares y la frecuencia anual de asistencia al cine se sitúa en casi una película por habitante.

Cuadro 2.2.69
Panorama cinematográfico en Ecuador

	2010	2011	2012
Población (millones)	14,5	15,0	15,4
PIB-GDP (billones USD)	0,120	0,129	0,134
Número de pantallas de cine	225	225	225
Ingresos cinematográficos (millones USD)	57,8	62,3	*
Asistencia espectadores (millones)	13,0	14,0	14,0
Número de estrenos comerciales totales	323	219	*
Número de estrenos extranjeros	304	210	*
Número de estrenos nacionales	19	9	5
Asistencia anual por habitante	0,8	0,9	0,9
Precio medio entrada (USD)	4,4	4,4	*

Cuadro 2.2.70
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Ecuador

<i>AÑO 2010</i>		
Título	Origen	Espectadores
Prometeo deportado	Ecuador, Venezuela	160.000
Zuquillo Express	Ecuador	123.863
<i>AÑO 2011</i>		
Título	Origen	Espectadores
Con mi corazón en Yambo	Ecuador	165.000
A tus espaldas	Ecuador, Venezuela	110.335
<i>AÑO 2012</i>		
Título	Origen	Espectadores
Pescador	Colombia, Ecuador	105.000
Mejor no hablar de ciertas cosas	Ecuador	40.000



ESPAÑA

La población de España se sitúa aproximadamente en 46,3 millones de habitantes en 2012, el número de pantallas de cine se sitúa en torno a las 4.000, el total de estrenos comerciales es de 472 y el de estrenos nacionales suma 131 (cuadro 2.2.71).

Los estrenos cinematográficos nacionales representan el 28,5% sobre el total exhibidos y acumulan el 18% de espectadores y recaudación.

El precio medio de la entrada al cine es de 8,4 dólares (0,2 dólares menos que en el año 2010) y la frecuencia anual de asistencia al cine se sitúa en 2 películas por habitante.

Cuadro 2.2.71
Panorama cinematográfico en España

	2010	2011	2012
Población (millones)	46,0	46,1	46,3
PIB-GDP (billones USD)	1,423	1,429	1,409
Número de pantallas de cine	4.080	4.044	4.003
Ingresos cinematográficos (millones USD)	821,0	869,9	784,8
Asistencia espectadores (millones)	95,1	95,1	91,4
Número de estrenos comerciales totales	472	511	472
Número de estrenos extranjeros	334	364	341
Número de estrenos nacionales	138	147	131
Asistencia anual por habitante	2,1	2,1	2,0
Precio medio entrada (USD)	8,6	9,2	8,4

El número de espectadores asistentes a salas cinematográficas en España disminuyó desde los 95,1 millones de 2010 y 2011 a los 91,4 millones de 2012. Esta cifra representa un descenso del 3,8% (cuadro 2.2.72).

La recaudación cinematográfica pasó de casi 870 millones de dólares en 2011 a 784,8 millones en 2012, representando una disminución de un 9,7%.

Cuadro 2.2.72
Espectadores e ingresos de los estrenos cinematográficos. España

<i>ESPECTADORES</i>				
Origen	2010	2011	2012	Total
USA	76.978.524	74.133.914	65.714.786	216.827.224
España	11.150.924	13.781.159	16.470.028	41.402.111
Iberoamérica	199.359	194.894	45.042	439.295
Europa	6.434.530	6.463.511	8.880.036	21.778.077
Resto países	420.307	578.826	379.191	1.378.324
Total	95.183.644	95.152.304	91.489.083	281.825.031
<i>INGRESOS</i>				
Origen	2010	2011	2012	Total

USA	667.740.943	678.896.568	563.319.403	1.909.956.914
España	94.626.904	125.407.746	142.621.318	362.655.968
Iberoamérica	1.642.832	1.710.225	351.773	3.704.830
Europa	53.562.718	58.671.131	75.519.310	187.753.159
Resto países	3.478.558	5.290.348	3.083.759	11.852.665
Total	821.051.955	869.976.018	784.895.563	2.475.923.536

El dominio de las producciones estadounidenses en el trienio 2010-2012 se pone de manifiesto en la evolución anual de los porcentajes sobre el total de espectadores y recaudación cinematográfica en España. En los tres años, la cuota de mercado del cine americano en ambos conceptos se mantuvo por encima del 71%, con un máximo de casi el 82% (cuadro 2.2.73).

En cuanto a los espectadores, la cuota máxima del cine USA en las salas españolas fue del 80,87% en 2010 y la mínima de un 71,83% en 2012. El cine nacional y europeo consiguieron su máxima popularidad en 2012 (18% y 9,71%) y el iberoamericano en 2010 (0,21%).

Cuadro 2.2.73

Cuota de mercado de los estrenos cinematográficos. España

<i>Porcentaje sobre el total de espectadores</i>			
Origen	2010	2011	2012
USA	80,87	77,91	71,83
España	11,72	14,48	18,00
Iberoamérica	0,21	0,20	0,05
Europa	6,76	6,79	9,71
Resto países	0,44	0,62	0,41
<i>Porcentaje sobre el total de ingresos</i>			
Origen	2010	2011	2012
USA	81,33	78,04	71,77
España	11,53	14,42	18,17
Iberoamérica	0,20	0,20	0,04
Europa	6,52	6,73	9,63
Resto países	0,42	0,61	0,39

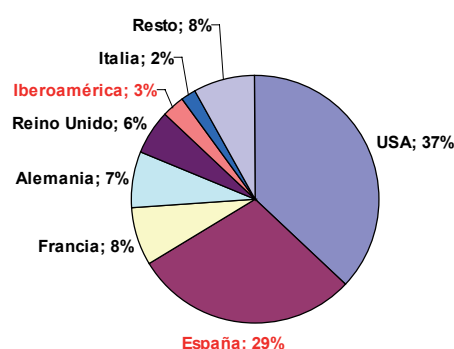
Los datos acumulados del trienio 2010-2012 reflejan que el cine USA sumó 1.909 millones de dólares de ingresos (77,1%) y 216,8 millones de espectadores (76,94%), mientras que los estrenos cinematográficos españoles e iberoamericanos consiguieron una recaudación conjunta de 366,3 millones de dólares (14,8%) y una asistencia de 41,8 millones de espectadores (14,8%) (Cuadro 2.2.74).

Los estrenos cinematográficos comerciales españoles en el trienio 2010-2012 representaron el 29%, de los que un 70% fueron producciones nacionales y un 30% coproducciones internacionales. Los países coproductores más habituales fueron Argentina y Francia.

Los estrenos iberoamericanos en el trienio 2010-2012 representaron el 3%. Los países que más obras estrenaron fueron Argentina, México y Chile. Otros países presentes en los cines españoles en este periodo fueron Brasil, Colombia, Cuba, Perú, Portugal, Uruguay y Venezuela.

Respecto al resto de países, el 37% fueron estrenos estadounidenses, el 8% películas procedentes de Francia, el 7% de Alemania, el 6% de Reino Unido, el 2% de Italia.

Gráfico 2.2.9
Distribución de los estrenos cinematográficos según su origen.
España. Periodo 2010-2012



Cuadro 2.2.74

Datos acumulados y cuota de mercado de los estrenos cinematográficos en España. Periodo 2010-2012

Origen	Ingresos	%	Espectadores	%
USA	1.909.956.914	77,14	216.827.224	76,94
España	362.655.968	14,65	41.402.111	14,69
Iberoamérica	3.704.830	0,15	439.295	0,16
Europa	187.753.159	7,58	21.778.077	7,73
Resto países	11.852.665	0,48	1.378.324	0,49
Total	2.475.923.536		281.825.031	

En cuanto al rendimiento del cine de los países con más cuota de mercado en España (aparte de España y Estados Unidos) en el trienio 2010-2012, Francia estrenó 151 películas (excluidas las coproducciones con Iberoamérica y USA) que acumularon 10,1 millones de espectadores, las 40 películas de Reino Unido sumaron 7,4 millones de espectadores, las 55 películas alemanas sumaron 2,1 millones de espectadores, las 20 películas italianas 1,1 millones y los 16 estrenos argentinos (excluidas las coproducciones con España) más de 300.000 espectadores (cuadro 2.2.75).

Cuadro 2.2.75

Datos acumulados por los estrenos cinematográficos de los países con más mercado en España. Periodo 2010-2012

Origen	Estrenos	Espectadores	Ingresos
USA	486	216.827.224	1.909.956.914
España	416	41.402.111	362.655.968
Francia	151	10.186.604	87.685.559
Reino Unido	40	7.428.219	62.876.865
Alemania	55	2.136.234	19.225.334
Italia	20	1.124.023	9.644.430
Argentina	16	307.437	269.781
Total	1.184	279.411.852	2.452.314.851

Las *majors* americanas acumularon casi el 75% de la asistencia a las salas cinematográficas españolas en el periodo 2010-2012. Las distribuidoras con más éxito fueron Warner (54,1 millones de espectadores), Sony Pictures (33,4 millones) y Disney (32,4 millones).

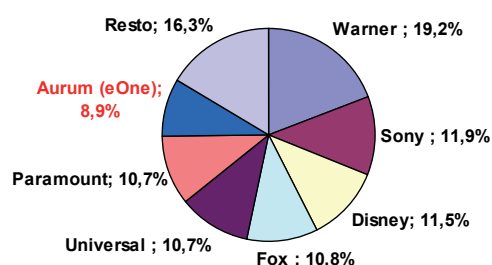
La distribuidora autóctona con más éxito fue Aurum (eOne) con 25 millones de espectadores acumulados en tres años (cuadro 2.2.76).

Cuadro 2.2.76

Ranking de distribuidoras por espectadores. España

Distribuidora	2010	2011	2012	Total
Warner Bros	17.546.137	15.781.665	20.786.774	54.114.576
Sony Pictures	11.826.156	10.478.849	11.148.139	33.453.144
Disney Company	12.732.286	10.667.250	9.068.271	32.467.807
Hispano Fox Film	9.110.192	11.367.537	9.911.191	30.388.920
Universal Pictures	9.631.270	9.392.403	11.253.440	30.277.113
Paramount Spain	9.511.970	13.057.916	7.555.804	30.125.690
Aurum (eOne Films)	8.066.646	9.018.130	7.974.088	25.058.864

Cuadro 2.2.10

Porcentaje de espectadores por distribuidoras. España.
Periodo 2010-2012

El estreno cinematográfico con más éxito en el trienio 2010-2012 fue la producción española *Lo imposible* (2012). Con más de tres millones de espectadores se situaron *Toy Story 3* (2010), *Amanecer: parte 2* (2012), *Eclipse* (2010) y *Amanecer: parte 1* (2011).

De las 30 películas incluidas en los *top-10*, 24 fueron estadounidenses (3 coproducidas con Reino Unido, una con Bélgica y otra con Nueva Zelanda), 4 españolas, una francesa y una británica (cuadros 2.2.77, 2.2.78 y 2.2.79).

Cuadro 2.2.77

Ranking de estrenos cinematográficos. España 2010

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	Toy Story 3	USA	3.595.835	32.119.994	Walt Disney
2	Eclipse	USA	3.229.673	24.114.764	Aurum (eOne)
3	Alicia en el País de las Maravillas	USA	2.879.499	31.056.551	Walt Disney
4	Origen	UK, USA	2.703.180	22.373.371	Warner Bros
5	Shrek, felices para siempre	USA	2.284.277	19.961.838	Paramount
6	Harry Potter y las reliquias de la muerte 1	UK, USA	2.129.401	18.787.533	Warner Bros
7	El discurso del Rey	UK	1.718.441	14.471.067	DeAPlaneta
8	El príncipe de Persia: Las arenas del tiempo	USA	1.690.000	12.698.894	Walt Disney
9	Robin Hood	USA	1.686.930	13.202.766	Universal
10	Sherlock Holmes	USA	1.608.778	14.587.034	Warner Bros

Cuadro 2.2.78

Ranking de estrenos cinematográficos. España 2011

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	Amanecer: parte 1	USA	3.100.267	26.835.395	Aurum (eOne)
2	Piratas del Caribe 4	USA	2.761.159	27.402.398	Walt Disney
3	Torrente 4	España	2.652.744	27.194.577	Warner Bros
4	Las aventuras de Tintín: el secreto del Unicornio	Bélgica, USA	2.525.216	25.978.150	Sony Pictures
5	El gato con botas	USA	2.448.375	22.000.174	Paramount
6	Harry Potter y las reliquias de la muerte 2	UK, USA	2.308.804	22.681.088	Warner Bros
7	El origen del planeta de los Simios	USA	2.265.165	20.055.716	Hispano Fox
8	Los Pitufos	USA	2.155.436	19.653.176	Sony Pictures
9	Enredados	USA	2.061.107	19.145.533	Walt Disney
10	Cars 2	USA	1.694.193	15.677.242	Walt Disney

Cuadro 2.2.79

Ranking de estrenos cinematográficos. España 2012

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	Lo imposible	España	6.041.572	54.688.050	Warner Bros
2	Amanecer: parte 2	USA	3.333.245	29.228.336	Aurum (eOne)
3	El Hobbit: un viaje inesperado	USA, NZ	2.993.960	29.883.452	Warner Bros
4	Las aventuras de Tadeo Jones	España	2.694.794	22.701.823	Paramount
5	Intocable	Francia	2.512.288	21.576.385	A Contracorriente
6	La Edad de hielo 4	USA	2.384.266	19.131.151	Hispano Fox
7	Los Vengadores	USA	2.327.010	21.225.362	Walt Disney
8	Brave	USA	2.257.353	17.709.959	Walt Disney
9	Tengo ganas de ti	España	1.955.085	15.310.285	Warner Bros
10	El caballero oscuro: la leyenda renace	USA	1.856.424	14.603.896	Warner Bros

Aparte de la popularidad de *Lo imposible* (2012), dos estrenos españoles superaron los 2,6 millones de espectadores: *Las aventuras de Tadeo Jones* (2012) y *Torrente 4* (2011). Entre dos millones y un millón de espectadores encontramos a las películas *Tengo ganas de ti* (2012), *Medianoche en París* (2011), *Que se mueran los feos* (2010) y *Los ojos de Julia* (2010). Por último, *El cuerpo* (2012) rozó el millón de espectadores (cuadros 2.2.80, 2.2.81 y 2.2.82).

Cuadro 2.2.80

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. España 2010

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Tres metros sobre el cielo	España	1.535.701	12.978.775
2	Que se mueran los feos	España	1.116.178	9.034.442
3	Los ojos de Julia	España	1.089.120	9.671.572
4	Conocerás al hombre de tus sueños	España, USA	694.060	5.677.916
5	Lope	España, Brasil	579.580	4.663.133
6	Biutiful	España, México, USA	497.071	4.407.606
7	Pa Negre	España, Francia	402.269	3.614.287
8	Buried (Enterrado)	España, USA	369.447	3.252.320
9	Balada triste de trompeta	España, Francia	351.847	3.007.513
10	Tensión sexual no resuelta	España	331.942	2.836.479

Cuadro 2.2.81

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. España 2011

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Torrente 4	España	2.652.744	27.194.577
2	Medianoche en París	España, USA	1.214.386	11.189.622
3	Fuga de Cerebros 2	España	842.505	7.173.141
4	La piel que habito	España	724.560	6.609.006
5	No habrá paz para los malvados	España	644.930	5.526.546
6	También la lluvia	España, Francia, México	597.770	5.148.574
7	Primos	España	560.813	4.878.455
8	Mientras duermes	España	551.976	4.973.751
9	Águila roja, la película	España	490.987	4.392.200
10	Un dios salvaje	Alemania, España, Francia, Polonia	468.981	4.088.950

Cuadro 2.2.82

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. España 2012

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Lo imposible	España	6.041.572	54.688.050
2	Las aventuras de Tadeo Jones	España	2.694.794	22.701.823
3	Tengo ganas de ti	España	1.955.085	15.310.285
4	El cuerpo	España	904.995	8.339.887
5	Luces rojas	España, USA	467.444	4.034.124
6	A Roma con amor	España, Italia, USA	463.057	4.192.633
7	Grupo 7	España	370.230	3.162.504
8	Rec 3: Génesis	España	369.918	3.141.272
9	Promoción Fantasma	España	270.460	2.244.061
10	Una pistola en cada mano	España	251.711	2.431.638

Los estrenos cinematográficos europeos más populares en los cines españoles fueron la producción francesa *Intocable* (2012), con 2,5 millones de espectadores y la película británica *El discurso del Rey* (2010), con 1,7 millones (cuadros 2.2.83, 2.2.84 y 2.2.85).

Las producciones iberoamericanas, sin participación española, con más éxito de espectadores, fueron *Carancho* (2010) y *El hombre de al lado* (2011), ambas procedentes de Argentina.

Cuadro 2.2.83

Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. España 2010

Iberoamérica				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Carancho	Argentina, Francia	98.102	850.415
2	Dos hermanos	Argentina	28.219	205.184
3	La nana	Chile, México	25.528	211.877
4	Contracorriente	Colombia, France, Perú	23.932	202.835
5	Abel	México	14.040	120.693
Europa				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	El discurso del Rey	Reino Unido	1.718.441	14.471.067
2	El retrato de Dorian Gray	Reino Unido	450.384	3.269.973

3	La reina en el palacio de las corrientes de aire	Alemania, Suecia, Dinamarca	427.621	3.689.321
4	Centurión	Reino Unido	361.129	2.811.811
5	Arthur y la venganza de Maltazard	Francia	317.330	2.604.371

Cuadro 2.2.84

Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. España 2011

Iberoamérica				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	El hombre de al lado	Argentina	87.704	810.893
2	Cuestión de principios	Argentina	28.811	213.467
3	Rompecabezas	Argentina, Francia	10.353	93.095
4	La vida de los peces	Chile, Francia	9.909	88.812
5	Año bisiesto	México	4.737	45.134
Europa				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Johnny English 2	Reino Unido	787.671	6.881.691
2	The Artist	Francia	471.601	4.090.991
3	Los tres mosqueteros	Alemania, Francia, R. Unido	447.710	4.225.743
4	Un método peligroso	Alemania, R. Unido, Suiza	388.584	3.428.079
5	El topo	Reino Unido	346.487	3.003.043

Cuadro 2.2.85

Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. España 2012

Iberoamérica				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Don Gato y su Pandilla	México	17.309	126.436
2	Miss Bala	México	6.108	50.793
3	Cinco días sin Nora	México	5.081	37.207
4	Plumíferos	Argentina	4.259	30.470
5	Bonsai	Argentina, Chile, Francia, Portugal	2.321	19.476
Europa				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Intocable	Francia	2.512.288	21.576.385
2	La dama de hierro	Reino Unido	646.279	5.444.107
3	Venganza 2: Conexión Estambul	Francia	586.414	4.973.753
4	El exótico Hotel Marigold	Reino Unido	549.755	4.695.411
5	La mujer de negro	Reino Unido	513.385	4.264.768

En cuanto a las producciones españolas estrenadas en cines de países iberoamericanos, *Lo imposible* (2012) obtuvo casi 3 millones de espectadores en México. A continuación, la coproducción con México, *Colosio: el asesinato* (2012) superó el millón de espectadores en dicho país, al igual que la coproducción con Estados Unidos, *Medianoche en París* (2011) en Brasil. Por su parte, la coproducción hispano-argentina, *Un cuento chino* (2011), rozó el millón de entradas vendidas en Argentina (cuadro 2.2.86).

Medianoche en París fue la producción española más popular en otros países con unos ingresos de 56 millones de dólares en USA, 15 millones en Francia, 12 en Italia, siete en Alemania y tres millones en Japón (cuadro 2.2.87).

También destacan los 7,7 millones de dólares de ingresos en Alemania de la coproducción europea *Un dios salvaje* (2011) y los seis millones de *Tres metros sobre el cielo* (2012) en Rusia

Cuadro 2.2.86

Ranking de películas españolas estrenadas en países iberoamericanos. Periodo 2010-2012

Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Fecha estreno
<i>Argentina</i>				
Un cuento chino	Argentina, España	902.264	4.468.109	24/03/2011
Elefante blanco	Argentina, España, Francia	756.733	4.186.845	17/05/2012
Medianoche en París	España, USA	717.065	3.981.257	30/06/2011
<i>Brasil</i>				
Medianoche en París	España, USA	1.163.160	8.227.238	17/06/2011
Lo imposible	España	720.005	3.980.487	21/12/2012
A Roma con amor	España, Italia, USA	649.032	3.966.906	29/06/2012
<i>Chile</i>				
Un dios salvaje	Alemania, España, Francia, Polonia	210.082	1.254.118	27/09/2012
Tengo ganas de ti	España	129.310	701.438	30/08/2012
Medianoche en París	España, USA	94.238	543.090	25/08/2011
<i>Colombia</i>				
La cara oculta	España, Colombia	604.014	2.341.893	20/01/2012
El páramo	Argentina, Colombia, España	317.302	1.105.614	07/10/2011
Medianoche en París	España, USA	193.060	916.801	29/07/2011
<i>México</i>				
Lo imposible	España	2.960.740	10.950.701	20/12/2012
Colosio: el asesinato	Colombia, España, Francia, México	1.191.354	4.017.181	08/06/2012
Los ojos de Julia	España	918.377	3.340.565	04/02/2011
Biutiful	España, México, USA	763.649	3.014.947	22/10/2010
<i>Portugal</i>				
El cónsul de Burdeos	España, Portugal	50.919	335.899	08/11/2012
José y Pilar	Brasil, España, Portugal	15.012	89.805	18/11/2010
A cidade dos mortos	España, Portugal	6.924	45.698	14/04/2011
<i>Venezuela</i>				
Azul y no tan rosa	España, Venezuela	371.270	3.466.044	30/11/2012
Lo imposible	España	231.556	2.019.191	21/12/2012
9 Meses	España, Venezuela	165.998	803.166	12/11/2010

Cuadro 2.2.87

Ranking de películas españolas estrenadas en otros países. Periodo 2010-2012

Título	Origen	Ingresos	Fecha estreno
<i>Alemania</i>			
Un dios salvaje	Alemania, España, Francia, Polonia	7.782.877	24/11/2011
Medianoche en París	España, USA	7.266.008	18/08/2011
Kika Superbruja 2	Alemania, Austria, España, Francia	4.744.742	17/02/2011
<i>Australia</i>			
Medianoche en París	España, USA	7.577.691	20/10/2011
The way	España, USA	2.200.414	25/04/2012
A Roma con amor	España, Italia, USA	1.786.450	18/10/2012
<i>Francia</i>			
Medianoche en París	España, USA	15.443.866	11/05/2011

Planet 51	España, R. Unido	8.423.174	03/02/2010
Conocerás al hombre de tus sueños	España, USA	7.428.999	06/10/2010
<i>Italia</i>			
Medianoche en París	España, USA	12.025.914	02/12/2011
A Roma con amor	España, Italia, USA	10.295.488	20/04/2012
Volver a nacer	España, Italia	6.440.144	08/11/2012
<i>Japón</i>			
Medianoche en París	España, USA	3.122.725	26/05/2012
Los abrazos rotos	España	455.605	06/02/2010
Madres e hijas	España, USA	440.352	15/01/2011
<i>Países Bajos</i>			
Medianoche en París	España, USA	1.615.160	15/09/2011
A Roma con amor	España, Italia, USA	998.263	23/08/2012
Biutiful	España, México, USA	771.667	03/02/2011
<i>Reino Unido</i>			
Medianoche en París	España, USA	4.328.012	07/10/2011
Buried (Enterrado)	España, USA	3.167.536	01/10/2010
La piel que habito	España	2.534.119	26/08/2011
<i>Rusia</i>			
Tres metros sobre el cielo	España	6.067.608	05/07/2012
A Roma con amor	España, Italia, USA	2.862.660	05/07/2012
Medianoche en París	España, USA	2.350.635	06/10/2011
<i>USA</i>			
Medianoche en París	España, USA	56.817.045	20/05/2011
Lo imposible	España	18.135.700	21/12/2012
A Roma con amor	España, Italia, USA	16.685.867	22/06/2012



MEXICO

La población de México se sitúa aproximadamente en 116 millones de habitantes en 2012, el número de pantallas de cine supera las 5.300, el total de estrenos comerciales es de 319 y el de nacionales 67 (cuadro 2.2.88).

Los estrenos cinematográficos nacionales representan el 21% sobre el total exhibidos, acumulan casi el 5% en asistencia de espectadores y obtienen el 4,5% en recaudación.

El precio medio de la entrada al cine es de 3,6 dólares (0,1 dólar menos que en 2010) y la frecuencia de asistencia al cine se sitúa en 2,0 películas por habitante.

Cuadro 2.2.88
Panorama cinematográfico en México

	2010	2011	2012
Población (millones)	112,0	113,7	116,2
PIB-GDP (billones USD)	1,629	1,694	1,761
Número de pantallas de cine	4.818	5.166	5.303
Ingresos cinematográficos (millones USD)	709,9	793,6	815,4
Asistencia espectadores (millones)	190,0	205,3	229,5
Número de estrenos comerciales totales	313	321	319
Número de estrenos extranjeros	257	259	252
Número de estrenos nacionales	56	62	67
Asistencia anual por habitante	1,7	1,8	2,0
Precio medio entrada (USD)	3,7	3,8	3,6

El número de espectadores asistentes a salas cinematográficas en México aumentó desde los 190 millones de 2010 a los 229,5 millones de 2012. Esta cifra representa un incremento de un 20,7% y un 11,7%, respecto a 2010 y 2011 (cuadro 2.2.89).

La recaudación cinematográfica pasó de casi 710 millones de dólares en 2010 a 815,4 millones en 2012, representando un aumento de un 14,8% respecto a 2010 y de un 11,7% respecto a 2011.

El aumento del interés por el cine en México también se refleja en el promedio de asistencia a las salas, ya que en el quinquenio 2005-2009 fue de 172,6 millones de espectadores por año y en el trienio 2010-2012 fue de 208,3 millones (+35,7 millones).

Cuadro 2.2.89
Espectadores e ingresos de estrenos cinematográficos. México

<i>ESPECTADORES</i>				
Origen	2010	2011	2012	Total
USA	172.773.238	182.274.729	199.763.585	554.811.552
México	11.628.755	13.700.882	11.329.605	36.659.242
Iberoamérica	1.865.728	3.484.255	6.503.120	11.853.103
Europa	3.452.261	4.302.908	11.507.539	19.262.708

Resto países	329.038	1.636.928	407.794	2.373.760
Total	190.049.020	205.399.702	229.511.643	624.960.365
INGRESOS				
Origen	2010	2011	2012	Total
USA	649.067.304	710.847.151	712.110.382	2.072.024.837
México	40.105.395	47.749.060	37.087.771	124.942.226
Iberoamérica	6.885.913	12.861.128	23.097.794	42.844.835
Europa	12.790.800	16.274.361	41.735.540	70.800.701
Resto países	1.148.299	5.933.808	1.403.338	8.485.445
Total	709.997.711	793.665.508	815.434.826	2.319.098.045

La cuota de mercado del cine estadounidense, en espectadores y recaudación, se mantuvo por encima del 87% en el trienio 2010-2012 en México, con un máximo superior al 91% (cuadro 2.2.90).

En cuanto a los espectadores, la cuota máxima del cine USA fue del 90,9% en 2010 y la mínima de un 87% en 2012. El cine mexicano consiguió su máxima popularidad en 2011 (6,6%), el iberoamericano en 2012 (2,8%) y el europeo en 2012 (5%).

Cuadro 2.2.90				
<i>Cuota de mercado de los estrenos cinematográficos. México</i>				
<i>Porcentaje sobre el total de espectadores</i>				
Origen	2010	2011	2012	
USA	90,91	88,74	87,04	
México	6,12	6,67	4,94	
Iberoamérica	0,98	1,7	2,83	
Europa	1,82	2,09	5,01	
Resto países	0,17	0,8	0,18	
<i>Porcentaje sobre el total de ingresos</i>				
Origen	2010	2011	2012	
USA	91,42	89,57	87,33	
México	5,65	6,02	4,55	
Iberoamérica	0,97	1,62	2,83	
Europa	1,80	2,04	5,12	
Resto países	0,16	0,75	0,17	

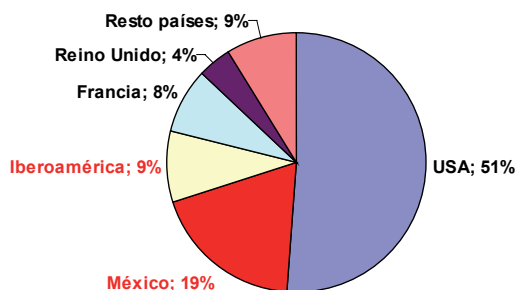
Los datos acumulados reflejan que el cine USA sumó 2.319 millones de dólares de ingresos (89,3%) y casi 625 millones de espectadores (88,78%) en el trienio 2010-2012. Los estrenos mexicanos e iberoamericanos consiguieron una recaudación conjunta de 167,7 millones de dólares (7,2%) y una audiencia de 48,5 millones de espectadores (7,7%) (Cuadro 2.2.91).

Los estrenos comerciales cinematográficos mexicanos durante el trienio 2010-2012 representaron el 19%, de los que casi el 88% fueron producciones nacionales y el 12% coproducciones internacionales. Los países coproductores más habituales fueron España y USA.

Los estrenos iberoamericanos en el trienio 2010-2012 representaron el 9% y los países que más películas exhibieron fueron España y Argentina. También estuvieron representados Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Cuba, Panamá, Perú, Portugal, Uruguay y Venezuela

Respecto al resto, el 51% de los estrenos cinematográficos en México correspondió a películas estadounidenses, el 8% a películas francesas y el 4% a largometrajes producidos en Reino Unido.

Gráfico 2.2.11
Distribución de los estrenos cinematográficos según su origen. México. Periodo 2010-2012



Cuadro 2.2.91

Datos acumulados y cuota de mercado de los estrenos cinematográficos en México. Periodo 2010-2012

Origen	Ingresos	%	Espectadores	%
USA	2.072.024.837	89,35	554.811.552	88,78
México	124.942.226	5,39	36.659.242	5,87
Iberoamérica	42.844.835	1,85	11.853.103	1,90
Europa	70.800.701	3,05	19.262.708	3,08
Resto países	8.485.445	0,37	2.373.760	0,38
Total	2.319.098.045		624.960.365	

En cuanto al rendimiento del cine de los países con más cuota de mercado en México (aparte de México y Estados Unidos) en el trienio 2010-2012, España estrenó 50 películas (excluidas las coproducciones con México) que acumularon 11,1 millones de espectadores, las 42 películas de Reino Unido sumaron 8,3 millones de espectadores, las 81 películas francesas sumaron 7,8 millones de espectadores y las 18 películas argentinas acumularon más de 450.000 espectadores (cuadro 2.2.92).

Cuadro 2.2.92

Datos acumulados por los estrenos cinematográficos de los países con más mercado en México. Periodo 2010-2012

Origen	Estrenos	Espectadores	Ingresos
USA	485	554.811.552	2.072.024.837
México	185	36.659.242	124.942.226
España	50	11.165.366	40.274.147
Reino Unido	42	8.372.281	30.109.528
Francia	81	7.837.299	28.587.162
Argentina	18	454.718	1.763.107
Total	861	619.300.458	2.297.701.007

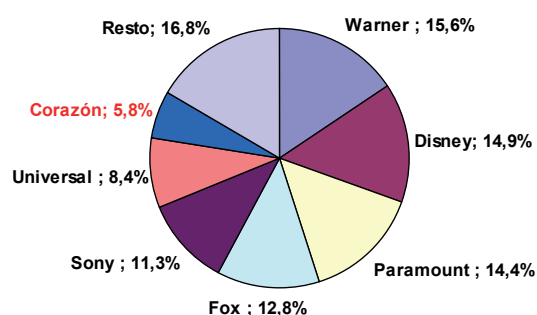
Las distribuidoras americanas acumularon el 77% de la asistencia a las salas cinematográficas mexicanas en el periodo 2010-2012. Warner, Disney y Paramount sumaron cada una más de 90 millones de espectadores.

La distribuidora independiente con más éxito fue *Corazón* con más de 36 millones de espectadores acumulados en tres años (cuadro 2.2.93).

Cuadro 2.2.93
Ranking de distribuidoras por espectadores. México

Distribuidora	2010	2011	2012	Total
Warner Bros.	32.114.061	35.985.803	29.431.370	97.531.234
Disney	37.418.248	22.208.703	33.737.922	93.364.873
Paramount	30.913.345	41.054.914	18.169.993	90.138.252
Fox	18.094.188	28.865.354	32.960.443	79.919.985
Sony Pictures	17.701.792	21.978.871	30.844.547	70.525.210
Universal	14.148.887	14.591.315	23.727.359	52.467.561
Corazón	10.361.844	9.540.777	16.289.533	36.192.154

Cuadro 2.2.12
Porcentaje de espectadores por distribuidoras. México.
Periodo 2010-2012



Las treinta películas con más éxito en las salas mexicanas entre 2010 y 2012 procedieron de Estados Unidos. Las obras más populares fueron: *Los Vengadores* (2012), con casi 16 millones de espectadores, *Toy Story 3* (2010) con casi 15 millones y *La Edad de Hielo 4* (2012) con más de 13 millones de espectadores (cuadros 2.2.94, 2.2.95 y 2.2.96).

Cuadro 2.2.94
Ranking de estrenos cinematográficos. México 2010

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	Toy Story 3	USA	14.826.134	61.794.336	Walt Disney
2	Shrek, felices para siempre	USA	7.494.204	28.962.040	Paramount
3	Alicia en el país de las Maravillas	USA	7.049.596	30.337.632	Walt Disney
4	Harry Potter y las reliquias de la muerte 1	UK, USA	6.272.047	22.803.024	Warner Bros
5	Eclipse	USA	5.811.907	20.583.905	Corazón
6	Iron Man 2	USA	5.533.819	19.814.471	Paramount
7	Mi villano Favorito	USA	5.128.304	19.760.846	Universal
8	Furia de Titanes	USA	4.899.970	21.825.557	Warner Bros
9	El príncipe de Persia: Las arenas del tiempo	USA	4.071.936	14.114.958	Walt Disney
10	Las crónicas de Narnia 3	UK, USA	3.911.312	16.159.721	Fox

Cuadro 2.2.95

Ranking de estrenos cinematográficos. México 2011

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	Harry Potter y las reliquias de la muerte 2	UK, USA	7.956.437	35.980.129	Warner Bros
2	Fast & Furious 5	USA	6.957.314	26.407.524	Universal
3	Transformers 3	USA	6.665.616	30.721.009	Paramount
4	Cars 2	USA	6.463.688	25.341.572	Walt Disney
5	Piratas del Caribe 4	USA	6.403.998	29.004.594	Walt Disney
6	Rio	USA	6.231.432	26.640.169	Fox
7	Kung Fu Panda 2	USA	5.975.312	24.355.252	Paramount
8	Amanecer: parte 1	USA	5.857.957	19.185.055	Corazón
9	Los Pitufos	USA	5.274.265	20.607.400	Sony Pictures
10	El Capitán América	USA	4.882.506	21.417.686	Paramount

Cuadro 2.2.96

Ranking de estrenos cinematográficos. México 2012

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	Los Vengadores	USA	15.942.542	63.008.077	Walt Disney
2	La Edad de hielo 4	USA	13.173.181	45.455.669	Fox
3	El caballero oscuro: la leyenda renace	USA	9.384.779	31.459.472	Warner Bros
4	Amanecer: parte 2	USA	8.563.344	28.780.312	Corazón
5	El sorprendente Hombre Araña	USA	7.900.532	28.580.675	Sony Pictures
6	Madagascar 3	USA	7.617.765	24.769.257	Paramount
7	Brave	USA	6.376.263	21.585.052	Walt Disney
8	Blancanieves y la leyenda del Cazador	USA	4.858.487	14.903.301	Universal
9	Una aventura extraordinaria	USA	4.843.296	20.190.753	Fox
10	El origen de los Guardianes	USA	4.768.563	16.487.313	Paramount

En el ranking nacional, *No eres tú, soy yo* (2010) rozó los tres millones de espectadores y *Don Gato y su Pandilla* (2011) y *Salvando al soldado Pérez* (2011) superaron los dos millones (cuadros 2.2.97, 2.2.98 y 2.2.99).

Cuadro 2.2.97

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. México 2010

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	No eres tú, soy yo	México	2.904.097	9.623.247
2	El infierno	México	1.889.661	6.417.644
3	Hidalgo: la historia Jamás contada	México	853.748	2.938.995
4	Abel	México	800.938	2.937.542
5	Biutiful	España, México, USA	763.649	3.014.947
6	Te presento a Laura	México	573.742	2.029.117
7	Regresa	España, México	398.157	1.388.662
8	HIM: más allá de la Luz	Francia, México	380.952	1.358.663
9	El atentado (2010)	México	235.784	918.954
10	Brijes	México	234.714	935.947

Cuadro 2.2.98
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. México 2011

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Don Gato y su Pandilla	México	2.595.222	8.674.120
2	Salvando al soldado Pérez	México	2.034.083	7.619.014
3	Presunto culpable	México	1.687.763	6.507.932
4	La Leyenda de la Llorona	México	1.409.179	4.050.020
5	Pastorela	México	967.938	3.074.323
6	La otra familia	México	814.507	3.177.912
7	Labios rojos	México	625.112	1.992.137
8	El gran milagro	México	494.690	2.364.795
9	Miss Bala	México	405.775	1.492.075
10	Viernes de ánimas	México	356.521	1.226.652

Cuadro 2.2.99
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. México 2012

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Colosio: el asesinato	Colombia, España, México	1.191.354	4.017.181
2	Cristiada	México	1.178.606	4.115.711
3	Suave patria	México	1.125.378	3.420.509
4	De panzazo	México	1.067.051	3.634.287
5	La vida precoz y breve de Sabina Rivas	México	877.320	2.787.213
6	Aquí entre nos	México	814.473	2.803.262
7	Después de Lucía	Francia, México	788.904	2.523.308
8	El cielo en tu mirada	México	716.469	2.364.209
9	Morgana	México	529.476	1.581.586
10	Viaje de generación	México	476.706	1.416.958

En cuanto a los estrenos iberoamericanos en México, las producciones españolas *Lo imposible* (2012) y *Los ojos de Julia* (2011) fueron las más populares con casi tres millones de espectadores y casi un millón, respectivamente (cuadros 2.2.100, 2.2.101 y 2.2.102).

Las producciones europeas que consiguieron superar los dos millones de espectadores fueron la británica *La dama de negro* (2012) y la francesa *Venganza 2: Conexión Estambul* (2012).

Cuadro 2.2.100
Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. México 2010

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Buried (Enterrado)	España, USA	361.678	1.382.186
2	Celda 211	España, Francia	247.681	917.976
3	Ágora	España	214.001	779.513
4	El secreto de sus ojos	Argentina, España	183.253	741.670
5	Escalofrío	España	127.373	395.950
<i>Europa</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Las Aventuras de Sammy	Bélgica	949.340	4.089.276
2	El retrato de Dorian Gray	Reino Unido	475.255	1.677.383

3	El secreto de la última luna	Francia, Hungría, UK	247.731	768.370
4	Los niños	Reino Unido	200.966	670.031
5	Los hombres que no amaban a las mujeres	Alemania, Suecia, Dinamarca	169.249	670.490

Cuadro 2.2.101

Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. México 2011

Iberoamérica				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Los ojos de Julia	España	918.377	3.340.565
2	Medianoche en París	España, USA	720.890	3.251.137
3	Mientras duermes	España	334.853	1.050.973
4	La piel que habito	España	327.026	1.242.580
5	Hierro	España	296.388	881.160
Europa				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Johnny English 2	Reino Unido	1.045.395	3.248.825
2	El discurso del Rey	Reino Unido	944.570	4.048.135
3	Los tres Mosqueteros	Alemania, Francia, UK	600.733	2.745.090
4	Blitz	Reino Unido	115.167	396.345
5	Trol	Noruega	97.214	301.197

Cuadro 2.2.102

Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. México 2012

Iberoamérica				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Lo imposible	España	2.960.740	10.950.701
2	Rec 3	España	723.241	2.283.235
3	Apartamento 143	España	546.723	1.758.074
4	A Roma con amor	España, Italia, USA	494.919	2.039.476
5	Luces rojas	España, USA	388.546	1.318.057
Europa				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	La dama de negro	Reino Unido	2.715.536	9.352.942
2	Venganza 2: Conexión Estambul	Francia	2.643.969	9.258.157
3	Intocable	Francia	1.588.397	6.053.053
4	Sammy 2	Bélgica, Francia	820.673	2.762.171
5	The Artist	Francia	432.401	1.817.945

El mejor rendimiento de las películas mexicanas tuvo lugar en España, debido a dos coproducciones con dicho país: *También la lluvia* (2011) y *Biutiful* (2010). La primera rozó los 600.000 espectadores y la segunda el medio millón. Por otra parte, *Don Gato y su pandilla* (2011) en Brasil y *No, la película* (2012) en Chile, sobrepasaron los 200.000 espectadores (cuadro 2.2.103).

Cuadro 2.2.103

Ranking de películas mexicanas estrenadas en países iberoamericanos. Periodo 2010-2012

Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Estreno
Argentina				

Don Gato y su pandilla	México	114.380	687.981	13/10/2011
Biutiful	España, México, USA	50.990	245.758	24/02/2011
El mural	Argentina, México	35.906	139.253	20/05/2010
Brasil				
Don Gato y su pandilla	México	219.213	1.304.411	16/09/2011
Biutiful	España, México, USA	88.371	580.961	21/01/2011
No, la película	Chile, México	65.024	377.584	28/12/2012
Chile				
No, la película	Chile, México	216.727	1.280.547	09/08/2012
Don gato y su pandilla	México	26.211	145.055	26/01/2012
Biutiful	España, México, USA	21.807	133.113	03/03/2011
Colombia				
Saluda al diablo de mi parte	Colombia, México, USA	103.212	405.853	12/08/2011
Biutiful	España, México, USA	29.100	127.300	25/02/2011
Rabia	Colombia, España, México	21.480	81.558	05/11/2010
España				
También la lluvia	España, Francia, México	597.770	5.148.574	05/01/2011
Biutiful	España, México, USA	497.071	4.407.606	03/12/2010
La nana	Chile, México	25.528	211.877	16/04/2010
Venezuela				
Travesía del desierto	México	22.054	119.916	21/10/2011
El estudiante	México	9.340	38.936	10/09/2010
Volverte a ver	México	6.681	23.332	05/03/2010

Las películas más internacionales de México fueron: *Biutiful* (2011) con 5,1 millones de dólares de ingresos en USA, 2,7 millones en Francia y 1,1 millones en Alemania y Don Gato y su Pandilla (2012) con 4,4 millones de ingresos en Reino Unido (cuadro 2.2.104).

Cuadro 2.2.104

Ranking de películas mexicanas estrenadas en otros países. Periodo 2010-2012

Título	Origen	Ingresos	Fecha estreno
Alemania			
Biutiful	España, México, USA	1.189.915	10/03/2011
Sin nombre	México, USA	1.031.969	29/04/2010
La nana	Chile, México	201.996	17/06/2010
Australia			
The last Reef	Canadá, México, USA	462.606	03/05/2012
Biutiful	España, México, USA	457.372	24/03/2011
Miss Bala	México	5.879	22/11/2012
Francia			
Biutiful	España, México, USA	2.787.792	20/10/2010
Después de Lucía	Francia, México	658.035	03/10/2012
Miss Bala	México	326.212	02/05/2012
Italia			
Biutiful	España, México, USA	468.495	04/02/2011
La nana	Chile, México	207.525	25/06/2010
Bella	México, USA	15.350	26/01/2010
Japón			
Biutiful	España, México, USA	364.072	25/06/2011

<i>Países Bajos</i>			
Biutiful	España, México, USA	771.667	03/02/2011
<i>Reino Unido</i>			
Don Gato y su pandilla	México	4.463.966	01/06/2012
Biutiful	España, México, USA	943.236	28/01/2011
Somos lo que hay	México	116.351	12/11/2010
<i>Rusia</i>			
Biutiful	España, México, USA	267.005	24/02/2011
Memoria de mis putas tristes	Dinamarca, España, México, USA	119.539	05/04/2012
Boogie	Argentina, México	29.712	09/12/2010
<i>USA</i>			
Biutiful	España, México, USA	5.101.237	28/01/2011
Salvando al soldado Pérez	México	1.400.726	02/09/2011
No eres tú, soy yo	México	1.339.911	08/04/2011





PARAGUAY

La población de Paraguay se sitúa aproximadamente en 6,6 millones de habitantes en 2012, el número de pantallas asciende a 44, el total de estrenos comerciales es de 119 y el de nacionales 4 (cuadro 2.2.105).

Los estrenos cinematográficos nacionales representan el 3% sobre el total exhibidos y acumulan el 21% en recaudación.

El precio medio de la entrada al cine es de 5,6 dólares y la frecuencia de asistencia anual al cine se sitúa en 0,2 películas por habitante.

Cuadro 2.2.105
Panorama cinematográfico en Paraguay

	2011	2012
Población (millones)	6,62	6,67
PIB-GDP (billones USD)	0,041	0,041
Número de pantallas de cine	44	44
Ingresos cinematográficos (millones USD)	3,6	6,6
Asistencia espectadores (millones)	0,65	1,16
Número de estrenos comerciales totales	112	119
Número de estrenos extranjeros	108	115
Número de estrenos nacionales	4	4
Asistencia anual por habitante	0,1	0,2
Precio medio entrada (USD)	5,5	5,6

El número de estrenos del cine made in USA en 2011 y 2012 representó el 87,5% y el 76,5% del total de estrenos, respectivamente. En ambos años, tan solo se estrenaron cuatro películas nacionales (cuadro 2.2.106).

Cuadro 2.2.106
Distribución del número de estrenos según su origen. Paraguay

País	2011	%	2012	%
USA	98	87,5	91	76,5
Nacionales	4	3,6	4	3,4
Iberoamericanos	0	0,0	0	0,0
Resto países	10	8,9	24	20,2
Total	112		119	

Los ingresos de la exhibición cinematográfica se elevaron a 3,6 millones de dólares en 2011 y a 6,6 millones en 2012 (cuadro 2.2.107). La cuota del cine americano representó el 93,9% y el 74,2% en ambos años. El cine paraguayo consiguió recaudar 1,3 millones de dólares en 2012 (21%).

Cuadro 2.2.107
Ingresos de los estrenos cinematográficos. Paraguay

País	2011	%	2012	%	Total	%
USA	3.455.926	93,9	4.910.275	74,2	8.366.201	81,2
Paraguay	104.500	2,8	1.391.070	21,0	1.495.570	14,5
Iberoamérica	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Resto países	119.139	3,2	319.387	4,8	438.526	4,3
Total	3.679.565		6.620.732		10.300.297	

Los datos acumulados de 2011 y 2012 reflejan una recaudación total de 10,3 millones de dólares y una asistencia estimada más de 1,8 millones de espectadores. La cuota de mercado del cine americano se situó en el 81,2% y la del cine paraguayo en el 14,5% (cuadro 2.2.108).

Cuadro 2.2.108
Datos acumulados y cuota de mercado de los estrenos cinematográficos en Paraguay. Periodo 2011-2012

País	Ingresos	%	Espectadores (est.)	%
USA	8.366.201	81,2	1.521.127	81,2
Paraguay	1.495.570	14,5	271.922	14,5
Iberoamérica	0	0,0	0	0,0
Resto países	438.526	4,3	79.732	4,3
Total	10.300.297		1.872.781	

El estreno cinematográfico con más éxito en 2010 y 2011 fue la obra paraguaya *7 cajas* (2012) con más de 260.000 espectadores. En segundo lugar *Los Vengadores* (2012) con 90.885 espectadores y en el tercer puesto *La edad de Hielo 4* (2012).

En 2012, en la séptima posición del *ranking* encontramos otra película paraguaya, *Libertad*, con una audiencia de más de 36.000 espectadores (cuadros 2.2.109, 2.2.110 y 2.2.111).

Cuadro 2.2.109
Ranking de estrenos cinematográficos. Paraguay 2011

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Transformers 3	USA	35.146	225.262
2	Harry Potter y las reliquias de la muerte 2	UK, USA	30.633	206.611
3	Piratas del Caribe 4	USA	31.144	202.645
4	Los Pitufos	USA	30.458	201.607
5	Rio	USA	26.455	176.303
6	Kung Fu Panda 2	USA	25.560	152.656
7	Fast & Furious 5	USA	30.318	143.611
8	Cars 2	USA	20.346	117.513
9	Resacón 2	USA	22.358	105.896
10	Amanecer: parte 1	USA	20.938	94.546

Cuadro 2.2.110
Ranking de estrenos cinematográficos. Paraguay 2012

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	7 Cajas	Paraguay	260.588	1.208.998

2	Los Vengadores	USA	90.885	617.420
3	La Edad de hielo 4	USA	78.276	500.061
4	Madagascar 3	USA	58.091	351.895
5	El caballero oscuro: la leyenda renace	USA	50.896	247.613
6	Amanecer: parte 2	USA	50.165	234.333
7	Libertad	Paraguay	36.726	180.774
8	El sorprendente Hombre Araña	USA	24.575	165.693
9	Brave	USA	25.400	133.402
10	Blancanieves y la leyenda del Cazador	USA	18.074	114.491

Cuadro 2.2.111

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Paraguay

AÑO 2010			
Título	Origen	Espectadores	Ingresos
Cuchillo de palo	España, Paraguay	6.500	34.125
Universo Servilleta	Paraguay	3.500	14.700
Semana Capital	Paraguay	1.800	9.450
AÑO 2011			
Título	Origen	Espectadores	Ingresos
Tren Paraguay	Argentina, Paraguay	6.000	33.000
Felipe Canasto	Paraguay	5.000	27.500
18 Cigarrillos y medio	México, Paraguay	5.000	27.500
Che Pykasumi	Paraguay	3.000	16.500
AÑO 2012			
Título	Origen	Espectadores	Ingresos
7 cajas	Paraguay	260.588	1.208.998
Libertad	Paraguay	36.726	180.774
Un revolver en La Chaca	Paraguay	282	1.297



PERU

La población de Perú se sitúa aproximadamente en 30,1 millones de habitantes en 2012, el número de pantallas de cine asciende a 431, el total de estrenos nacionales es de 8 (cuadro 2.2.112).

Los estrenos cinematográficos nacionales representan el 4% sobre el total exhibidos y acumulan el 1,5% sobre el total de espectadores. El precio medio de la entrada al cine es de 4 dólares y la frecuencia de asistencia anual al cine se sitúa en una película por habitante.

Cuadro 2.2.112
Panorama cinematográfico en Perú

	2010	2011	2012
Población (millones)	29,6	30,0	30,1
PIB-GDP (billones USD)	0,287	0,306	0,325
Número de pantallas de cine	300	388	431
Ingresos cinematográficos (millones USD)	75,4	102,2	125,0
Asistencia espectadores (millones)	23,1	26,7	31,0
Número de estrenos comerciales totales	187	210	190*
Número de estrenos extranjeros	180	202	182*
Número de estrenos nacionales	7	8	8
Asistencia anual por habitante	0,78	0,90	1,0
Precio medio entrada (USD)	3,02	3,80	4,03

* Provisional

Los estrenos cinematográficos con más éxito en el trienio 2010-2012 fueron *La Edad de Hielo 4* (2012) superando los 2,3 millones de espectadores y *Los Vengadores* (2012) con casi 1,9 (cuadros 2.2.113, 2.2.114 y 2.2.115).

Además, *Los Pitufos* (2011), *Madagascar 3* (2012), *Amanecer: parte 2* (2012), *El caballero oscuro: la leyenda renace* (2012) y *Shrek, felices para siempre* (2010) rebasaron el millón de espectadores.

Cuadro 2.2.113
Ranking de estrenos cinematográficos. Perú 2010

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Shrek, felices para siempre	USA	1.046.121	4.044.980
2	Toy Story 3	USA	920.492	3.692.517
3	Furia de Titanes	USA	730.852	2.901.985
4	Las crónicas de Narnia 3	UK, USA	685.506	2.417.691
5	Harry Potter y las reliquias de la muerte 1	UK, USA	656.178	2.321.485
6	Eclipse	USA	724.230	2.287.774
7	Airbender, el último guerrero	USA	547.901	2.086.639
8	Mi villano favorito	USA	540.475	2.058.545
9	Iron Man 2	USA	589.374	1.832.573
10	El príncipe de Persia: Las arenas del tiempo	USA	584.659	1.815.362

Cuadro 2.2.114

Ranking de estrenos cinematográficos. Perú 2011

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Los Pitufos	USA	1.382.793	5.250.000
2	Kung Fu Panda 2	USA	1.043.613	4.040.000
3	Rio	USA	1.041.281	3.850.000
4	Transformers 3	USA	955.974	4.210.000
5	Harry Potter y las reliquias de la muerte 2	UK, USA	900.174	3.630.000
6	El origen del Planeta de los Simios	USA	813.621	2.660.000
7	Amanecer: parte 1	USA	684.769	2.910.000
8	Fast & Furious 5	USA	679.130	2.210.000
9	Capitán América	USA	583.227	2.380.000
10	Enredados	USA	553.266	1.930.000

Cuadro 2.2.115

Ranking de estrenos cinematográficos. Perú 2012

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (est.)
1	La Edad de hielo 4	USA	2.319.824	8.623.490
2	Los Vengadores	USA	1.885.120	7.297.030
3	Madagascar 3	USA	1.164.052	4.691.130
4	Amanecer: parte 2	USA	1.137.462	4.583.970
5	El caballero oscuro: la leyenda renace	USA	1.043.396	4.204.880
6	El sorprendente hombre araña	USA	941.003	3.792.240
7	Brave	USA	780.977	3.147.330
8	Furia de Titanes 2	USA	735.597	2.964.440
9	Hotel Transilvania	USA	721.407	2.907.270
10	Viaje al centro de la Tierra 2	USA	671.243	2.705.830

En el ranking nacional del bienio 2011-2012, las obras peruanas más populares fueron las producciones de animación *Los ilusionautas* (2012), con más de 200.000 espectadores y *Rodencia y el diente de la princesa* (2012) con casi 160.500 (cuadro 2.2.116).

Cuadro 2.2.116

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Perú

AÑO 2011

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	El Guachimán	Perú	72.011	273.642
2	Lars y el misterio del Portal	Perú	66.410	252.357
3	Bolero de noche	Perú	33.718	128.128
4	Las malas intenciones	Perú	23.424	89.011
5	El Inca, la Boba y el Hijo del Ladrón	Perú	3.672	13.955

AÑO 2012

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Los ilusionautas	Perú	214.679	740.000
2	Rodencia y el diente de la princesa	Perú	160.497	570.000
3	Cielo oscuro	Perú	29.251	117.000
4	El buen Pedro	Perú	28.116	112.500
5	Coliseo	Perú	18.958	75.800

Las películas peruanas más vistas en cines de países iberoamericanos durante el periodo 2010-2012 fueron la coproducción con Colombia y Francia, *Contracorriente* (2010), con 37.397 espectadores en Colombia, 23.932 en España y 17.954 en Brasil y, la coproducción con España, *La teta asustada* (2010) con 22.775 espectadores en México (cuadro 2.2.117).

Las películas peruanas con más recaudación en cines de otros países durante el periodo 2010-2012 fueron *Los ilusionautas* (2012) en Rusia, con más de 459.000 dólares, *Octubre* (2010) en Francia y Alemania, con más de 100.000 dólares en cada país, y *Contracorriente* (2010) en Estados Unidos, con 108.620 dólares (cuadro 2.2.118).

Cuadro 2.2.117
Ranking de películas peruanas estrenadas en países iberoamericanos. Periodo 2010-2012

<i>Argentina</i>				
Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Estreno
<i>Argentina</i>				
No se lo digas a nadie	España, Perú	5.621	21.820	2010
Las malas intenciones	Alemania, Argentina, Perú	1.595	4.628	2012
Dioses	Francia, Perú	1.214	1.463	2010
<i>Brasil</i>				
Contracorriente	Colombia, Francia, Perú	17.954	117.944	2011
Octubre	Perú	2.823	18.541	2011
<i>Colombia</i>				
Contracorriente	Colombia, Francia, Perú	37.397	143.112	2010
<i>España</i>				
Contracorriente	Colombia, Francia, Perú	23.932	202.835	2010
Valentino y el clan del Can	Perú	1.848	13.004	2010
Dragones: destino de fuego	Perú	469	3.702	2011
<i>México</i>				
La teta asustada	España, Perú	22.775	75.635	2010
Octubre	Perú	711	1.507	2011
<i>Venezuela</i>				
El premio	Perú	1.972	14.712	2010
Tarata	Perú	1.170	4.301	2010

Cuadro 2.2.118
Ranking de películas peruanas estrenadas en otros países. Periodo 2010-2012

Título	Origen	Ingresos	Estreno
<i>Alemania</i>			
Octubre	Perú	114.688	2010
<i>Francia</i>			
Octubre	Perú	136.219	2010
Contracorriente	Colombia, Francia, Perú	36.598	2011
Dioses	Alemania, Argentina, Francia, Perú	27.155	2010
<i>Reino Unido</i>			
Contracorriente	Colombia, Francia, Perú	66.615	2010
La teta asustada	España, Perú	22.736	2010
<i>Rusia</i>			
Los ilusionautas	Perú	459.420	2012
<i>USA</i>			
Contracorriente	Colombia, Francia, Perú	108.620	2010
Octubre	Perú	32.127	2011



PORTUGAL

La población de Portugal se sitúa aproximadamente en 10,8 millones de habitantes en 2012, el número de pantallas de cine suma 540, el total de estrenos comerciales es de 292 y el de nacionales 29 (cuadro 2.2.119).

Los estrenos cinematográficos nacionales representan el 9% sobre el total exhibidos, acumulan el 5,5% de la asistencia total de espectadores y el 5,1% de recaudación.

El precio medio de la entrada al cine es de 7,1 dólares (0,5 dólares más que en 2010) y la frecuencia de asistencia al cine se sitúa en 1,3 películas por habitante.

Cuadro 2.2.119
Panorama cinematográfico en Portugal

	2010	2011	2012
Población (millones)	10,6	10,7	10,8
PIB-GDP (billones USD)	0,256	0,252	0,245
Número de pantallas de cine	564	558	540
Ingresos cinematográficos (millones USD)	108,9	103,5	97,6
Asistencia espectadores (millones)	16,5	15,7	13,7
Número de estrenos comerciales totales	263	284	292
Número de estrenos extranjeros	239	261	263
Número de estrenos nacionales	24	23	29
Asistencia anual por habitante	1,6	1,5	1,3
Precio medio entrada (USD)	6,6	6,6	7,1

El número de espectadores asistentes a salas cinematográficas en Portugal disminuyó desde los 16,5 millones de 2010 a los 13,7 millones de 2012. Esta cifra representa un descenso de casi el 17% y el 12,7%, respecto a 2010 y 2011 (cuadro 2.2.120).

La recaudación cinematográfica pasó de casi 109 millones de dólares en 2010 a 97,6 millones en 2012, representando una disminución de un 10,3% y un 5,7%, respecto a 2010 y 2011.

La asistencia de espectadores a los cines en Portugal ha disminuido ligeramente en los últimos años dos años. El promedio del quinquenio 2005-2009 se situó en 16 millones de espectadores por año y en el trienio 2010-2012 fue de casi 15,3 millones (-0,7 millones).

Cuadro 2.2.120
Espectadores e ingresos de los estrenos cinematográficos. Portugal

ESPECTADORES				
Origen	2010	2011	2012	Total
USA	15.243.881	14.748.757	11.479.702	41.472.340
Europa	984.405	720.314	1.488.430	3.193.149
Portugal	306.990	104.442	756.298	1.167.730
Otros Países	24.455	128.136	41.242	193.833
Total	16.559.731	15.701.649	13.765.672	46.027.052

INGRESOS				
Origen	2010	2011	2012	Total
USA	100.596.784	97.628.761	82.172.626	280.398.171
Europa	6.494.073	4.516.801	10.200.591	21.211.465
Portugal	1.752.959	538.597	4.981.117	7.272.672
Otros Países	140.703	824.447	256.732	1.221.881
Total	108.984.519	103.508.606	97.611.065	310.104.190

El dominio de las producciones estadounidenses en Portugal durante el trienio 2010-2012 se pone de manifiesto en la evolución de los porcentajes sobre el total de espectadores y recaudación cinematográfica. En los tres años, la cuota de mercado del cine americano en ambos conceptos se mantuvo por encima del 83% (cuadro 2.2.121).

En cuanto a los espectadores, la cuota máxima del cine *made in USA* en las salas portuguesas fue del 93,9% en 2011, y la mínima de un 83,4% en 2012. Los estrenos nacionales y europeos obtuvieron su máxima popularidad en 2012 (5,5% y 10,8%).

Cuadro 2.2.121
Cuota de mercado de los estrenos cinematográficos. Portugal
Porcentaje sobre el total de espectadores

Origen	2010	2011	2012
USA	92,1	93,9	83,4
Europa	5,9	4,6	10,8
Portugal	1,9	0,7	5,5
Otros Países	0,1	0,8	0,3

Porcentaje sobre el total de ingresos

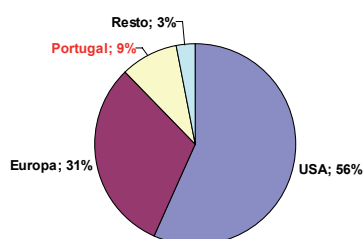
Origen	2010	2011	2012
USA	92,3	94,3	84,2
Europa	6,0	4,4	10,5
Portugal	1,6	0,5	5,1
Otros Países	0,1	0,8	0,3

Los datos acumulados del trienio 2010-2012 en Portugal reflejan que el cine estadounidense sumó 280,3 millones de dólares de ingresos (90,42%) y 41,4 millones de espectadores (90,1%). Los estrenos portugueses consiguieron una recaudación de 7,2 millones de dólares y una asistencia de 1,1 millones de espectadores, que suponen un 2,3% y un 2,5% de cuota de mercado (cuadro 2.2.122).

Cuadro 2.2.122
Datos acumulados y cuota de los estrenos cinematográficos en Portugal. Periodo 2010-2012

Origen	Estrenos	%	Ingresos	%	Espectadores	%
USA	474	56,50	280.398.171	90,42	41.472.340	90,10
Europa	261	31,11	21.211.465	6,84	3.193.149	6,94
Portugal	76	9,06	7.272.672	2,35	1.167.730	2,54
Otros Países	28	3,34	1.221.881	0,39	193.833	0,42
Total	839		310.104.190		46.027.052	

Gráfico 2.2.13
Distribución de los estrenos cinematográficos según su origen. Portugal. Periodo 2010-2012



El ranking de distribuidoras pone de manifiesto que los estrenos cinematográficos de Lusomundo (Universal, Paramount y Disney) acumularon casi 25 millones de espectadores entre 2010 y 2012. En segunda posición Sony Pictures y Warner consiguieron más de 11 millones (cuadro 2.2.123).

Cuadro 2.2.123
Ranking de distribuidoras por espectadores. Portugal

Distribuidora	2010	2011	2012	Total
Lusomundo (Universal-Paramount-Disney)	8.341.926	8.101.677	8.490.961	24.934.564
Columbia-Warner (Sony-Warner)	4.473.019	4.377.518	2.206.596	11.057.133
CLMC-Big Picture (Fox)	2.167.044	1.824.418	1.791.280	5.782.742
Prisvideo (Lionsgate)	1.062.177	862.200	815.911	2.740.288

Los estrenos cinematográficos más populares en las salas portuguesas durante el trienio 2010-2012 fueron *Avatar* (2010) y *Shrek, felices para siempre* (2010), con más de 740.000 espectadores (cuadros 2.2.124, 2.2.125 y 2.2.126).

Madagascar 3 (2012) superó los 600.000 espectadores y *Amanecer: parte 2* (2012), *Eclipse* (2010) y *La Edad del Hielo 4* (2012) rebasaron los 500.000 espectadores.

Cuadro 2.2.124
Ranking de estrenos cinematográficos. Portugal 2010

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Avatar	USA	782.074	5.980.150
2	Shrek, felices para siempre	USA	743.525	6.100.079
3	Eclipse	USA	523.102	3.243.517
4	Alicia en el país de las Maravillas	USA	456.453	3.298.655
5	Toy Story 3	USA	410.706	3.412.105
6	Harry Potter y las reliquias de la muerte 1	UK, USA	410.530	2.545.261
7	Origen	UK, USA	407.612	2.505.860
8	El príncipe de Persia: Las arenas del tiempo	USA	342.941	2.088.772
9	Como entrenar a tu dragón	USA	341.221	2.718.664
10	Come reza ama	USA	314.063	1.919.472

Cuadro 2.2.125

Ranking de estrenos cinematográficos. Portugal 2011

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Harry Potter y las reliquias de la muerte 2	UK, USA	493.109	3.799.038
2	Piratas del Caribe 4	USA	479.259	3.745.571
3	Los Pitufos	USA	478.018	3.614.970
4	Amanecer: parte 1	USA	469.964	2.906.270
5	Fast & Furious 5	USA	446.355	2.725.299
6	El gato con botas	USA	427.357	3.253.406
7	The Tourist	USA	422.036	2.593.317
8	Cars 2	USA	408.562	3.117.798
9	Rio	USA	406.868	3.283.518
10	Resacón 2	USA	397.300	2.395.322

Cuadro 2.2.126

Ranking de estrenos cinematográficos. Portugal 2012

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Madagascar 3	USA	632.069	4.927.543
2	Amanecer: parte 2	USA	524.944	3.585.642
3	La Edad de hielo 4	USA	507.110	4.000.237
4	Skyfall	UK, USA	465.816	3.175.240
5	Brave	USA	397.530	3.098.009
6	Ted	USA	334.271	2.248.863
7	American Reunion	USA	331.906	2.227.806
8	El caballero oscuro: la leyenda renace	USA	322.624	2.195.371
9	El Hobbit: un viaje inesperado	USA, NZ	302.284	2.376.366
10	Sherlock Holmes 2	USA	280.497	1.860.221

Los estrenos nacionales con más éxito en Portugal entre 2010 y 2012 fueron *Balas & Bolinhos* (2012) con más de 256.000 espectadores y *Morangos com açúcar* (2012) con 238.200 espectadores, además ambas producciones superaron los 1,6 millones de dólares de ingresos (cuadros 2.2.127, 2.2.128 y 2.2.129).

Cuadro 2.2.127

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Portugal 2010

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	A bela e o paparazzo	Portugal	98.889	576.970
2	Contraluz	Portugal	83.724	501.979
3	Uma aventura na casa assombrada	Portugal	20.941	111.684
4	Filme do desassossego	Portugal	16.357	87.131
5	José e Pilar	Brasil, España, Portugal	15.012	89.805
6	Misterios de Lisboa	Brasil, Francia, Portugal	12.863	79.960
7	Um funeral à chuva	Portugal	9.216	56.565
8	Assalto ao Santa Maria	Portugal	4.632	26.634
9	Embargo	Brasil, España, Portugal	4.597	27.460
10	Fantasia Lusitana	Portugal	4.127	26.474

Cuadro 2.2.128

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Portugal 2011

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Sangue do meu sangue	Portugal	21.168	139.497
2	Complexo: universo paralelo	Portugal	16.995	111.997
3	José e Pilar	España, Portugal	11.579	76.306
4	Filme do desassossego	Portugal	11.551	76.121
5	A cidade dos mortos	España, Portugal	6.924	45.629
6	48	Portugal	5.166	34.044
7	El extraño caso de Angélica	España, Francia, Portugal	2.724	17.951
8	A morte de Carlos gardel	Portugal	2.717	17.905
9	Budapeste	Brasil, Hungría, Portugal	2.348	15.473
10	Cisne	Portugal	2.340	15.421

Cuadro 2.2.129

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Portugal 2012

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Balas & Bolinhos: o ultimo capítulo	Portugal, Vietnam	256.158	1.715.450
2	Morangos com açúcar, o filme	Portugal	238.200	1.629.023
3	El cónsul de Burdeos	España, Portugal	50.919	335.899
4	Linhas de Wellington	Francia, Portugal	49.454	301.087
5	Florabela	Portugal	40.875	232.533
6	Cosmopolis	Canadá, Francia, Italia, Portugal	29.944	196.099
7	Tabu	Alemania, Brasil, Francia, Portugal	21.169	140.979
8	Assim Assim	Portugal	11.726	79.484
9	Capitães da areia	Brasil, Portugal	11.691	80.910
10	Operação Outono	Portugal	7.168	43.710

En el *ranking* de países iberoamericanos la producción portuguesa más popular fue la coproducción con España y Francia, *Singularidades de una chica rubia* (2011), con más de 17.000 espectadores en Brasil (cuadro 2.2.130).

En el *ranking* de otros países, la coproducción con Alemania, Brasil y Francia, *Tabu* (2012) consiguió recaudar en Alemania más de 1,5 millones de dólares (cuadro 2.2.131).

Cuadro 2.2.130

Ranking de películas portuguesas estrenadas en países iberoamericanos. Periodo 2010-2012

Argentina				
Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año estreno
El extraño caso de Angélica	Brasil, España, Francia, Portugal	3.928	17.387	2011
Brasil				
Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año estreno
Singularidades de un chica rubia	Francia, España, Portugal	17.069	107.158	2011
El último vuelo del flamenco	Brasil, España, Francia, Portugal	1.270	6.686	2011
Ilusiones ópticas	Chile, Francia, Portugal	1.199	9.003	2011
Chile				
Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año estreno
Misterios de Lisboa	Brasil, Francia, Portugal	5.327	30.994	2011

Bonsai	Argentina, Chile, Francia, Portugal	4.345	24.958	2012
<i>España</i>				
Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año estreno
El extraño caso de Angélica	Brasil, España, Francia, Portugal	5.228	47.838	2011
Misterios de Lisboa	Brasil, Francia, Portugal	3.465	28.582	2011
Bonsai	Argentina, Chile, Francia, Portugal	2.321	19.476	2012
<i>México</i>				
Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año estreno
El extraño caso de Angélica	Brasil, España, Francia, Portugal	7.131	18.208	2011
Singularidades de una chica rubia	España, Francia, Portugal	5.982	13.999	2010
Misterios de Lisboa	Brasil, Francia, Portugal	739	1.694	2012

Cuadro 2.2.131
Estrenos de películas portuguesas en otros países. Periodo 2010-2012

<i>Alemania</i>				
Título	Origen	Ingresos	Año estreno	
Tabu	Alemania, Brasil, Francia, Portugal	91.324	2012	
Morir como un hombre	Francia, Portugal	8.588	2011	
Cisnes	Alemania, Portugal	3.231	2011	
<i>Francia</i>				
Título	Origen	Ingresos	Año estreno	
Tabu	Alemania, Brasil, Francia, Portugal	1.591.946	2012	
El extraño caso de Angélica	Brasil, España, Francia, Portugal	317.818	2011	
Linhas de Wellington	Francia, Portugal	293.822	2012	
<i>Italia</i>				
Título	Origen	Ingresos	Año estreno	
Singularidades de una chica rubia	España, Francia, Portugal	133.572	2011	
Dot.com	Brasil, España, Irlanda, Portugal, UK	16.128	2011	
<i>Reino Unido</i>				
Título	Origen	Ingresos	Año estreno	
Tabu	Alemania, Brasil, Francia, Portugal	80.551	2012	
Misterios de Lisboa	Brasil, France, Portugal	35.366	2011	
La monja portuguesa	Francia, Portugal	31.291	2011	
<i>Rusia</i>				
Título	Origen	Ingresos	Año estreno	
Tabu	Alemania, Brasil, Francia, Portugal	4.649	2012	
<i>USA</i>				
Título	Origen	Ingresos	Año estreno	
Misterios de Lisboa	Brasil, France, Portugal	110.507	2011	
El extraño caso de Angélica	Brasil, España, Francia, Portugal	50.134	2010	
Bonsai	Argentina, Chile, France, Portugal	21.267	2012	



VENEZUELA

La población de Venezuela se sitúa aproximadamente en 29,7 millones de habitantes en 2012, el número de pantallas de cine supera las 460, el total de estrenos comerciales es de 166 y el de nacionales 15 (cuadro 2.2.32).

Los estrenos cinematográficos nacionales representan el 9% sobre el total exhibidos y acumulan 6% de la asistencia de espectadores y recaudación total.

El precio medio de la entrada al cine es de 7,9 dólares (3,9 dólares más que en 2010) y la frecuencia de asistencia anual al cine se sitúa en una película por habitante.

Cuadro 2.2.132
Panorama cinematográfico en Venezuela

	2010	2011	2012
Población (millones)	28,8	29,2	29,7
PIB-GDP (billones USD)	0,36	0,38	0,40
Número de pantallas de cine	439	435	468
Ingresos cinematográficos (millones USD)	120,8	170,7	227,1
Asistencia espectadores (millones)	29,7	28,9	28,7
Número de estrenos comerciales totales	147	164	166
Número de estrenos extranjeros	136	152	151
Número de estrenos nacionales	11	12	15
Asistencia anual por habitante	1,0	1,0	1,0
Precio medio entrada (USD)	4,0	5,9	7,9

El número de espectadores asistentes a salas cinematográficas de Venezuela descendió desde 29,7 millones de 2010 a 28,7 millones en 2012. Esta cifra representa una reducción del 3,3% y el 0,7%, respecto a 2010 y 2011 (cuadro 2.2.133).

La recaudación cinematográfica se elevó desde los 120,8 millones de dólares de 2010 a los 227,1 millones de 2012, por el acusado incremento del precio de la entrada.

El interés por el cine en Venezuela también se refleja en el promedio de asistencia a las salas, ya que en el quinquenio 2005-2009 fue de 22,3 millones de espectadores por año y en el trienio 2010-2012 fue de 29,1 millones (+6,8 millones).

Cuadro 2.2.133
Espectadores e ingresos de estrenos cinematográficos. Venezuela

ESPECTADORES				
Origen	2010	2011	2012	Total
USA	27.660.495	26.741.828	25.131.455	79.533.778
Nacional	1.883.405	1.323.405	1.769.592	4.976.402
Iberoamérica	67.524	362.740	906.767	1.337.031
Europa	100.174	482.340	873.835	1.456.349
Resto países	0	0	61.009	61.009
Total	29.711.598	28.910.313	28.742.658	87.364.569

INGRESOS				
Origen	2010	2011	2012	Total
USA	111.959.533	158.246.878	197.668.145	467.874.556
Nacional	8.186.829	7.099.385	14.359.794	29.646.008
Iberoamérica	265.209	2.262.761	7.360.828	9.888.798
Europa	455.651	3.152.901	7.313.118	10.921.670
Resto países	0	0	409.144	409.144
Total	120.867.222	170.761.925	227.111.029	518.740.176

El dominio de las producciones estadounidenses en Venezuela en el trienio 2010-2012 se refleja en la evolución anual de los porcentajes sobre el total de espectadores y recaudación cinematográfica. En los tres años, la cuota de mercado del cine americano en ambos conceptos se mantuvo por encima del 87%, con un máximo del 93,1% (cuadro 2.2.134).

En cuanto a los espectadores, la cuota máxima del cine USA en las salas venezolanas fue del 93,1% en 2010 y la mínima de un 87,44% en 2012. El cine nacional consiguió su máxima popularidad en 2010 (6,34%), el cine iberoamericano y europeo en 2012 (3,15% y 3,04%).

Cuadro 2.2.134				
Cuota de mercado de los estrenos cinematográficos. Venezuela				
Porcentaje sobre el total de espectadores				
Origen	2010	2011	2012	
USA	93,10	92,50	87,44	
Nacional	6,34	4,58	6,16	
Iberoamérica	0,23	1,25	3,15	
Europa	0,34	1,67	3,04	
Resto países	0,00	0,00	0,21	
Porcentaje sobre el total de ingresos				
Origen	2010	2011	2012	
USA	92,63	92,67	87,04	
Nacional	6,77	4,16	6,32	
Iberoamérica	0,22	1,33	3,24	
Europa	0,38	1,84	3,22	
Resto países	0,00	0,00	0,18	

Los datos acumulados reflejan que el cine estadounidense en Venezuela sumó 467,8 millones de dólares de ingresos (90,19%) y 79,5 millones de espectadores (91,04%) en el trienio analizado (cuadro 2.2.135). Los estrenos venezolanos e iberoamericanos consiguieron una recaudación conjunta de 39,5 millones de dólares (7,6%) y una audiencia de 6,3 millones de espectadores (7,2%).

Los estrenos comerciales cinematográficos venezolanos en el trienio 2010-2012 representaron el 8% sobre el total exhibidos. En cuanto a la participación, más del 86% de las películas venezolanas fueron producciones totalmente nacionales y el 14% coproducciones internacionales. Los países coproductores más habituales son: Colombia, Cuba, España y USA.

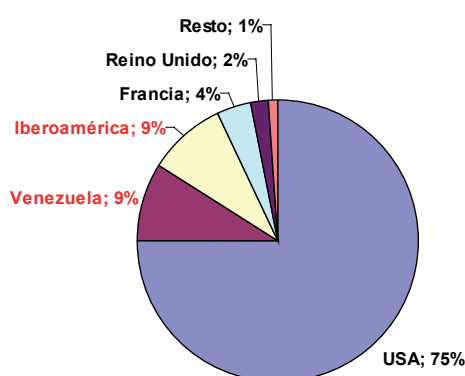
Los estrenos iberoamericanos en el trienio 2010-2012 representaron el 9%. El país que más obras estrenó fue España, seguido por Argentina y México. También estuvieron representados Brasil, Cuba, Colombia, Ecuador y Perú.

El 75% de los estrenos cinematográficos en Venezuela correspondió a películas estadounidenses, el 4% a películas francesas y el 2% a largometrajes producidos en Reino Unido.

Cuadro 2.2.135
Datos acumulados y cuota de mercado de los estrenos cinematográficos en Venezuela. Periodo 2010-2012

Origen	Ingresos	%	Espectadores	%
USA	467.874.556	90,19	79.533.778	91,04
Nacional	29.646.008	5,72	4.976.402	5,70
Iberoamérica	9.888.798	1,91	1.337.031	1,53
Europa	10.921.670	2,11	1.456.349	1,67
Resto países	409.144	0,08	61.009	0,07
Total	518.740.175		87.364.569	

Gráfico 2.2.14
Distribución de los estrenos cinematográficos según su origen. Venezuela. Periodo 2010-2012



En cuanto al rendimiento del cine de los países con más cuota de mercado en Venezuela (aparte de Venezuela y Estados Unidos) en el trienio 2010-2012, España estrenó 28 películas (excluidas las coproducciones con Venezuela) que acumularon 794.758 espectadores, Francia 18 películas que atrajeron la atención de más de 640.000 espectadores y los diez largometrajes de Reino Unido 476.723 espectadores (cuadro 2.2.136)

Cuadro 2.2.136
Datos acumulados por los estrenos cinematográficos de los países con más mercado en Venezuela. Periodo 2010-2012

Origen	Estrenos	Espectadores	Ingresos
USA	360	79.533.778	467.874.556
Venezuela	38	4.976.402	29.646.008
España	28	794.758	6.024.668
Francia	18	640.490	5.505.092
Reino Unido	10	476.723	3.110.570
Total	454	86.422.151	512.160.894

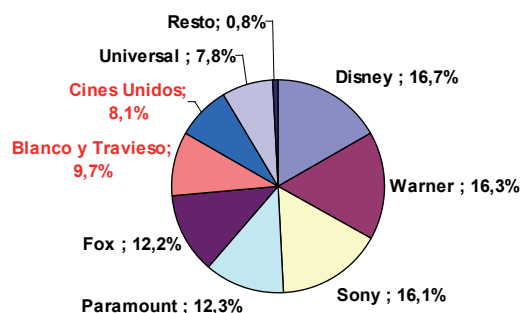
Las *majors* americanas acumularon una gran parte los espectadores cinematográficos totales en Venezuela: Disney, Warner y Sony superaron los 14 millones de espectadores en el trienio 2010-2012 (cuadro 2.2.137). Las distribuidoras nacionales con más éxito durante estos tres años fueron Blanco y Travieso (8,5 millones de espectadores) y Cines Unidos (7 millones).

Cuadro 2.2.137

Ranking de distribuidoras por espectadores. Venezuela

Distribuidora	2010	2011	2012	Total
Walt Disney	6.447.735	3.165.880	5.003.813	14.617.428
Warner Bros	5.483.021	5.083.531	3.633.608	14.200.160
Sony Pictures	4.382.461	5.032.461	4.691.922	14.106.844
Paramount	3.803.652	3.980.951	2.983.927	10.768.530
Fox	3.162.270	4.255.517	3.273.361	10.691.148
Blanco y Travieso	3.016.691	2.777.174	2.709.252	8.503.117
Cines Unidos	1.367.665	2.479.753	3.225.131	7.072.549
Universal	1.893.091	1.894.515	2.995.725	6.783.331

Cuadro 2.2.15

Porcentaje de espectadores por distribuidoras. Venezuela.
Periodo 2010-2012

Los estrenos más populares entre 2010 y 2012 fueron *La Edad del Hielo 4* (2010) con 1,7 millones de espectadores y *Los Vengadores* (2010) y *Madagascar 3* (2010) con 1,6 millones (cuadros 2.2.138, 2.2.139 y 2.2.140).

De las 30 películas incluidas en los cuadros de audiencia, 29 provinieron de Estados Unidos (dos en coproducción con Reino Unido) y una correspondió a una producción venezolana (*La hora cero*).

Cuadro 2.2.138

Ranking de estrenos cinematográficos. Venezuela 2010

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	Shrek 4	USA	1.322.241	5.991.562	Paramount
2	Niños grandes	USA	1.310.626	2.480.722	Sony Pictures
3	Enredados	USA	1.306.084	6.458.308	Walt Disney
4	Harry Potter y las reliquias de la muerte 1	UK, USA	1.274.093	4.527.327	Warner Bros
5	Toy Story 3	USA	1.232.530	4.952.588	Walt Disney
6	Alicia en el país de las Maravillas	USA	1.082.706	4.347.077	Walt Disney
7	Predators	USA	1.069.812	599.219	Fox
8	La hora cero	Venezuela	856.077	3.789.186	Blanco y Travieso
9	Eclipse	USA	765.750	3.225.274	Blanco y Travieso
10	Furia de Titanes	USA	702.291	3.017.430	Warner Bros

Cuadro 2.2.139

Ranking de estrenos cinematográficos. Venezuela 2011

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	Kung Fu Panda 2	USA	1.344.694	8.242.410	Paramount
2	Rio	USA	1.307.338	8.100.093	Fox
3	Los Pitufos	USA	1.259.371	7.678.270	Sony Pictures
4	Fast & Furious 5	USA	1.166.216	6.400.860	Universal
5	Harry Potter y las reliquias de la muerte 2	UK, USA	1.131.570	7.469.614	Warner Bros
6	El gato con botas	USA	1.064.451	7.097.989	Paramount
7	Piratas del Caribe 4	USA	998.994	6.165.432	Walt Disney
8	Los pingüinos del Sr. Popper	USA	912.508	3.045.592	Fox
9	Cars 2	USA	792.191	4.492.346	Walt Disney
10	Zooloco	USA	783.332	3.902.838	Sony

Cuadro 2.2.140

Ranking de estrenos cinematográficos. Venezuela 2012

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Distribuidora
1	La Edad de hielo 4	USA	1.783.985	14.289.871	Fox
2	Los Vengadores	USA	1.604.236	13.027.074	Walt Disney
3	Madagascar 3	USA	1.602.088	12.298.171	Paramount
4	Brave	USA	1.258.907	9.732.773	Walt Disney
5	Rompe Ralph	USA	1.059.724	10.120.632	Walt Disney
6	Amanecer: parte 2	USA	1.059.504	9.083.044	Blanco y Travieso
7	El caballero oscuro: la leyenda renace	USA	927.485	6.954.949	Warner Bros
8	El sorprendente Hombre Araña	USA	872.554	7.341.733	Sony Pictures
9	Battleship	USA	805.538	2.422.815	Universal
10	Furia de Titanes 2	USA	792.556	6.610.003	Warner Bros

Los estrenos cinematográficos venezolanos con más éxito fueron: *La hora cero* (2010), con más de 856.000 espectadores, y *Er Conde Jones* (2011), con 671.334. La coproducción con España, *Azul no tan rosa* (2012), *Hermano* (2010) y *Er Conde Bond* (2012) superaron los 300.000 espectadores (cuadros 2.2.141, 2.2.142 y 2.2.143).

Cuadro 2.2.141

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Venezuela 2010

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	La hora cero	Venezuela	856.077	3.789.186
2	Hermano	Venezuela	366.650	1.534.025
3	Habana Eva	Cuba, Francia, Venezuela	166.323	688.023
4	9 Meses	España, Venezuela	165.998	803.166
5	Las caras del diablo	Venezuela	76.984	327.575
6	Cheila: una casa pa Maíta	Venezuela	61.417	246.492
7	Muerte en alto contraste	Venezuela	60.029	270.887
8	Subhysteria	Venezuela, USA	52.669	213.511
9	Taita Boves	Venezuela	36.691	149.583
10	Amorcito corazón	Venezuela	15.671	60.554

Cuadro 2.2.142

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Venezuela 2011

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Er Conde Jones	Venezuela	671.334	3.512.470
2	El chico que miente	Venezuela	141.322	722.168
3	El rumor de las piedras	Venezuela	102.280	567.145
4	Una mirada al mar	Venezuela	82.202	389.333
5	Patatas arriba	Colombia, Venezuela	73.636	450.185
6	Reveron	Venezuela	69.814	404.998
7	Dudamel: el sonido de los niños	Venezuela	53.830	308.001
8	Cenizas eternas	Venezuela	47.048	307.799
9	Cortos interruptus	Venezuela	28.286	153.384
10	Días de poder	Venezuela	24.196	117.947

Cuadro 2.2.143

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Venezuela 2012

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Azul y no tan rosa	España, Venezuela	371.270	3.466.044
2	Er Conde Bond	Venezuela	322.274	2.134.391
3	Piedra, papel o tijera	Venezuela	205.917	1.467.609
4	El manzano azul	Venezuela	166.029	1.283.937
5	Solo en Casa	Venezuela	159.755	1.179.429
6	Tiempos de dictadura	Venezuela	153.564	1.350.173
7	Er reloj der loro	Venezuela	126.463	883.976
8	Que detectives	Venezuela	108.865	1.131.356
9	Memorias de un soldado	Venezuela	18.654	132.384
10	Wayuu, la niña de Maracaibo	Venezuela	16.793	114.594

La producción cinematográfica iberoamericana más popular fue la colombiana *El cartel de los sapos* (2012), con más de 351.000 espectadores seguida de la obra española *Lo imposible* (2012), con más de 231.000 (cuadros 2.2.144, 2.2.145 y 2.2.146).

El estreno europeo más visto fue la producción francesa *Venganza 2* (2012), con más de 300.000 espectadores. La coproducción entre Alemania, Francia y Reino Unido, *Los tres mosqueteros* (2011), y la obra francesa, *Intocable* (2012) obtuvieron alrededor de 200.000 espectadores.

Cuadro 2.2.144

Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. Venezuela 2010

Iberoamérica				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Poema de salvación	Argentina	34.108	127.019
2	Mi vida en ruinas	España, USA	12.335	47.197
3	El estudiante	México	9.340	38.936
4	Volverte a ver	México	6.681	23.332
5	El premio	Perú	1.972	14.712
Europa				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Silencio en el lago	Reino Unido	55.505	232.325

2	El imaginario mundo del Dr. Parnassus	Francia, UK	24.197	110.597
3	Un profeta	France, Italia	7.308	41.581
4	Enseñanza de vida	Reino Unido	6.517	33.952
5	Yo serví al Rey de Inglaterra	República Checa	5.157	29.877

Cuadro 2.2.145

Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. Venezuela 2011

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Rec 2	España	63.602	372.072
2	Saluda al diablo de mi parte	Colombia, México, USA	53.993	306.202
3	Medianoche en París	España, USA	46.069	403.632
4	Los ojos de Julia	España	38.373	210.706
5	Buried (Enterrado)	España, USA	22.172	132.518
<i>Europa</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Los tres Mosqueteros	Alemania, Francia, UK	188.939	1.282.694
2	Las Aventuras de Sammy	Bélgica	90.841	620.909
3	El Discurso del Rey	Reino Unido	89.911	532.526
4	Carlos	Alemania, Francia	35.984	222.881
5	El concierto	Bélgica, Francia, Italia, Rumanía	16.987	101.825

Cuadro 2.2.146

Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos y europeos. Venezuela 2012

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	El cartel de los sapos	Colombia	351.504	2.845.184
2	Lo Imposible	España	231.556	2.019.191
3	El Anticristo	España	83.500	579.979
4	11-11-11	España, USA	49.579	345.851
5	Mientras duermes	España	46.748	349.337
<i>Europa</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Venganza 2: Conexión Estambul	Francia	309.792	2.771.688
2	Intocable	Francia	184.604	1.716.670
3	Johnny English 2	Reino Unido	158.981	1.013.535
4	Blitz (Persecución mortal)	Reino Unido	57.953	396.692
5	La dama de Negro	Reino Unido	45.281	330.287

La obra venezolana con más repercusión en otros países fue *Hermano* (2011), en concreto en Estados Unidos y España, con 29.864 dólares de recaudación y 2.634 espectadores, respectivamente (cuadro 2.2.147).

Cuadro 2.2.147

Películas venezolanas estrenadas en países iberoamericanos y USA. Periodo 2010-2012

Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Estreno
<i>Argentina</i>				
¿Qué culpa tiene el tomate?	Argentina, Bolivia, Brasil, Perú, Venezuela	763	1.100	02/06/2011
Día naranja	Argentina, Colombia, Venezuela	541	774	22/09/2011
<i>Colombia</i>				
Subhysteria	USA, Venezuela	214	766	29/10/2010
<i>España</i>				
Hermano	Venezuela	2.634	22.777	23/06/2011
Hora menos	España, Venezuela	761	3.229	02/03/2012
9 meses	España, Venezuela	317	2.236	19/10/2012
<i>México</i>				
El chico que miente	Venezuela	1.544	3.749	06/01/2012
<i>USA</i>				
Hermano	Venezuela	*	29.864	24/08/2012





ESTADOS UNIDOS

La población de los Estados Unidos se sitúa aproximadamente en 316,6 millones de habitantes en 2012, el número de pantallas de cine supera las 39.900, el total de estrenos cinematográficos comerciales es de 679 y el de nacionales de 411 (cuadro 2.2.148).

Los estrenos cinematográficos nacionales representan el 60,5% sobre el total exhibidos y acumulan 95,6% de la recaudación total.

El precio medio de la entrada al cine es de 8 dólares (0,2 dólares más que en 2010) y la frecuencia de asistencia anual al cine se sitúa en 4 películas por habitante.

Cuadro 2.2.148
Panorama cinematográfico en USA

	2010	2011	2012
Población (millones)	310,3	312,9	316,6
PIB-GDP (billones USD)	15,05	15,32	15,66
Número de pantallas de cine	39.547	39.641	39.918
Ingresos cinematográficos (millones USD)	10.209,3	10.113,1	10.895,4
Asistencia espectadores (est. millones)	1.308,8	1.280,1	1.361,9
Número de estrenos comerciales totales	560	610	679
Número de estrenos extranjeros	201	242	268
Número de estrenos nacionales	359	368	411
Asistencia anual por habitante	4,3	4,0	4,0
Precio medio entrada (USD)	7,8	7,9	8,0

La recaudación de los estrenos cinematográficos en Estados Unidos aumentó desde 10.209,3 millones de dólares en 2010, hasta 10.895,4 millones en 2012, representando un aumento de un 6,7% (cuadro 2.2.149). En 2011, la recaudación fue inferior a ambos años (10.113,1 millones).

Cuadro 2.2.149
Ingresos de estrenos cinematográficos. USA

Origen	2010	2011	2012	Total
USA	9.895.327.898	9.787.826.652	10.416.006.036	30.099.160.586
Iberoamérica	14.098.224	77.530.021	37.135.461	128.763.706
Europa	215.151.512	208.902.097	367.544.256	791.597.865
Australia-Canadá	53.515.054	10.158.140	14.096.018	77.769.212
Resto países	31.299.404	28.771.570	60.710.896	120.781.870
Total	10.209.392.092	10.113.188.480	10.895.492.667	31.218.073.239

La cuota de mercado del cine USA en su país en el trienio 2010-2012 superó el 96% de la recaudación total. El cine europeo representó el 2,5% y el iberoamericano el 0,4% (cuadro 2.2.150). La máxima cuota iberoamericana se obtuvo en 2011, con el 0,77%.

Cuadro 2.2.150
Cuota de mercado de los estrenos cinematográficos. USA

Origen	2010	2011	2012	Total
USA	96,92	96,78	95,6	96,42
Iberoamérica	0,14	0,77	0,34	0,41
Europa	2,11	2,07	3,37	2,54
Australia-Canadá	0,52	0,10	0,13	0,25
Resto países	0,31	0,28	0,56	0,39

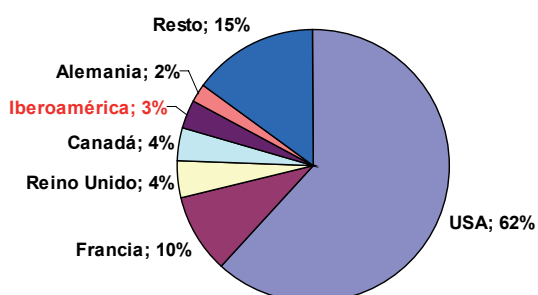
En el periodo 2010-2012 se estrenaron 64 películas iberoamericanas (3,5%) que acumularon unos ingresos de 128,7 millones de dólares y una asistencia estimada de 16,2 millones de espectadores.

Los estrenos estadounidenses representaron el 62% del total exhibido y acumularon el 96,4% de los ingresos. Las películas europeas supusieron el 20% del total de estrenos y sumaron el 2,5% de los ingresos totales. Los tres países con más mercado en USA son: Francia (10%), Reino unido (4%) y Alemania (2%). La importante cuota de mercado francesa incluye un 4,5% de coproducciones con Alemania, Bélgica, Canadá e Italia (cuadro 2.2.151).

Cuadro 2.2.151
Ingresos acumulados por los estrenos de los países iberoamericanos en USA (millones USD). Periodo 2010-2012

Origen	Espectadores (est.)	%	Ingresos	%
USA	3.810.020.327	96,4	30.099.160.586	96,42
Iberoamérica	16.299.203	0,4	128.763.706	0,41
Europa	100.202.261	2,5	791.597.865	2,54
Australia-Canadá	9.844.204	0,2	77.769.212	0,25
Resto países	15.288.844	0,4	120.781.870	0,39
Total	3.951.654.840		31.218.073.239	

Gráfico 2.2.16
Distribución de los estrenos cinematográficos según su origen.
USA. Periodo 2010-2012



La recaudación del cine iberoamericano en Estados Unidos, en el periodo 2010-2012, estuvo liderada por los largometrajes producidos en España (incluidas las coproducciones USA). En concreto, supusieron el 42% del total de largometrajes iberoamericanos estrenados en el mercado USA que generaron una taquilla de 115,6 millones de dólares (89,8%). A continuación los estrenos argentinos acumularon 8,5 millones (6,6%) y los mexicanos 3,2 millones de dólares (2,5%) (Cuadro 2.2.152).

Cuadro 2.2.152

Ingresos acumulados por los estrenos de los países iberoamericanos en USA (millones USD). Periodo 2010-2012

Origen	Ingresos	Porcentaje
España	115.637.302	89,81
Argentina	8.500.043	6,60
México	3.284.287	2,55
Brasil	764.047	0,59
Otros	578.027	0,45
Total	128.763.706	

El ranking de distribuidoras en Estados Unidos, en el trienio 2010-2012, fue liderado por Warner con 5.306,9 millones de dólares. Paramount, Sony y Disney acumularon más de 4.200 millones (cuadro 2.2.153).

Cuadro 2.2.153

Ranking de distribuidoras por recaudación. USA

Distribuidora	2010	2011	2012	Total
Warner Bros.	1.812.845.716	1.864.090.014	1.630.008.707	5.306.944.437
Paramount	1.778.756.997	1.951.520.490	819.123.172	4.549.400.659
Sony Pictures	1.317.941.018	1.278.304.709	1.843.925.476	4.440.171.203
Walt Disney	1.519.268.265	1.197.607.887	1.569.272.767	4.286.148.919
Universal	876.144.108	977.733.161	1.424.348.183	3.278.225.452
Fox	953.789.124	1.017.436.873	1.007.078.063	2.978.304.060

La película con más éxito en el trienio analizado fue *Los Vengadores* (2012) con más de 623 millones de dólares de recaudación que con un precio medio de entrada de 8 dólares supone unos espectadores estimados de casi 78 millones. *El caballero oscuro: la leyenda renace* (2012), *Toy Story 3* (2010) y *Los juegos del Hambre* (2012) superaron los 400 millones de ingresos (cuadros 2.2.154, 2.2.155 y 2.2.156).

Cuadro 2.2.154

Ranking de estrenos cinematográficos. USA 2010

Nº	Título	Origen	Espectadores (est.)	Ingresos	Distribuidora
1	Toy Story 3	USA	53.205.754	415.004.880	Walt Disney
2	Alicia en el País de las Maravillas	USA	42.845.014	334.191.110	Walt Disney
3	Iron Man 2	USA	40.016.454	312.128.345	Paramount
4	Eclipse	USA	38.529.712	300.531.751	Summit
5	Harry Potter y las reliquias de la muerte 1	UK, USA	37.946.578	295.983.305	Warner Bros.
6	Origen	UK, USA	37.509.769	292.576.195	Warner Bros.
7	Mi villano Favorito	USA	32.245.383	251.513.985	Universal
8	Shrek, felices para siempre	USA	30.563.588	238.395.990	Paramount
9	Como entrenar a tu dragón	USA	27.895.030	217.581.231	Paramount
10	Rapunzel	USA	25.746.402	200.821.936	Walt Disney

Cuadro 2.2.155

Ranking de estrenos cinematográficos. USA 2011

Nº	Título	Origen	Espectadores (est.)	Ingresos	Distribuidora
1	Harry Potter y las reliquias de la muerte 2	USA, UK	48.229.268	381.011.219	Warner Bros.
2	Transformers 3	USA	44.606.398	352.390.543	Paramount
3	Amanecer: parte 1	USA	35.605.966	281.287.133	Summit
4	Resacón 2	USA	32.210.672	254.464.305	Warner Bros.
5	Piratas del Caribe 4	USA	30.515.418	241.071.802	Walt Disney
6	Fast & Furious 5	USA	26.561.731	209.837.675	Universal
7	Misión imposible 4	USA	26.506.064	209.397.903	Paramount
8	Cars 2	USA	24.234.481	191.452.396	Walt Disney
9	Sherlock Holmes 2	USA	23.651.698	186.848.418	Warner Bros.
10	Thor	USA	22.915.269	181.030.624	Paramount

Cuadro 2.2.156

Ranking de estrenos cinematográficos. USA 2012

Nº	Título	Origen	Espectadores (est.)	Ingresos	Distribuidora
1	Los Vengadores	USA	77.919.739	623.357.910	Walt Disney
2	El caballero oscuro: la leyenda renace	USA	56.017.387	448.139.099	Warner Bros.
3	Los Juegos del Hambre	USA	51.001.337	408.010.692	Lionsgate
4	Skyfall	USA, UK	38.020.595	304.164.760	Sony
5	El Hobbit: un viaje inesperado	USA, NZ	37.635.726	301.085.807	Warner Bros.
6	Amanecer: parte 2	USA	36.521.165	292.169.318	Lionsgate
7	El sorprendente Hombre Araña	USA	32.753.833	262.030.663	Sony
8	Brave	USA	29.660.401	237.283.207	Walt Disney
9	Ted	USA	27.333.218	218.665.740	Universal
10	Madagascar 3	USA	27.048.935	216.391.482	Paramount

La película francesa *Venganza 2* (2012), con 139,8 millones de dólares de recaudación, y la producción británica *El discurso del Rey* (2010), con 138,7 millones, fueron las películas europeas más populares en Estados Unidos durante el trienio 2010-2012 (cuadros 2.2.157, 2.2.158 y 2.2.159)

En cuanto al cine iberoamericano, la coproducción hispano-americana *Medianoche en París* (2011) fue la obra con más éxito (56,8 millones de dólares), seguida de la producción totalmente española *Lo imposible* (2012), con 18,1 millones de dólares y de la coproducción entre España, Italia y Estados Unidos, *A Roma con amor* (2012), con 16,6 millones. También hay que destacar el éxito del largometraje hispano-argentino *El secreto de sus ojos* (2010), con 6,3 millones de dólares.

Cuadro 2.2.157

Ranking de estrenos iberoamericanos y europeos. USA 2010

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Ingresos
1	El secreto de sus ojos	Argentina, España	6.391.436
2	Conocerás al hombre de tus sueños	España, USA	3.248.246
3	Madres e hijas	España, USA	1.110.509
4	Buried (Enterrado)	España, USA	1.044.143
5	Poema de salvación	Argentina	914.818

<i>Europa</i>			
Nº	Título	Origen	Ingresos
1	El discurso del Rey	Reino Unido	138.797.449
2	Los hombres que no amaban a las mujeres	Alemania, Suecia, Dinamarca	12.749.992
3	La chica que soñaba con una cerilla y un bidón de gasolina	Alemania, Suecia, Dinamarca	9.081.782
4	Bebés	Francia	7.320.323
5	La reina en el palacio de las corrientes de aire	Alemania, Suecia, Dinamarca	5.427.684

<i>Cuadro 2.2.158</i>			
<i>Ranking de estrenos iberoamericanos y europeos. USA 2011</i>			
<i>Iberoamérica</i>			
Nº	Título	Origen	Ingresos
1	Medianoche en París	España, USA	56.817.045
2	Biutiful	España, México, USA	5.101.237
3	The Way	España, USA	4.430.765
4	La piel que habito	España	3.185.812
5	Salvando al soldado Pérez	México	1.400.726
<i>Europa</i>			
Nº	Título	Origen	Ingresos
1	The Artist	Francia	44.671.682
2	La dama de hierro	Reino Unido	30.004.923
3	El topo	Alemania, Francia, R. Unido	24.149.393
4	Johnny English 2	Reino Unido	8.305.970
5	La llave de Sarah	Francia	7.693.187

<i>Cuadro 2.2.159</i>			
<i>Ranking de estrenos iberoamericanos y europeos. USA 2012</i>			
<i>Iberoamérica</i>			
Nº	Título	Origen	Ingresos
1	Lo imposible	España	18.135.700
2	A Roma con amor	España, Italia, USA	16.685.867
3	Chico y Rita	España, R. Unido	350.524
4	En el camino	Brasil, Francia, USA	154.250
5	Hecho en México	México	151.133
<i>Europa</i>			
Nº	Título	Origen	Ingresos
1	Venganza 2: Conexión Estambul	Francia	139.854.287
2	La mujer de negro	Reino Unido	54.333.290
3	El exótico Hotel Marigold	Reino Unido	46.412.021
4	Siete psicópatas	Reino Unido	15.024.049
5	Intocable	Francia	13.185.153

En el periodo 2010-2012, *Los Vengadores* (2012) y *Toy Story 3* (2010) fueron las obras cinematográficas que consiguieron el mayor número de espectadores en un país, con 15,9 y 14,8 millones en México, respectivamente (cuadro 2.2.160).

La Edad del Hielo 4 (2012) lideró el ranking de estrenos USA en cinco países (Argentina, Chile, Colombia, Perú y Venezuela) y estuvo presente en el *top-3* de otros tres países (Brasil, Paraguay y México). Otra película de animación, *Toy Story 3* (2010) también estuvo en el

ranking de las más populares en cinco países (Argentina, Chile, Colombia, España y México).

Los Vengadores fue el estreno cinematográfico en imagen real que obtuvo un mayor éxito, frente a las películas de animación, ya que estuvo presente en el ranking USA de siete países (Brasil, Chile, Colombia, Paraguay, Perú, México y Venezuela).

<i>Cuadro 2.2.160</i>					
<i>Ranking de estrenos USA en países Iberoamericanos. Periodo 2010-2012</i>					
<i>Argentina</i>					
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Estreno
1	La Edad de hielo 4	USA	4.464.249	30.319.108	2012
2	Toy Story 3	USA	3.145.336	15.703.136	2010
3	Madagascar 3	USA	2.898.859	18.494.554	2012
<i>Brasil</i>					
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Estreno
1	Los Vengadores	USA	10.970.859	69.089.181	2012
2	Amanecer: parte 2	USA	10.186.426	52.300.029	2012
3	La Edad de hielo 4	USA	8.703.514	45.458.009	2012
<i>Chile</i>					
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Estreno
1	La Edad de hielo 4	USA	2.069.898	12.808.804	2012
2	Toy Story 3	USA	1.421.142	8.094.381	2010
3	Los Vengadores	USA	1.400.599	9.538.833	2012
<i>Colombia</i>					
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Estreno
1	La Edad de hielo 4	USA	2.873.049	13.790.194	2012
2	Los Vengadores	USA	2.167.712	11.205.950	2012
3	Toy Story 3	USA	2.017.786	9.568.306	2010
<i>España</i>					
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Estreno
1	Toy Story 3	USA	3.595.835	32.119.994	2010
2	Amanecer: parte 2	USA	3.333.245	29.228.336	2012
3	Eclipse	USA	3.229.673	24.114.764	2010
<i>Paraguay</i>					
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Estreno
1	Los Vengadores	USA	90.885	1.208.998	2012
2	La Edad de hielo 4	USA	78.276	617.420	2012
3	Madagascar 3	USA	58.091	500.031	2012
<i>Perú</i>					
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Estreno
1	La Edad de hielo 4	USA	2.319.824	*	2012
2	Los Vengadores	USA	1.885.120	*	2012
3	Los Pitufos	USA	1.382.793	5.250.000	2011
<i>Portugal</i>					
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Estreno
1	Avatar	USA	782.074	5.980.150	2010
2	Shrek, felices para siempre	USA	743.525	6.100.079	2010
3	Madagascar 3	USA	632.069	4.927.543	2012
<i>México</i>					
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Estreno

1	Los Vengadores	USA	15.942.542	63.008.077	2012
2	Toy Story 3	USA	14.826.134	61.794.336	2010
3	La Edad de hielo 4	USA	13.173.181	45.455.669	2012

Venezuela

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Estreno
1	La Edad de hielo 4	USA	1.783.985	14.289.871	2012
2	Los Vengadores	USA	1.604.236	13.027.074	2012
3	Madagascar 3	USA	1.602.088	12.298.171	2012



LA REALIDAD DEL SECTOR
AUDIOVISUAL EN MÉXICO

La realidad del sector audiovisual en México

Por Jorge Sánchez y Marian Cerrilla Noriega

No cabe duda que la actividad cinematográfica en México está viviendo un auge importante.

El sector de la producción se ha fortalecido, llegando a realizarse más de un centenar de largometrajes al año. Se producen películas de todos los géneros y para todos los gustos. Además, se cuenta con una capacidad instalada importante; una amplia oferta de servicios cinematográficos, casas de renta, con el equipo más moderno y laboratorios de postproducción, que dominan los procesos digitales.

En cuanto a la formación, existen al menos 50 instituciones que ofrecen desde la licenciatura en cine hasta talleres especializados, donde se forman cuadros de creadores y cineastas reconocidos a nivel mundial, técnicos especializados y profesionales que intervienen en toda la cadena productiva. La proliferación de nuevos espacios educativos responde a la amplia demanda que esta área de estudios representa. De las cuales destacan por su antigüedad y trayectoria las escuelas públicas: el Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC), que depende de la Secretaría de Educación Pública, y el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC) de la Universidad Nacional Autónoma de México. Los aspirantes a estas escuelas superan por mucho la capacidad de admisión. El primero aceptó en 2012 a 16 alumnos de un total de 320 aspirantes a la licenciatura en Cinematografía; y cuenta con dos cursos más, de guión y de producción cinematográficos, en donde hubo 27 aceptados de un total de 140 solicitantes. Por su parte, el CUEC selecciona anualmente 15 alumnos de entre 500, en promedio, que se someten al proceso de admisión. Para finales de 2013 esta escuela estrenará instalaciones en Ciudad Universitaria y se tiene proyectado triplicar la matrícula.

Además, se llevan a cabo más de 80 festivales en México, donde se ofrece lo mejor de la cinematografía mundial y se le da un espacio importante al cine nacional. Los festivales tienen, cada día más, un papel preponderante dentro de la cinematografía nacional. Su impacto va más allá de las cintas, ya que tienen repercusiones sociales, culturales y económicas muy importantes, entre las que podemos mencionar el aumento, pero sobre todo, la diversificación y la descentralización de la oferta cinematográfica. En cuanto al impacto económico, se pueden identificar efectos directos, que se derivan del gasto que realiza el festival para su organización; efectos indirectos, que se refieren a la derrama económica que genera la realización del lugar; y efectos inducidos, que generalmente se presentan en el mediano y largo plazo y se dan a partir del impacto que genera el evento sobre la imagen del lugar o ciudad y la atracción del turismo

Por su parte, en el ámbito internacional se reconoce al cine mexicano. Las películas son seleccionadas constantemente en los festivales de mayor renombre, ampliando su presencia a otros territorios, donde obtienen alrededor de 65 premios al año.

Todo lo anterior, se debe en gran medida al apoyo que se le ha dado desde el Estado a esta actividad cultural en el país. La cinematografía juega un papel fundamental en la construcción de la identidad nacional y cobra importante relevancia para reestructurar el tejido social. En México el órgano que tiene la misión de impulsar el desarrollo de la actividad cinematográfica nacional y coordinar las actividades del Estado en materia cinematográfica es el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE). El IMCINE apoya la producción, el estímulo a creadores, el fomento industrial y la promoción, distribución, difusión y divulgación del cine mexicano.

En el caso de la producción de largometrajes, actualmente, el IMCINE cuenta con cuatro instrumentos de apoyo: dos fideicomisos y dos estímulos fiscales. En cuanto a los fideicomisos, ambos están dirigidos al apoyo a la producción de películas mexicanas o coproducciones realizadas bajo el marco de los acuerdos que México tiene suscritos con otros países. El Fondo de Apoyo para la Producción Cinematográfica de Calidad (FOPROCINE) se enfoca en proyectos con mayor riesgo comercial como son los documentales, óperas primas, cine experimental y de corte autoral. Apoya en promedio, 20 películas al año, con un monto promedio por película de 3.1 millones de pesos (238 mil dólares). Por su parte, el Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (FIDEICINE) va dirigido a películas con viabilidad comercial. Apoya alrededor de 14 películas con un monto promedio de 7.7 millones de pesos (600 mil dólares). El Estímulo Fiscal para Apoyo a la producción cinematográfica EFICINE, establecido en el artículo 226 del la Ley del Impuesto sobre la Renta (ISR), consiste en un crédito fiscal que se otorga a los contribuyentes que inviertan en la producción cinematográfica. Tiene un monto máximo de 500 millones de pesos al año (38.4 millones de dólares) y un tope por película de 20 millones (1.5 millones de dólares) o el 80% del costo de producción. A través de este estímulo se apoyan alrededor de 45 películas al año. Por último, a partir de 2010 se cuenta con un Programa de Apoyo a la Industria Cinematográfica y Audiovisual de Alto Impacto, conocido como ProAudiovisual, el cual brinda un incentivo de hasta el 17.5% de los gastos de producción realizados en México. Se compone de un reembolso en efectivo aplicado sobre los gastos realizados comprobables y la devolución del Impuesto al Valor Agregado causado en el país. Este fondo apoya la producción de cualquier contenido audiovisual: ya sean series, comerciales, largo y cortometrajes, videojuegos, etc.

Estos apoyos han conseguido fortalecer la cinematografía nacional, sin embargo, el sector de la producción aun no logra consolidarse. Esto se debe en gran medida a la dependencia que existe de los fondos públicos para mantener este ritmo de producción, ya que en promedio el 80% de las cintas reciben apoyo del Estado. No cabe duda que gracias al apoyo del Estado se han desarrollado, de manera directa o indirecta, diversas empresas y asociaciones que llevan a cabo actividades cinematográficas en el país, sin embargo, existen pocas empresas sólidas que generen capital propio. Lo anterior, debido a que existen importantes ineficiencias en el mercado, que hacen muy poco probable que una película recupere su costo de inversión. Todo ello ha hecho menos viable la atracción de capital privado y ha aumentado la dependencia de los fondos públicos. Lo anterior, aunado a la falta de competencia en el sector exhibición y televisión, lleva al cine mexicano a tener poco poder de mercado, lo que deviene en que el beneficio económico esperado de las cintas sea prácticamente nulo. Con el tiempo, esto ha llevado al sector producción a dirigir todos sus esfuerzos a la obtención de recursos públicos para financiar la película, sin considerar la distribución, exhibición y el tamaño del mercado, y en consecuencia no existe un incentivo real para conectar con el público potencial de la película o para realizar una campaña importante de lanzamiento.

La recuperación se vuelve aún más complicada, si consideramos que los costos de producción han aumentado de manera proporcional al incremento en los fondos públicos. Actualmente, el costo promedio de los largometrajes mexicanos es de 22 millones de pesos (1.7 millones de dólares). Considerando las condiciones actuales del mercado, una gran mayoría de las películas no consiguen recuperar esta inversión.

México es el cuarto país con mayor asistencia a salas de cine. En 2012, se vendieron más de 228 millones de boletos en taquilla, que corresponden a un promedio de asistencia por habitante

de 2 veces al año. Existen 5.303 pantallas, distribuidas en 577 complejos y esta cifra se incrementa año con año. De éstas, el 50% se encuentran digitalizadas y el 23% cuenta con proyección estereoscópica, mejor conocida como 3D. Estas salas se encuentran ubicadas en las grandes ciudades; únicamente el 7% de los municipios cuentan con una sala de cine. En éstos, habita el 58% de los mexicanos, sin embargo, esto implica que el 42% de la población no cuenta con una infraestructura cinematográfica. Lo anterior, aunado a un incremento en el costo del boleto, deja fuera de las salas de cine a un porcentaje importante de la población. Se estima que el 28% de los mexicanos asisten a salas al menos una vez al año¹.

En México la exhibición en salas de cine se encuentra sumamente concentrada. Recientemente, la segunda cadena con mayor participación en el mercado Cinemex anunció la compra de Cinemark, cuya adquisición se encuentra en revisión de la Comisión Federal de Competencia. De autorizarse la transacción, esta cadena, junto con Cinépolis, concentraría el 96% de los ingresos en taquilla, dejando al resto de las exhibidoras con apenas el 4% del mercado. Estas empresas constituyen pequeñas iniciativas que en total cuentan con el 10% de las pantallas del país. Estos no tienen la capacidad financiera de invertir en la digitalización de sus salas, por lo que las grandes distribuidoras dejarán de proveerlas de los grandes *blockbusters* de los cuales dependen sus ingresos. Por lo anterior, se corre el riesgo de que estos cines desaparezcan y se concentre aun más el mercado.

El duopolio de la exhibición, ha llevado a que en México el boleto de entrada sea el 6to más caro de una lista de 15 ciudades en relación al salario mínimo de cada país, incluso por arriba de Londres o París², pero sobretodo ha limitado en gran medida la oferta. A pesar de que se estrenan más de 300 películas al año, solo unas pocas concentran la mayoría de las pantallas, exhibiéndose en diferentes idiomas y formatos.

En cuanto a cine nacional, el aumento en la producción ha presionado para que año con año se estrenen más películas mexicanas, sin embargo, únicamente el 13% llegaron a todos los estados de la República y el 28% se estrenaron solo en la capital. Además, 63% de las cintas estrenadas se exhibieron con menos de 50 copias, es decir, en menos del 1% de las pantallas. Esto repercute en la baja asistencia a cine nacional, que en 2012 alcanzó 10.9 millones de espectadores, representando apenas un 4.8% del total de boletos vendidos.

En cuanto a la distribución, al igual que en la mayoría del resto del mundo, el mercado se encuentra concentrado por las empresas conocidas como *majors*, que concentran el 75% de los ingresos en salas de cine. Existen algunas empresas mexicanas que se han ido fortaleciendo, sin embargo, éstas debido a su tamaño, invierten poco en P&A o dejan el riesgo de esta inversión a los productores. Además, dichas empresas no participan en la producción a través de adelantos de distribución.

Las salas de cine siguen representando la mayor fuente de ingresos del cine mexicano, a pesar de que los medios de comercialización se han multiplicados y que las preferencias de consumo de los espectadores se enfocan cada día más a los contenidos en línea. Por otra parte, existe una importante correlación entre el rendimiento en taquilla y en otros medios de explotación.

La transmisión en televisión no ofrece un entorno más favorable para el cine nacional. También en este sector el mercado se encuentra concentrado en dos cadenas televisivas, Televisa y TV Azteca. Al no ser un mercado competitivo, los precios a los que adquieren las películas mexicanas no representan un ingreso considerable para las películas. Por otra parte, no existe obligatoriedad por parte de las cadenas de exhibir cine nacional ni de invertir en la producción, a través de compras anticipadas de derechos, como ocurre en otros países.

La oferta de películas mexicanas en televisión abierta es amplia; al año se realizan casi 1.230 transmisiones de cintas nacionales, esto significa que en promedio se emiten tres películas al día. Las películas mexicanas representan el 22% del total de la oferta fílmica de la televisión abierta, sin embargo, ésta se basa principalmente en películas de la llamada "época de oro", que sigue domi-

1 Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2012, IMCINE

2 Estudio realizado por Samy Dana para la Fundación Getulio Vargas.

nando el imaginario fílmico mexicano³. Se calcula que el mexicano promedio ve cuatro cintas nacionales al año en televisión abierta. Son pocas las películas de reciente producción que se estrenan en televisión abierta y la mayoría corresponden a los títulos que lograron los mejores números en taquilla. En México existen dos canales públicos, Once TV y Canal 22. Ambos buscan ofrecer contenidos culturales por lo que adquieren películas de reciente producción que tuvieron una corrida en cines mucho menor, principalmente, de género documental. Sin embargo, el bajo presupuesto de estas cadenas no les permite pagar un monto considerable por adquirir los derechos de transmisión de las cintas.

En cuanto a televisión de paga, en 2012 se realizaron 6.387 transmisiones de películas mexicanas en los 20 canales monitoreados por la empresa IBOPE, que corresponde al 18% de la oferta total de película. Los canales que ofrecen mayor contenido nacional son *De película* y *Cine Mexicano*, pero nuevamente corresponden a títulos producidos hace más de dos décadas. El canal en la televisión de paga que ofrece más cine nacional de reciente producción es Golden que en 2012 transmitió más de 44 títulos producidos desde el 2000.

En cuanto a la producción televisiva, las telenovelas siguen dominando la mayor parte de los contenidos que se realizan para televisión, pero cada día aumenta la producción de series de televisión mexicana. Según cifras de Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL) de 2009 a 2011 se produjeron en México 42 telenovelas y 19 series. En 2012, según cifras del Anuario Estadístico de Cine Mexicano, las cadenas nacionales produjeron 13 series, empleando un número importante de profesionales.

El avance tecnológico, la digitalización de los contenidos, internet y los medios de comunicación presenta tanto retos como oportunidades para el cine nacional; ya que están modificando la manera en que se consume cine. Este avance ha permitido una multiplicación de los medios de explotación y ventanas de exhibición de los contenidos audiovisuales, permitiendo llegar a un público mucho mayor. También ha generado mayor diversidad cultural, ya que les ha dado la oportunidad a nuevos creadores, pero también se ha traducido en un incremento de la competencia. La competencia ya no se da únicamente con otras películas en salas de cine sino que, en la misma plataforma, compiten de igual manera con series de televisión, telenovelas y hasta vídeos caseros. Ahora el público tiene acceso a una cantidad infinita de contenidos; según datos de la empresa YouTube cada segundo se sube una hora de contenido a esta plataforma. Las audiencias actuales eligen lo que quiere ver y cuando lo quieren ver, es decir, se convierten en su propio programador. Ahora el reto es cómo atraer al espectador dentro de la infinidad de contenidos que existen en la red.

Este mercado es uno de los mercados con mayor expansión en el corto plazo. Han surgido varios modelos, de los cuales lograrán consolidarse unos pocos. Se estima que en 2016 el 75% de las películas se vean a través de sistemas de *Subscription Video on Demand* (SVOD). En México, según datos del INEGI, a mediados del año pasado únicamente el 32% de los hogares en el país contaban con una computadora y el 26% tenía acceso a internet. Por otra parte, es el país de la OECD con menor penetración de estas tecnologías y donde el precio de descarga por MBps es más caro. Además, en nuestro país el uso de tarjetas de crédito, en especial, para las compras y pagos por internet sigue siendo poco común.

En México, operan al menos 8 plataformas de VOD, siendo Netflix y iTunes las que cuentan con un mayor catálogo. La primera ofrece un número considerable de películas mexicanas de diferentes épocas. A finales de 2012, esta plataforma ya contaba con 276 películas nacionales en su catálogo, que representaba el 13% de la oferta de películas. En cuanto a plataformas nacionales, Nuflick busca ofrecer películas, tanto mexicanas y extranjeras, que cuentan con un corte menos comercial. Esta plataforma ha logrado realizar acuerdos con empresas distribuidoras, festivales y la Cineteca Nacional para ofrecer diferentes canales lo que le ha permitido diversificar su oferta. Recientemente, la cadena más grande de exhibición en México incursionó en la oferta de servicios VOD, a través de la plataforma Cinépolis Klic.

³ Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2012, IMCINE

El mayor reto que enfrenta el cine nacional para lograr consolidarse es reencontrarse con su público, para el que fueron hechas y el que le es nato.

En esto, la educación es clave para posicionar el cine como un elemento central en la vida cultural del país y el desarrollo de las audiencias y cineastas. En México, no se ofrece la educación cinematográfica como parte de los programas, a diferencia de otras formas de arte como la literatura, el teatro o la música. Este desarrollo de las futuras audiencias tiene beneficios en el ámbito cultural, educativo y social del país y genera una mayor comprensión y respeto por el valor de la propiedad intelectual, una mayor apreciación del valor de los diferentes tipos de películas, estimula la creatividad y la cultura.

Además, se debe diversificar la oferta del cine nacional y otras cinematografías a través del fomento de los cines independientes y modelos alternativos de exhibición con el fin de que todos los mexicanos puedan acceder a la cinematografía nacional.

Por último, resulta imprescindible una mayor articulación del sector audiovisual en México, que actualmente operan y se regulan por separado. Es necesario actualizar la Ley Federal de Cinematografía y el marco legal del cine para que se adapte a las condiciones actuales del mercado, reducir significativamente la infracción de derechos de autor y las descargas ilegales en internet y transitar hacia una política del audiovisual.

Jorge Sánchez Sosa: Fue director del Festival Internacional de Cine en Guadalajara, Cónsul General de México en Río de Janeiro, presidente de la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas, Productor de películas como *Danzón*, *El coronel no tiene quien le escriba* y muchas otra más. Fundador de Zafra Cine Difusión, Cinemanía y otras empresas culturales como La Casa del Cine. Actualmente ocupa el cargo de Director General del Instituto Mexicano de Cinematografía.

Mariana Cerrilla Noriega: Estudió Economía en el Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), de donde se tituló con el trabajo "Análisis del mercado primario de la industria cinematográfica en México". Egresada del curso de Producción Cinematográfica y Audiovisual en el CCC. Actualmente realiza labores administrativas y de investigación, análisis estadístico y económico para el IMCINE.

Safe Creative

Safe Creative es el mayor registro digital de propiedad intelectual.

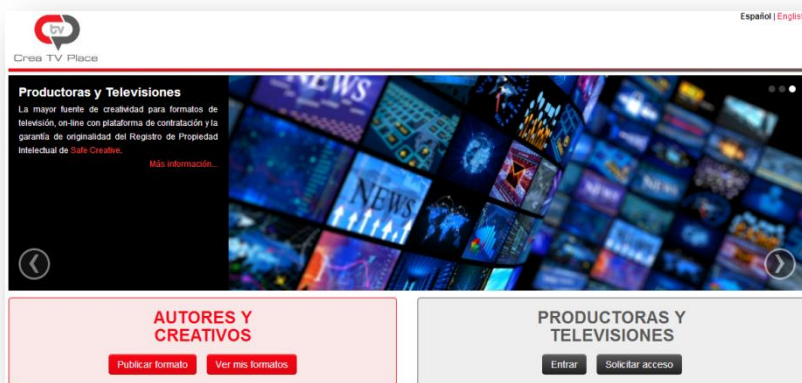
Protege e informa de los derechos de autor con ámbito global.

Crea una sólida prueba registral, legalmente válida en todos los países adheridos al Convenio de Berna y tratados internacionales de derecho de autor,



El Registro de Propiedad Intelectual 2.0

<http://www.safecreative.org>



Crea TV Place

Plataforma de promoción y punto de contacto de autores con productoras y cadenas de televisión.

El registro de los Formatos de TV en Safe Creative, confiere la máxima seguridad para ambas partes.



<http://creativplace.com>

El Marketplace de Formatos de TV

CAPITULO III

LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN EN IBEROAMÉRICA

PANORAMA GLOBAL DE LA FICCIÓN EN IBEROAMÉRICA

Los datos de la difusión de *Ficción* en las televisiones de países Iberoamericanos proceden del Anuario Obitel. Los países incluidos en la muestra son: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, Estados Unidos (habla hispana), México, Portugal, Uruguay y Venezuela. Además, se incluye el análisis de Paraguay conforme a los datos anuales procedentes de Ibope.

Las cadenas incluidas en el análisis de cada país suman un total de 75 (54 privados y 21 públicos).

Cuadro 3.1.1

Canales de televisión analizados

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, Red, Telecanal	TVN	7
Colombia	RCN, Caracol, Canal Uno	Señal Colombia, Canal Institucional	5
Ecuador	Teleamazonas, RTS, Ecuavisa, Canal Uno	ECTV, Gama TV, TC Television	7
España	A3, T5, Cuatro, La Sexta	La 1, La 2	6
Estados Unidos	Azteca América, Telefutura, Telemundo, Univisión, Estrella TV, V-me	-	6
México	Televisa, TV Azteca, Cadena Tres	Once TV, Conaculta	5
Portugal	SIC, TVI	RTP1, RTP2	4
Paraguay	Red Guaraní, Telefuturo, Paravisión, S.N.T., El Trece, Hispanoamérica	Televisión Pública	7
Uruguay	Montecarlo TV, Saeta, Teledoce/La Tele	Televisión Nacional (TNU)	4
Venezuela	Canal I, Globovisión, La Tele, Meridiano, Televen, TV Familia, Vale TV, Venevisión	ANTV, C.A. Tele Sur, Tves, VTV, COVETEL	13
Total	54	21	75

El porcentaje de tiempo dedicado por las cadenas de los países iberoamericanos a la ficción televisiva, en el periodo 2010-2011, supera el 26%. Los países que más tiempo dedican a este género son Ecuador (42,4%) y Chile (37,7%).

Cuadro 3.1.2
Porcentaje de tiempo dedicado por las cadenas de los países iberoamericanos a la ficción

Países	2010	2011	Promedio
Argentina	22,4	17,0	19,7
Brasil	20,4	21,4	20,9
Chile	38,2	37,1	37,7
Colombia	18,5	13,2	15,9
Ecuador	40,4	44,4	42,4
España	29,0	27,0	28,0
México	27,9	28,1	28,0
Paraguay	22,7	19,9	21,3
Uruguay	29,7	23,7	26,7
Promedio	27,7	25,8	26,7

Las televisiones de los países analizados en la muestra difundieron más de 1.000 títulos de obras de ficción de estreno, superaron las 72.000 emisiones y las 60.000 horas de tiempo de programación durante el bienio 2010-2011

El peso de la ficción nacional frente a la iberoamericana (no nacional) representa el 45,4% en títulos, el 35,6% en emisiones y el 32,8% en horas de emisión.

Cuadro 3.1.3
Distribución de la ficción de estreno difundida en países iberoamericanos por territorio de origen

Territorio	2010			2011		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Nacional	256	12.916	9.549	235	12.842	10.139
Iberoamericano	289	23.512	20.702	302	23.024	19.656
Total	545	36.428	30.251	537	35.866	29.795

Cuadro 3.1.4
Distribución acumulada de la ficción de estreno difundida en países iberoamericanos. Periodo 2010-2011

Territorio	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Nacional	491	45,4	25.758	35,6	19.688	32,8
Iberoamericano	591	54,6	46.536	64,4	40.358	67,2
Total	1.082		72.294		60.046	

La telenovela es el género de ficción más común en la muestra con el 60,1% sobre el total de 1.082 títulos estrenados, seguidos de las series con el 24,5% y miniserias con el 8,1%.

Cuadro 3.1.5
Distribución de los títulos de ficción emitidos en países iberoamericanos por subgéneros de ficción. Periodo 2010-2011

Subgéneros	Total	%
Telenovela	650	60,1
Serie	265	24,5
Miniserie	88	8,1

Telefilme	16	1,5
Comedia	44	4,1
Otros	19	1,8
Total	1.082	

Los países que más títulos de ficción nacional estrenaron entre 2010 y 2011 fueron España (92 títulos) y Brasil (90 títulos) y los países que más títulos de ficción iberoamericana estrenaron fueron Venezuela (106 títulos) y Estados Unidos (92 títulos).

Cuadro 3.1.6
Distribución de los títulos de ficción por países de emisión

Países	Nacional		Iberoamericano	
	2010	2011	2010	2011
Argentina	15	22	33	23
Brasil	49	41	6	6
Chile	24	25	30	46
Colombia	34	22	20	15
Ecuador	5	4	32	50
España	48	44	6	6
EE.UU.	17	11	45	47
México	21	23	9	5
Portugal	31	28	16	12
Uruguay	3	2	34	44
Venezuela	9	13	58	48
Total	256	235	289	302

Los países que más emisiones de ficción nacional de estreno sumaron fueron: Colombia (4.131), Brasil (4.001) y México (3.967). Los países que más emisiones de ficción iberoamericana estrenaron, entre 2010 y 2011, fueron: Venezuela (8.973), Chile (7.295) y Estados Unidos (6.514).

Los países que más horas de ficción nacional de estreno difundieron fueron México (3.327), Brasil (2.750) y Colombia (2.736). Los países que más horas de ficción iberoamericana acumularon, entre 2010 y 2011, fueron: Venezuela (7.928), Estados Unidos (6.849) y Uruguay (5.840).

Cuadro 3.1.7
Distribución de las emisiones de ficción por países de difusión

Países	Nacional		Iberoamericano	
	2010	2011	2010	2011
Argentina	1.173	1.180	2.296	1.481
Brasil	1.838	2.163	447	531
Chile	1.304	1.262	3.138	4.157
Colombia	2.630	1.501	1.128	1.067
Ecuador	313	259	2.497	3.515
España	793	1.104	623	368
EE.UU.	935	847	3.265	3.249
México	1.766	2.201	676	462
Portugal	1.741	1.372	1.322	1.244
Uruguay	43	54	2.691	3.406

Venezuela	380	899	5.429	3.544
Total	12.916	12.842	23.512	23.024

Cuadro 3.1.8

Distribución del tiempo de emisión de ficción por países de difusión (horas)

Países	Nacional		Iberoamericano	
	2010	2011	2010	2011
Argentina	1.034	1.094	2.048	1.426
Brasil	1.288	1.462	267	298
Chile	671	717	2.103	2.966
Colombia	1.671	1.065	952	807
Ecuador	305	189	2.288	3.060
España	698	1.012	380	284
EE.UU.	911	837	3.387	3.462
México	1.194	2.133	394	511
Portugal	1.351	942	1.032	925
Uruguay	47	47	2.629	3.211
Venezuela	379	641	5.222	2.706
Total	9.549	10.139	20.702	19.656

Los países con el mayor volumen de programación de ficción de estreno difundido entre 2010 y 2011 son: Venezuela (128 títulos, 10.252 emisiones y 8.948 horas), Chile (125 títulos, 9.861 emisiones y 6.457 horas) y Estados Unidos (120 títulos, 8.296 emisiones y 8.597 horas).

Por origen de la producción, los países que más ficción de estreno aportaron fueron: México (22,8% de títulos, 30% de emisiones y 32% de horas), Colombia (15,6% de títulos, 15,7% de emisiones y 15,5% de horas) y Brasil (11,6% de títulos, 11,5% de emisiones y 14,3% de horas).

El volumen conjunto de la ficción televisiva de estreno procedente de México, Colombia y Brasil representa el 53,5% del total de títulos, el 59,2% del total de emisiones y el 60% del tiempo total de emisión.

Cuadro 3.1.9

Distribución acumulada de la ficción por países de difusión. Periodo 2010-2011

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	93	8,6	6.130	8,5	5.602	9,3
Brasil	102	9,4	4.979	6,9	3.315	5,5
Chile	125	11,6	9.861	13,6	6.457	10,8
Colombia	91	8,4	6.326	8,8	4.495	7,5
Ecuador	91	8,4	6.584	9,1	5.842	9,7
España	104	9,6	2.888	4,0	2.374	4,0
EE.UU.	120	11,1	8.296	11,5	8.597	14,3
México	58	5,4	5.105	7,1	4.232	7,0
Portugal	87	8,0	5.679	7,9	4.250	7,1
Uruguay	83	7,7	6.194	8,6	5.934	9,9
Venezuela	128	11,8	10.252	14,2	8.948	14,9
Total	1.082		72.294		60.046	

Cuadro 3.1.10
Distribución acumulada de la ficción por países de origen. Periodo 2010-2011

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	63	5,8	4.969	6,9	4.321	7,2
Brasil	163	15,1	9.789	13,5	7.511	12,5
Chile	60	5,5	3.327	4,6	1.951	3,2
Colombia	169	15,6	11.380	15,7	9.292	15,5
Ecuador	10	0,9	692	1,0	614	1,0
España	103	9,5	2.794	3,9	2.506	4,2
EE.UU.	107	9,9	7.880	10,9	6.705	11,2
México	247	22,8	21.660	30,0	19.202	32,0
Portugal	60	5,5	3.143	4,3	2.317	3,9
Uruguay	6	0,6	106	0,1	101	0,2
Venezuela	56	5,2	3.975	5,5	3.345	5,6
Otros	38	3,5	2.579	3,6	2.181	3,6
Total	1.082		72.294		60.046	

Los países con una mayor carga de programación de estrenos de ficción en la franja de tarde durante 2010 y 2011 fueron Chile (6.621 emisiones), Venezuela (3.797 emisiones) y Argentina (3.054 emisiones).

Los países con una mayor carga de programación de estrenos de ficción en la franja de *prime time* fueron: Estados Unidos (4.444 emisiones), Venezuela (3.799 emisiones), Ecuador (3.215 emisiones) y Portugal (3.212 emisiones).

Los países en los que el peso de las emisiones de estreno en el *prime time* supera el 50% respecto al total de estrenos en el resto de franjas fueron: Portugal (56,7%), Estados Unidos (53,6%) y México (51,4%).

Los países con una mayor carga de programación de estrenos de ficción en la franja nocturna fueron: Venezuela (2.656 emisiones), Uruguay (1.386 emisiones), Brasil (1.175 emisiones) y México (990 emisiones).

Las franjas de tarde y de *prime time* acumulan más del 81% del total de ficción televisiva estrenada en los países iberoamericanos durante el periodo 2010-2011.

Cuadro 3.1.11
Distribución acumulada por países de emisión de la ficción difundida en la franja de tarde y porcentaje sobre el total. Periodo 2010-2011

País	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	3.054	49,8	2.920	52,1
Brasil	1.644	33,0	914	27,6
Chile	6.621	67,1	4.638	71,8
Colombia	1.648	26,0	1.364	30,3
Ecuador	2.103	31,9	1.825	31,2
España	1.882	65,1	1.429	60,2
EE.UU.	2.762	33,3	2.957	34,4
México	1.493	29,2	1.275	30,1
Portugal	2.070	36,4	1.800	42,4
Uruguay	2.661	43,0	2.502	42,2
Venezuela	3.797	37,0	3.415	38,2
Total	29.735	41,1	25.039	41,7

Cuadro 3.1.12

Distribución acumulada por países de emisión de la ficción difundida en el Prime Time y porcentaje sobre el total. Periodo 2010-2011

País	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	2.371	38,7	2.144	38,2
Brasil	1.782	35,8	1.344	40,5
Chile	2.729	27,7	1.529	23,7
Colombia	2.840	44,9	1.835	40,8
Ecuador	3.215	48,8	2.803	48,0
España	713	24,7	787	33,2
EE.UU.	4.444	53,6	4.522	52,6
México	2.622	51,4	1.881	44,4
Portugal	3.212	56,7	2.215	52,1
Uruguay	1.615	26,1	1.529	25,8
Venezuela	3.799	37,1	3.245	36,3
Total	29.342	40,6	23.834	39,7

Cuadro 3.1.12

Distribución acumulada por países de emisión de la ficción difundida en la franja nocturna y porcentaje sobre el total. Periodo 2010-2011

País	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	10	0,2	10	0,2
Brasil	1.175	23,6	829	25,0
Chile	195	2,0	120	1,9
Colombia	775	12,3	450	10,0
Ecuador	322	4,9	347	5,9
España	81	2,8	76	3,2
EE.UU.	539	6,5	551	6,4
México	990	19,4	1.075	25,4
Portugal	166	2,9	78	1,8
Uruguay	1.386	22,4	1.419	23,9
Venezuela	2.656	25,9	2.273	25,4
Total	8.295	11,5	7.228	12,0

Cuadro 3.1.14

Distribución acumulada por franjas horarias de la ficción de estreno emitida en países iberoamericanos. Periodo 2010-2011

Franjas	Emisiones	%	Horas	%
Mañana	4.922	6,8	3.945	6,6
Tarde	29.735	41,1	25.039	41,7
Prime Time	29.342	40,6	23.834	39,7
Nocturno	8.295	11,5	7.228	12,0
Total	72.294		60.046	

Las tres emisiones que consiguieron los porcentajes de audiencia más elevados en el periodo 2010-2011 fueron: *Passione* (Globo, 43,9%), *A corazón abierto* (RCN, 40,1%) y *Viver a vida* (Globo, 39,2%).

Cuadro 3.1.15

Ranking de las emisiones de ficción con más audiencia en países iberoamericanos. 2010-2011

Título emisión	Origen	Cadena	Año	Audiencia	Share	País de emisión
Passione	Brasil	Rede Globo	2011	43,9	67,1	Brasil
A corazón abierto	Colombia	RCN	2010	40,1	51,8	Colombia
Viver a vida	Brasil	Rede Globo	2010	39,2	62,2	Brasil
A corazón abierto	Colombia	RCN	2011	35,6	49,7	Colombia
Los 80: más que una moda	Chile	Canal 13	2011	29,8	43,2	Chile
Valientes	Argentina	El trece	2010	29,3	44,3	Argentina
Los 80: más que una moda	Chile	Canal 13	2010	26,8	38,6	Chile
Soy tu dueña	México	Televisa	2010	25,7	36,8	México
Soy tu dueña	México	Univisión	2010	22,5	34,0	USA
El capo	Colombia	TC Televisión	2010	22,0	31,1	Ecuador
El hombre de tu vida	Argentina	Telefé	2011	21,4	32,7	Argentina
Eva Luna	EE.UU.	Univisión	2011	20,9	30,4	USA
Una familia con suerte	México	Televisa	2011	20,6	29,3	México
Deixa que te leve	Portugal	TVI	2010	20,4	58,6	Portugal
Espirito Indomavel	Portugal	TVI	2011	18,8	45,8	Portugal
Amor sincero	Colombia	TC Televisión	2011	18,5	24,9	Ecuador
La viuda joven	Venezuela	Venevisión	2011	15,2	57,8	Venezuela
Vivir la vida	Brasil	Teledoce	2011	15,2	27,2	Uruguay
Águila Roja	España	La 1 (TVE)	2010	14,7	32,5	España
Águila Roja	España	La 1 (TVE)	2011	14,5	31,1	Argentina
Más sabe el diablo	EE.UU.	Telegen	2010	11,6	40,3	Venezuela
¿Dónde está Elisa?	Chile	Saeta	2010	9,9	29,7	Uruguay
La pasión de Cristo	USA	Telefuturo	2010	9,2	47,7	Paraguay
La pasión de Cristo	USA	Telefuturo	2011	8,4	41,1	Paraguay

PANORAMA DE FICCIÓN POR PAÍSES



ARGENTINA

Las televisiones incluidas en el estudio de Argentina son: América 2, Canal 9, Telefé, El Trece y la Televisión Pública.

En el periodo 2010-2011, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de las cadenas y el que más audiencia generó fue el del entretenimiento. La ficción aportó un 19,7% del tiempo de emisión y representó una audiencia del 24,8%.

Cuadro 3.2.1

Porcentaje de tiempo de emisión y audiencia de cada género en canales argentinos

Géneros	Tiempo de emisión		
	2010	2011	Promedio
Ficción	22,4	17,0	19,7
Información	35,6	35,3	35,5
Entretenimiento	35,5	41,0	38,3
Deportes	4,6	5,4	5,0
Servicio	1,9	1,3	1,6
Géneros	Audiencia		
	2010	2011	Promedio
Ficción	24,5	25,0	24,8
Información	13,2	12,4	12,8
Entretenimiento	28,0	32,6	30,3
Deportes	6,3	5,1	5,7
Servicio	2,1	5,1	3,6

El peso de la ficción nacional de estreno frente a la iberoamericana representó el 39,8% en títulos, el 38,4% en emisiones y el 38% en tiempo de emisión. Los países que más producción televisiva aportaron entre 2010 y 2011 a las cadenas argentinas fueron México, Colombia y Brasil.

Cuadro 3.2.2

Distribución de la ficción de estreno por territorio de origen. Argentina

Territorio	2010			2011		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Nacional	15	1.173	1.034	22	1.180	1.094
Iberoamericano	33	2.296	2.048	23	1.481	1.426
Total	48	3.469	3.082	45	2.661	2.520

Cuadro 3.2.3

Distribución acumulada de la ficción de estreno por origen. Argentina. Periodo 2010-2011

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	37	39,8	2.353	38,4	2.128	38,0
Brasil	11	11,8	720	11,7	524	9,4
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	12	12,9	772	12,6	611	10,9
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	4	4,3	447	7,3	473	8,4
EE.UU.	5	5,4	402	6,6	321	5,7
México	18	19,4	1.165	19,0	1.313	23,4
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros	6	6,5	271	4,4	232	4,1
Total	93		6.130		5.602	

Las franjas de tarde y *prime time* acumularon el 90% de la programación de la ficción de estreno y el subgénero audiovisual mayoritario fue el de las telenovelas. El 92,2% de la ficción nacional de estreno se difundió en la franja de *prime time*.

Cuadro 3.2.4

Distribución de la ficción de estreno por franjas horarias. Argentina

AÑO 2010

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	449	335	449	335
Tarde	475	361	1.431	1.386	1.906	1.747
Prime Time	698	673	406	317	1.104	990
Nocturno	0	0	10	10	10	10
Total	1.173	1.034	2.296	2.048	3.469	3.082

AÑO 2011

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	246	193	246	193
Tarde	91	58	1.057	1.114	1.148	1.172
Prime Time	1.089	1.036	178	119	1.267	1.154
Nocturno	0	0	0	0	0	0
Total	1.180	1.094	1.481	1.426	2.661	2.519

Cuadro 3.2.5

Distribución de la ficción de estreno por subgéneros. Argentina

AÑO 2010

Subgéneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	6	427	392	29	1.996	1.733
Serie	2	126	128	1	242	233
Miniserie	0	0	0	2	15	15

Telefilme	0	0	0	0	0	0
Comedia	7	620	514	1	43	67
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	15	1.173	1.034	33	2.296	2.048

AÑO 2011

Subgéneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emissiones	Horas	Títulos	Emissiones	Horas
Telenovela	5	517	489	19	1.296	1.231
Serie	7	104	97	1	142	143
Miniserie	0	0	0	0	0	0
Telefilme	0	0	0	0	0	0
Comedia	6	505	458	2	38	47
Unitario	4	54	50	1	5	5
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	22	1.180	1.094	23	1.481	1.426

Cuadro 3.2.6

Distribución de emisiones de la ficción nacional por franjas. Argentina

AÑO 2011

Formatos	Mañana	Tarde	Prime Time	Nocturno	Total
Telenovela	0	0	517	0	517
Serie	0	8	96	0	104
Miniserie	0	0	0	0	0
Telefilme	0	0	0	0	0
Comedia	0	83	422	0	505
Otros	0	0	54	0	54
Total	0	91	1.089	0	1.180

Las producciones argentinas de estreno emitidas en Telefé y El trece fueron las más populares en 2010 y 2011. Los rankings de audiencia estuvieron dominados por *Valientes* (29,3%) y *El hombre de tu vida* (21,4%).

Los cuadros que completan el análisis de Argentina incluyen los títulos de la ficción de estreno en canales argentinos, los títulos de producciones argentinas difundidas en canales extranjeros y los títulos de largometrajes argentinos emitidos en canales de países no iberoamericanos.

Cuadro 3.2.7

Ranking de la ficción. Argentina. Año 2010

N°	Título	País	Cadena	Estreno	Audiencia	Share
1	Valientes	Argentina	El trece	09/02/2009	29,3	44,3
2	Malparida	Argentina	El trece	20/04/2012	22,4	32,0
3	Botineras	Argentina	Telefé	24/11/2009	15,5	25,2
4	Para vestir santos	Argentina	El trece	24/04/2010	15,0	25,4
5	Casi ángeles, la resistencia	Argentina	Telefé	21/03/2007	11,5	19,9
6	Caín & Abel	Argentina	Telefé	15/09/2010	9,4	14,3
7	Niní	Argentina	Telefé	07/09/2009	8,8	18,5
8	Alguien que me quiera	Argentina	El trece	01/02/2010	8,8	15,1
9	Todos contra Juan 2	Argentina	Telefé	15/04/2010	8,0	16,4
10	Sueña conmigo	Arg., Méx.	Telefé	30/11/2010	6,1	18,2

Cuadro 3.2.8

Ranking de audiencia de la Ficción. Argentina. Año 2011

Nº	Título	País	Cadena	Estreno	Audiencia	Share
1	El hombre de tu vida	Argentina	Telefé	17/07/2011	21,4	32,7
2	Malparida	Argentina	El trece	20/04/2010	20,9	33,8
3	Los únicos	Argentina	El trece	07/02/2011	20,8	30,3
4	Herederos de una venganza	Argentina	El trece	17/01/2011	20,8	32,1
5	El puntero	Argentina	El trece	15/05/2011	19,7	34,0
6	El elegido	Argentina	Telefé	17/01/2011	13,2	22,6
7	Un año para recordar	Argentina	Telefé	14/02/2011	12,4	18,6
8	Cuando me sonreís	Argentina	Telefé	03/08/2011	11,1	16,3
9	Mañana es para siempre	México	Canal 9	14/11/2011	7,7	16,8
10	La fuerza del destino	México	Canal 9	22/08/2011	7,4	16,4

Cuadro 3.2.9

Títulos de ficción estrenados en canales argentinos. Periodo 2010-2011

Nº	Título	Origen	Género	Año Emisión	Cadena
1	Alguien que me quiera	Argentina	Comedia	2010	El trece
2	A corazón abierto	Colombia	Telenovela	2010-2011	Telefé
3	Acuarela del amor	Brasil	Telenovela	2010-2011	Canal 9
4	Amar en tiempos revueltos	España	Serie	2010-2011	Canal 7
5	Bellas Calamidades	Colombia	Telenovela	2010-2011	Canal 9
6	Belleza pura	Brasil	Telenovela	2010	Canal 9
7	Botineras	Argentina	Comedia	2010	Telefé
8	Cada quien su santo	México	Telenovela	2011	Canal 9
9	Caín & Abel	Argentina	Telenovela	2010	Telefé
10	Camaleones	México	Telenovela	2010	Canal 9
11	Carandiru. Otras historias	Brasil	Miniserie	2010	Canal 7
12	Casi ángeles	Argentina	Serie	2010	Telefé
13	Ciudad de los hombres	Brasil	Miniserie	2010	Canal 7
14	Consentidos	Argentina	Comedia	2010	El trece
15	Contra las cuerdas	Argentina	Telenovela	2011	Canal 7
16	Corazón salvaje	México	Telenovela	2010	Canal 9
17	Cuando me enamoro	México	Telenovela	2011	Canal 9
18	Cuando me sonreís	Argentina	Comedia	2011	Telefé
19	Cuidado con el ángel	México	Telenovela	2010	Canal 9
20	Decisiones de famosos	Colombia, México	Telenovela	2010-2011	Ch 9-Telefé
21	Decisiones de vida	Argentina	Unitario	2011	Canal 9
22	Deseo prohibido	Brasil	Telenovela	2010	Canal 9
23	Doña Bella	Brasil	Telenovela	2010	Canal 9
24	Doña Bella	Colombia	Telenovela	2011	Canal 9
25	El capo	Colombia	Telenovela	2010-2011	Canal 9
26	El elegido	Argentina	Telenovela	2011	Telefé
27	El fantasma de Elena	EE.UU.	Telenovela	2011	Canal 9
28	El hombre de tu vida	Argentina	Comedia	2011	Telefé
29	El juramento	EE.UU.	Telenovela	2010	Canal 9
30	El Pacto	Argentina	Serie	2011	América 2
31	El paraíso	Argentina	Serie	2011	Canal 7
32	El Puntero	Argentina	Serie	2011	El trece

33	Eva Luna	Colombia	Telenovela	2011	Canal 9
34	Hasta que la plata nos...	Colombia	Telenovela	2010	Telefé
35	Herederos de una venganza	Argentina	Telenovela	2011	El trece
36	Herencia de amor	Argentina	Telenovela	2010	Telefé
37	Historias de la primera vez	Argentina	Unitario	2011	América 2
38	Impostores	Argentina	Serie	2010	El trece
39	India. Una historia de amor	Brasil	Telenovela	2010-2011	Telefé
40	Isa TKM	EE.UU.	Comedia	2011	Telefé
41	La favorita	Brasil	Telenovela	2010	Telefé
42	La fuerza del destino	México	Telenovela	2011	Canal 9
43	La otra	México	Telenovela	2010	Canal 9
44	La que no podía amar	México	Telenovela	2011	Canal 9
45	Los herederos del monte	Colombia	Telenovela	2011	Canal 9
46	Los hombres de Paco	España	Comedia	2010-2011	Canal 7
47	Los sónicos	Argentina	Comedia	2011	Canal 9
48	Los únicos	Argentina	Comedia	2011	El trece
49	Malparida	Argentina	Telenovela	2010-2011	El trece
50	Maltratadas	Argentina	Unitario	2011	América 2
51	Mañana es para siempre	México	Telenovela	2011	Canal 9
52	Mar de amor	México	Telenovela	2010	Canal 9
53	Más sabe el diablo	EE.UU.	Telenovela	2010	Canal 9
54	Mí pecado	México	Telenovela	2010	Canal 9
55	Muñecas de la mafia	Colombia	Telenovela	2010	Canal 9
56	Niní	Argentina	Comedia	2010	Telefé
57	Para vestir santos	Argentina	Comedia	2010	El trece
58	Pasión morena	México	Telenovela	2010	Telefé
59	Passione	Brasil	Telenovela	2011	Telefé
60	Perro amor	EE.UU.	Telenovela	2011	Canal 9
61	Proyecto aluvión	Argentina	Serie	2011	Canal 9
62	Pura sangre	Colombia	Telenovela	2010	Canal 9
63	Secretos de amor	Argentina	Telenovela	2010	Telefé
64	Sin senos no hay paraíso	Colombia, México	Telenovela	2010	Canal 9
65	Sortilegio	México	Telenovela	2010	Canal 9
66	Soy tu dueña	México	Telenovela	2010-2011	Canal 9
67	Sr. y Sra. Camas	Argentina	Comedia	2011	América 2
68	Sueña conmigo	Argentina, México	Telenovela	2010	Telefé
69	Supertorpe	Argentina	Comedia	2011	Telefé
70	Televisión x la inclusión	Argentina	Unitario	2011	Canal 9
71	Teresa	México	Telenovela	2011	Canal 9
72	Tiempo para pensar	Argentina	Serie	2011	Canal 7
73	Todas a mí	Argentina	Serie	2011	América 2
74	Todos contra Juan 2	Argentina	Comedia	2010	Telefé
75	Triunfo del amor	México	Telenovela	2011	Canal 9
76	Un año para recordar	Argentina	Telenovela	2011	Telefé
77	Valientes	Argentina	Telenovela	2010	El trece
78	Victorinos	Colombia, EE.UU.	Telenovela	2010	Telefé
79	Víndica	Argentina	Serie	2011	América 2
80	Zacatillo	México	Telenovela	2010	Canal 9

Cuadro 3.2.10

Títulos de ficción argentinos difundidos en canales extranjeros

Nº	Título	Origen	Año	Género	País emisión	Año emisión
1	Al límite	AR	2006	Serie	PE	2011-2012
2	Amarte así, frijolito	AR,US	2005	Telenovela	CO-ES	2010-2012
3	Amas de casa desesperadas	AR	2006	Serie	CO	2012
4	Amor en custodia	AR	2005	Telenovela	CO	2010
5	Casados con hijos	AR	2005	Telenovela	PE	2012
6	Champs 12	AR	2009	Telenovela	IT	2010
7	Collar de esmeraldas	AR	2006	Telenovela	RM	2011-2012
8	Consentidos	AR	2009	Serie	IT	2011
9	Criminal	AR	2005	Serie	PE	2011-2012
10	Don Juan y su bella dama	AR	2008	Telenovela	RM	2010-2011
11	Epitafios	AR	2004	Serie	VE-US	2011-2012
12	Estados alterados	AR,ES	2008	Serie	ES	2010-2011
13	Floricienta	AR	2004	Serie	RM	2012
14	Grande Pa!	AR	1991	Telenovela	CL	2011
15	Hermanos y detectives	AR	2006	Serie	PE	2010
16	Historias de sexo de gente común	AR	2004	Comedia	PE	2010-2011-2012
17	Hombres de honor	AR	2005	Telenovela	CO	2012
18	Juanita, la soltera	AR	2006	Serie	RM	2011-2012
19	La maga y el camino dorado	AR	2008	Serie	CO	2011
20	La niñera	AR	2004	Serie	CO-PE	2011-2012
21	LaLola	AR	2007	Serie	PE-RU	2010-2011
22	Locas de amor	AR,ME	2009	Comedia	ME-US	2010-2012
23	Mujeres asesinas	AR	2005	Serie	ME-PE	2011-2012
24	Muñeca brava	AR	1998	Telenovela	CL	2011-2012
25	Nini	AR	2009	Telenovela	CO-IT	2010-2011-2012
26	Patito feo	AR	2007	Telenovela	IT	2010-2011-2012
27	Romeo y Julieta	AR	2007	Telenovela	CO	2010
28	Rompeportones	AR	1998	Serie	PE	2010
29	Sangre fría	AR	2004	Serie	PE	2010-2012
30	Sueña conmigo	AR,ME	2010	Serie	ME-PE	2010-2011-2012
31	Tiempo final	AR	2000	Serie	CL-PE-US	2011-2012
32	Trátame bien	AR	2009	Serie	ME	2011
33	Valentino, el argentino	AR,CO	2008	Serie	CO	2011

Cuadro 3.2.11

Largometrajes argentinos y en coproducción con países iberoamericanos difundidos en televisiones de países no iberoamericanos. Periodo 2010-2012

Nº	Título	Origen	Año	País de emisión	Año emisión
1	Andrés no quiere dormir la siesta	AR	2009	JA	2012
2	Boogie, el aceitoso	AR,ME	2009	PL	2012
3	Carandiru	AR,BR	2003	AT-AU-HU-PL-RM	2010-2011-2012
4	Crónica de una fuga	AR	2006	AL-DI-NO-RM-SC-US	2010-2012
5	Día naranja	AR,CO,VE	2009	PL	2012
6	Dibu 3, la gran aventura	AR	2002	IT	2010
7	El arca de Noé	AR	2007	RC-RM	2010-2011-2012
8	El camino de San Diego	AR	2006	HU	2010-2012

9	El cuarto de Leo	AR,UG	2009	HU-US	2011-2012
10	El hombre de al lado	AR	2009	RU-US	2011-2012
11	El pasado	AR,BR	2007	RU-SU	2010-2011-2012
12	El resultado del amor	AR	2007	AU	2011-2012
13	Gaturro	AR,ME	2010	RU	2011
14	Igualita a mí	AR	2010	PL-RU	2012
15	La antena	AR	2007	UK	2010
16	La edad del amor	AR	1954	RU	2010
17	La hermosa mentira	AR	1958	RU	2010-2011-2012
18	La punta del diablo	AR,UG,VE	2006	US	2010
19	Los paranoicos	AR	2008	AU	2010
20	Mercano el marciano	AR	2002	AL-FR	2010-2011
21	Música en espera	AR	2009	US	2010-2011-2012
22	Nueve reinas	AR	2000	AL-FR-GR	2010
23	Patoruzito	AR	2004	AT	2011
24	Pecados de mi padre	AR,CO	2009	AL-US	2011
25	Por sus propios ojos	AR	2006	AU	2012
26	Rehén de ilusiones	AR	2011	AU-JA	2012
27	Un novio para mi mujer	AR	2008	US	2011
28	Whisky, Romeo, Zulu	AR	2004	AU	2010



BRASIL

Las televisiones incluidas en el estudio de Brasil son: Rede Globo, Record, SBT, Bandeirantes, Rede TV y la Televisión Pública de Brasil.

En el periodo 2010-2011, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de las cadenas fueron los informativos. La ficción acumuló casi un 21% del tiempo total de emisión de las cadenas brasileñas.

Cuadro 3.2.12
Porcentaje de tiempo de emisión y audiencia de cada género en canales brasileños

Géneros	2010	2011	Promedio
Informativo	23,8	25,1	24,5
Ficción	20,4	21,4	20,9
Entretenimiento	18,0	16,9	17,5
Religioso	10,6	9,5	10,1
Deportes	6,4	6,6	6,5
Educativo	1,2	0,6	0,9
Político	0,6	0,1	0,4
Otros	19,0	19,8	19,4
Total	100	100	

El peso de la ficción nacional de estreno frente a la iberoamericana representó el 88,2% en títulos, el 80,4% en emisiones y el 83% en tiempo de emisión. Los países que más ficción televisiva aportaron, entre 2010 y 2011, a las cadenas brasileñas fueron México, Venezuela, Argentina y Chile.

Cuadro 3.2.13
Distribución de la ficción de estreno por territorio de origen. Brasil

Territorio	2010			2011		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Nacional	49	1.838	1.288	41	2.163	1.462
Iberoamericano	6	447	267	6	531	298
Total	55	2.285	1.555	47	2.694	1.760

Cuadro 3.2.14
Distribución acumulada de la Ficción de estreno por origen. Brasil. Periodo 2010-2011

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	3	2,9	392	7,9	235	7,1
Brasil	90	88,2	4.001	80,4	2.750	83,0
Chile	2	2,0	204	4,1	81	2,4
Colombia	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	0	0,0	0	0,0	0	0,0

EE.UU.	0	0,0	0	0,0	0	0,0
México	3	2,9	182	3,7	128	3,9
Portugal	1	1,0	30	0,6	24	0,7
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	3	2,9	170	3,4	97	2,9
Otros	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	102		4.979		3.315	

Las franjas de tarde y *prime time* acumularon más del 70% de la programación de la ficción de estreno y el subgénero audiovisual mayoritario fue el de las telenovelas. El 59% de los títulos de ficción nacional de estreno se difundieron en la franja nocturna.

Cuadro 3.2.15

Distribución de la ficción de estreno por franjas horarias. Brasil

AÑO 2010

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	-	-	170	102	170	102
Tarde	578	331	196	122	774	453
Prime Time	835	613	81	43	916	656
Nocturno	425	344	-	-	425	344
Total	1.838	1.288	447	267	2.285	1.555

AÑO 2011

Franjas	Nacional		Iberoamericano		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	-	-	208	125	208	125
Tarde	577	312	293	149	870	461
Prime Time	866	688	-	-	866	688
Nocturno	720	462	30	24	750	486
Total	2.163	1.462	531	298	2.694	1.760

Cuadro 3.2.16

Distribución de la ficción de estreno por subgéneros. Brasil

AÑO 2010

Subgéneros	Nacional			Iberoamericano		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	13	1.381	1.075	4	391	239
Serie	12	147	78	2	56	28
Miniserie	4	31	20	-	-	-
Telefilme	1	1	1	-	-	-
Otros	19	278	114	-	-	-
Total	49	1.838	1.288	6	447	267

AÑO 2011

Subgéneros	Nacional			Iberoamericano		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	14	1.653	1.222	4	387	205
Serie	13	173	96	2	144	93
Miniserie	7	66	34	0	0	0

Telefilme	3	3	3	0	0	0
Otros	4	268	107	0	0	0
Total	41	2.163	1.462	6	531	298

Cuadro 3.2.17

Distribución de títulos de los subgéneros de la ficción nacional por franjas. Brasil

AÑO 2010					
Formatos	Mañana	Tarde	Prime Time	Nocturno	Total
Telenovela	-	3	6	4	13
Serie	-	2	-	10	12
Miniserie	-	-	-	4	4
Telefilme	-	-	-	1	1
Otros	-	9	-	10	19
Total	0	14	6	29	49
AÑO 2011					
Formatos	Mañana	Tarde	Prime Time	Nocturno	Total
Telenovela	-	3	7	4	14
Serie	-	1	1	11	13
Miniserie	-	1	2	4	7
Telefilme	-	-	-	3	3
Otros	-	1	1	2	4
Total	0	6	11	24	41

Las producciones brasileñas de estreno emitidas en Globo fueron las más populares en 2010 y 2011. Los rankings de audiencia estuvieron dominados por *Vivir a vida* (39,2%) y *Passione* (43,9%).

Los cuadros que completan el análisis de Brasil incluyen los títulos de la ficción de estreno en canales brasileños, los títulos de producciones brasileñas difundidas en canales extranjeros y los títulos de largometrajes brasileños emitidos en canales de países no iberoamericanos.

Cuadro 3.2.18

Ranking de audiencia de la ficción. Brasil. Año 2010

Nº	Título	País	Cadena	Estreno	Audiencia	Share
1	Viver a vida	Brasil	Rede Globo	01/01/2010	39,2	62,2
2	Caras e bocas	Brasil	Rede Globo	01/01/2010	36,0	64,9
3	Passione	Brasil	Rede Globo	17/01/2010	35,8	57,7
4	Ti-ti-ti	Brasil	Rede Globo	19/07/2010	31,3	54,9
5	Dalva e Herivelto	Brasil	Rede Globo	04/01/2010	31,2	50,2
6	Papai Noel existe	Brasil	Rede Globo	22/12/2010	29,3	49,7
7	Escrito nas estrelas	Brasil	Rede Globo	12/04/2010	29,2	52,8
8	Cama de gato	Brasil	Rede Globo	01/01/2010	28,7	56,2
9	A grande familia	Brasil	Rede Globo	08/04/2010	27,7	46,9
10	Batendo o ponto	Brasil	Rede Globo	28/12/2010	27,7	46,3

Cuadro 3.2.19

Ranking de audiencia de la ficción. Brasil. Año 2011

Nº	Título	País	Cadena	Estreno	Audiencia	Share
1	Passione	Brasil	Rede Globo	01/01/2011	43,9	67,1

2	Fina estampa	Brasil	Rede Globo	22/08/2011	40,1	64,0
3	Insensato coração	Brasil	Rede Globo	17/01/2011	37,0	59,3
4	Ti-ti-ti	Brasil	Rede Globo	01/01/2011	32,3	57,4
5	Morde & assopra	Brasil	Rede Globo	21/03/2011	32,1	54,1
6	Cordel encantado	Brasil	Rede Globo	11/04/2011	29,6	52,4
7	Tapas e beijos	Brasil	Rede Globo	05/04/2011	28,8	48,8
8	A grande família	Brasil	Rede Globo	07/04/2011	28,8	50,1
9	Aquele beijo	Brasil	Rede Globo	17/10/2011	28,1	51,3
10	Araguaia	Brasil	Rede Globo	01/01/2011	25,1	48,3

Cuadro 3.2.20

Títulos de ficción estrenados en canales brasileños. Periodo 2010-2011

Nº	Título	Origen	Género	Año Emisión	Cadena
1	3%	Brasil	Serie	2010	TV Brasil
2	A cura	Brasil	Miniserie	2010	Rede Globo
3	A grande família	Brasil	Serie	2010-2011	Rede Globo
4	A historia de Ester	Brasil	Miniserie	2010	Record
5	A historia do amor	Brasil	Serie	2011	Rede Globo
6	A mulher invisível	Brasil	Serie	2011	Rede Globo
7	A princesa o vagabundo	Brasil	Unitario	2010	Rede Globo
8	A vida alheia	Brasil	Serie	2010	Rede Globo
9	A vida da gente	Brasil	Telenovela	2011	Rede Globo
10	Acampamento de férias	Brasil	Miniserie	2011	Rede Globo
11	Afinal, o que querem as mulheres?	Brasil	Miniserie	2010	Rede Globo
12	Alfavela	Brasil	Unitario	2010	TV Brasil
13	Aline	Brasil	Serie	2011	Rede Globo
14	Amor e revolução	Brasil	Telenovela	2011	SBT
15	Amor em quatro atos	Brasil	Serie	2011	Rede Globo
16	Anjos do sexo	Brasil	Serie	2011	Bandeirantes
17	Aquele beijo	Brasil	Telenovela	2011	Rede Globo
18	Araguaia	Brasil	Telenovela	2010	Rede Globo
19	Araguaia	Brasil	Telenovela	2011	Rede Globo
20	As cariocas	Brasil	Serie	2010	Rede Globo
21	As maos de meu filho	Brasil	Telefilme	2010	Record
22	As tontas nao vao ao ceu	México	Telenovela	2010	SBT
23	Balada, baladao	Brasil	Unitario	2010	Record
24	Batendo o ponto	Brasil	Serie	2010-2011	Rede Globo
25	Bela, a feia	Brasil	Telenovela	2010	Record
26	Brilhante F.C.	Brasil	Unitario	2010-2011	TV Brasil
27	Cama de gato	Brasil	Telenovela	2010	Rede Globo
28	Camaleoes	México	Telenovela	2010-2011	SBT
29	Caras e bocas	Brasil	Telenovela	2010	Rede Globo
30	Chico Xavier	Brasil	Miniserie	2011	Rede Globo
31	Clandestinos	Brasil	Serie	2010	Rede Globo
32	Cordel encantado	Brasil	Telenovela	2011	Rede Globo
33	Dalva e Herivelto	Brasil	Miniserie	2010	Rede Globo
34	Diva	Brasil	Serie	2011	Rede Globo
35	Diversao&Cia	Brasil	Unitario	2010	Rede Globo
36	Elvis e o cometa	Brasil	Unitario	2010	TV Brasil

37	Equador	Portugal	Serie	2011	TV Brasil
38	Escrito nas estrelas	Brasil	Telenovela	2010	Rede Globo
39	Fina estampa	Brasil	Telenovela	2011	Rede Globo
40	Força tarefa	Brasil	Serie	2010-2011	Rede Globo
41	Ger@l.com	Brasil	Serie	2010	Rede Globo
42	Homens de ben	Brasil	Telefilm	2011	Rede Globo
43	Insensato coração	Brasil	Telenovela	2011	Rede Globo
44	Isa TKM	Venezuela	Serie	2010-2011	Bandeirantes
45	Julie e os fantasmas	Brasil	Serie	2011	Bandeirantes
46	Karku	Chile	Telenovela	2010-2011	TV Brasil
47	Lara com Z	Brasil	Serie	2011	Rede Globo
48	Macho man	Brasil	Serie	2011	Rede Globo
49	Malhação	Brasil	Telenovela	2010-2011	Rede Globo
50	Morde e assopra	Brasil	Telenovela	2011	Rede Globo
51	Na forma da lei	Brasil	Serie	2010	Rede Globo
52	Nascemos para cantar	Brasil	Docudrama	2010	Record
53	Natalia	Brasil	Unitario	2010-2011	TV Brasil
54	Nosso querido trapalhao	Brasil	Docudrama	2010	Rede Globo
55	O astro	Brasil	Telenovela	2011	Rede Globo
56	O Ben-amado	Brasil	Miniserie	2011	Rede Globo
57	O Madeireiro	Brasil	Telefilm	2011	Record
58	O Menino grapiuna	Brasil	Telefilm	2011	Record
59	O relógio da aventura	Brasil	Serie	2010-2011	Rede Globo
60	Papai Noel existe	Brasil	Unitario	2010	Rede Globo
61	Passione	Brasil	Telenovela	2010-2011	Rede Globo
62	Poder paralelo	Brasil	Telenovela	2010	Record
63	Por toda a minha vida	Brasil	Docudrama	2010	Rede Globo
64	Por toda a minha vida-Frenéticas	Brasil	Docudrama	2011	Rede Globo
65	Programa piloto	Brasil	Unitario	2010	Rede Globo
66	Pulo do gato	Brasil	Unitario	2010	TV Brasil
67	Quase anjos	Argentina	Telenovela	2010-2011	Band
68	Rebelde	Brasil	Telenovela	2011	Record
69	Ribeirao do tempo	Brasil	Telenovela	2010-2011	Record
70	S.O.S. Emergencia	Brasil	Serie	2010	Rede Globo
71	Sansao e Dalila	Brasil	Miniserie	2011	Record
72	Separação?!	Brasil	Serie	2010	Rede Globo
73	Tal filho, tal pai	Brasil	Unitario	2010	Rede Globo
74	Tapas e beijos	Brasil	Serie	2011	Rede Globo
75	Tempos modernos	Brasil	Telenovela	2010	Rede Globo
76	Ti-ti-ti	Brasil	Telenovela	2010-2011	Rede Globo
77	To frito	Brasil	Serie	2010	Bandeirantes
78	Ultima saida	Brasil	Unitario	2010	TV Brasil
79	Uma rosa com amor	Brasil	Telenovela	2010	SBT
80	Vende-se um veu de noiva	Brasil	Telenovela	2010	SBT
81	Vida de estagiario	Brasil	Unitario	2010-2011	TV Brasil
82	Vidas en jogo	Brasil	Telenovela	2011	Record
83	Viver a vida	Brasil	Telenovela	2010	Rede Globo

Cuadro 3.2.21

Títulos de ficción brasileños emitidos en canales extranjeros

Nº	Título	Origen	Año	Género	País emisión	Año emisión
1	A historia de Ester	BR	2010	Telenovela	RM	2011-2012
2	Acuarela del amor	BR	2009	Telenovela	CL	2010-2011
3	América	BR	2005	Telenovela	US	2010
4	Amor e intrigas	BR	2007	Serie	PO	2010
5	Belleza pura	BR	2008	Telenovela	AR	2010-2011
6	Cama de gato	BR	2009	Telenovela	CL	2011
7	Carga pesada	BR	2003	Serie	PO	2010
8	Chamas da vida	BR	2008	Telenovela	PO	2010
9	Chiquinha Gonzaga	BR	1999	Miniserie	IT	2010
10	Cidade dos Homens	BR	2002	Serie	SU	2010
11	Ciudad paraíso	BR	2009	Telenovela	CL	2011
12	Cobras y lagartos	BR	2006	Telenovela	RM	2010
13	Doña Bella	BR	1986	Telenovela	AR	2010
14	Dos caras	BR	2007	Telenovela	CL	2010
15	El color del pecado	BR	2004	Telenovela	CL	2010
16	El profeta	BR	2007	Telenovela	PE	2010-2011
17	Escrito en las estrellas	BR	2010	Telenovela	CL	2011
18	HDP	BR	2012	Serie	VE	2012
19	India - A love story	BR	2009	Serie	CL-US-HU	2010-2011-2012
20	Insensato corazón	BR	2011	Telenovela	CL-PE	2012
21	La esclava Isaura	BR	2004	Telenovela	US-CL	2011-2012
22	La favorita	BR	2008	Telenovela	CL-RU	2010-2011
23	Mano a mano	BR	2005	Serie	CO	2012
24	Misterios de Lisboa	BR,PO	2010	Miniserie	GR-PO	2012
25	Mujeres enamoradas	BR	2003	Telenovela	CL	2012
26	Mulher de fases	BR	2010	Serie	VE	2011
27	O direito de nascer	BR	2001	Telenovela	PO	2011-2012
28	Páginas de vida	BR	2006	Telenovela	RM-SU	2010-2012
29	Pantanal	BR	1990	Telenovela	CL-PE	2011-2012
30	Pasiones	BR	2010	Telenovela	CL-PE	2011-2012
31	Poder paralelo	BR	2009	Telenovela	PO	2010-2011-2012
32	Prueba de amor	BR	2005	Serie	RM	2010-2011
33	Revelação	BR	2008	Telenovela	PO	2011-2012
34	Ribeirao do tempo	BR	2010	Telenovela	PO	2011-2012
35	Salvaje	BR	2010	Telenovela	PE	2010
36	Sangue do meu sangue	BR	1995	Telenovela	PO	2010
37	Siete pecados	BR	2007	Telenovela	RM	2010-2011-2012
38	Terra Nostra	BR	1999	Telenovela	RM	2010
39	Terra Nostra 2	BR	2002	Telenovela	RU	2010
40	Tititi la pasarela del amor	BR	2010	Telenovela	CL	2012
41	Vidas em jogo	BR	2011	Serie	PO	2012
42	Vivir la vida	BR	2009	Telenovela	CL	2010-2011
43	Xica da Silva	BR	1996	Telenovela	CO-PE	2010-2012

Cuadro 3.2.22

Largometrajes brasileños y en coproducción con países iberoamericanos producidos a partir del año 2000 emitidos en países no iberoamericanos. Período 2010-2012

Nº	Título	Origen	Año	País emisión	Año emisión
1	A casa de Alice	BR	2007	GR	2011-2012
2	A deriva	BR	2009	FR-PL	2011-2012
3	Amarelo Manga	BR	2002	AU	2010
4	América	BR	2005	US	2010
5	Antonia	BR	2006	GR	2012
6	Astral city: a spiritual journey	BR	2010	JA	2012
7	Baixio das bestas	BR	2007	AL-FR	2010
8	Bela noite para voar	BR	2009	BE	2010-2011
9	Besouro	BR	2009	RU	2011-2012
10	Carandiru	AR,BR	2003	AT-AU-HU-PL-RM	2010-2011-2012
11	Casa de Areia	BR	2005	AU-BE	2011-2012
12	Cidade dos homens	BR	2007	AU-BE-HO-IR-PL-SC-SU	2010-2011-2012
13	Cine, aspirinas y buitres	BR	2004	AL-FR	2010
14	Ciudad baja	BR	2005	AU	2012
15	Copacabana	BR	2001	AU	2011
16	Didi quer ser criança	BR	2004	HU-RM	2010-2011
17	Didí, O cupido trapalhao	BR	2003	RM	2010
18	Didí: el cazador de tesoros	BR	2006	RU	2010
19	El año que mis padres se fueron	BR	2006	BE-HO-IR-PL-RU-SU	2010-2011-2012
20	El pasado	AR,BR	2007	RU-SU	2010-2011-2012
21	Inolvidable	BR	2007	GR	2012
22	Irmaos de fé	BR	2004	RM	2011
23	Jogo subterraneo	BR	2005	RU	2010
24	José Padilha	BR	2007	DI	2010
25	Linea de pase	BR	2008	BE-HO-IR	2011-2012
26	Lisbela e o prisioneiro	BR	2003	US	2010
27	María, madre del hijo de Dios	BR	2003	RM	2010
28	No por casualidad	BR	2007	AU	2011-2012
29	O bem amado	BR	2010	RU	2011-2012
30	O casamento de Romeu e Julieta	BR	2005	HU-IT-RC	2010
31	O outro lado da rua	BR	2004	AL	2012
32	O signo da cidade	BR	2007	AU	2012
33	O vestido	BR	2003	RM	2011
34	Olga	BR	2004	AL	2011
35	Orquestra dos Meninos	BR	2008	US	2012
36	Os 3	BR	2011	UK	2012
37	Proibido proibir	BR	2006	AU	2010
38	Santiago	BR	2007	AL-FR	2012
39	Separaciones	BR	2002	AU	2010
40	Sexo com amor?	BR	2008	US	2010
41	Sexo, amor y traición	BR,ME	2004	AL	2010-2012
42	Si yo fuera usted	BR	2006	US	2011
43	Sólo Dios sabe	BR,ME	2006	SU	2011
44	Sonhos roubados	BR	2009	FR	2012
45	Soy Cuba, el mamut siberiano	BR	2005	UK	2010
46	Taina 2, la aventura continua	BR	2004	PL	2010-2011

47	The ballroom	BR	2007	AL-FR	2011
48	Tony Manero	BR,CL	2008	IR-UK-US	2010-2011-2012
49	Tropa de élite	BR	2007	AU-BE-FR-HO-JA-NO-PL-RM-RU-SC-US	2010-2011-2012
50	Tropa de élite 2	BR	2010	HO-JA-PL-SC	2011-2012
51	Une famille bresilienne	BR	2008	BE-FR-HO	2010
52	Yo, tu, ellos	BR	2000	AU-PL	2010-2011-2012





CHILE

Las televisiones incluidas en el estudio de Chile son: UCV TV, Canal 13, Chilevision, Mega, Red TV, Telecanal y la Televisión Pública de Chile.

En el periodo 2010-2011, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de las cadenas fue la ficción (37,7%). Los informativos fueron los programas que más audiencia generaron (41,5%).

Cuadro 3.2.23
Porcentaje de tiempo de emisión y audiencia de cada género en canales chilenos

Géneros	Tiempo de emisión		
	2010	2011	Promedio
Ficción	38,2	37,1	37,7
Información	22,5	20,6	21,6
Entretenimiento	17,0	19,1	18,1
Deportivo	2,2	2,8	2,5
Servicio	10,3	9,7	10,0
Otros	9,9	10,5	10,2

Géneros	Audiencia		
	2010	2011	Promedio
Ficción	36,1	32,5	34,3
Información	40,0	43,0	41,5
Entretenimiento	10,8	12,2	11,5
Deportivo	1,7	1,6	1,7
Servicio	8,0	7,6	7,8
Otros	3,5	3,1	3,3

El peso de la ficción nacional de estreno frente a la iberoamericana representó el 39,2% en títulos, el 26% en emisiones y el 21,5% en tiempo de emisión. Los países que más ficción televisiva aportaron, entre 2010 y 2011, a las cadenas chilenas fueron México, Estados Unidos y Brasil.

Cuadro 3.2.24
Distribución de la Ficción de estreno por territorio de origen. Chile

Territorio	2010			2011		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Nacional	24	1.304	671	25	1.262	717
Iberoamericano	30	3.138	2.103	46	4.157	2.966
Total	54	4.442	2.774	71	5.419	3.683

Cuadro 3.2.25

Distribución acumulada de la Ficción de estreno por origen. Chile. Periodo 2010-2011

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	2	1,6	125	1,3	85	1,3
Brasil	13	10,4	867	8,8	749	11,6
Chile	49	39,2	2.566	26,0	1.388	21,5
Colombia	3	2,4	63	0,6	39	0,6
Ecuador	1	0,8	0	0,0	0	0,0
España	1	0,8	177	1,8	20	0,3
EE.UU.	22	17,6	1.784	18,1	1.278	19,8
México	35	28,0	4.279	43,4	2.898	44,9
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	125		9.861		6.457	

La franja de tarde acumuló en torno al 70% de la programación total de la ficción de estreno en las televisiones chilenas. El subgénero audiovisual mayoritario fue el de las telenovelas. El 75% de los títulos de ficción nacional de estreno se difundieron en la franja de *prime time*.

Cuadro 3.2.26

Distribución de la Ficción de estreno por franjas horarias. Chile

AÑO 2010

Franjas	Nacional		Iberoamericano		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	2	2	0	0	2	2
Tarde	201	91	3.021	2.026	3.222	2.118
Prime Time	1.060	545	102	66	1.162	611
Nocturno	41	33	15	11	56	43
Total	1.304	671	3.138	2.103	4.442	2.774

AÑO 2011

Franjas	Nacional		Iberoamericano		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	39	31	275	137	314	168
Tarde	188	111	3.211	2.408	3.399	2.520
Prime Time	1.003	548	564	369	1.567	918
Nocturno	32	25	107	51	139	77
Total	1.262	715	4.157	2.966	5.419	3.683

Cuadro 3.2.27

Distribución de la Ficción de estreno por subgéneros. Chile

AÑO 2010

Subgéneros	Nacional			Iberoamericano		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	12	938	450	22	2.223	1.504
Serie	3	68	53	2	258	167
Miniserie	1	10	10	2	14	10

Sitcom	4	212	111	0	0	0
Telefilme	2	57	31	0	0	0
Docudrama	2	19	16	4	643	422
Total	24	1.304	671	30	3.138	2.103

AÑO 2011

Subgéneros	Nacional			Iberoamericano		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	13	1.005	564	36	2.433	1.925
Serie	6	86	64	5	832	455
Miniserie	0	0	0	1	151	115
Sitcom	3	145	75	0	0	0
Telefilme	3	26	14	1	13	9
Otros	0	0	0	3	728	462
Total	25	1.262	717	46	4.157	2.966

Cuadro 3.2.28

Distribución de los títulos de ficción nacional por subgéneros. Chile

AÑO 2010

Subgéneros	Mañana	Tarde	Prime Time	Nocturno	Total
Telenovela	0	1	11	0	12
Serie	0	1	1	1	3
Miniserie	0	0	1	0	1
Sitcom	0	1	2	1	4
Telefilme	0	0	2	0	2
Otros	0	0	1	1	2
Total	0	3	18	3	24

AÑO 2011

Subgéneros	Mañana	Tarde	Prime Time	Nocturno	Total
Telenovela	0	2	11	0	13
Serie	0	1	3	2	6
Miniserie	0	0	0	0	0
Sitcom	0	0	3	0	3
Telefilme	0	1	1	1	3
Otros	0	0	0	0	0
Total	0	4	18	3	25

Las producciones chilenas de estreno emitidas en Canal 13 y en la televisión pública TVN fueron las más populares en 2010 y 2011. Los *rankings* de audiencia estuvieron dominados, en ambos años, por *Los 80: más que una moda* (26,8% y 29,8%).

Los cuadros que completan el análisis de Chile incluyen los títulos de la ficción de estreno en canales chilenos, los títulos de producciones chilenas difundidas en canales extranjeros y los títulos de largometrajes chilenos emitidos en televisiones de países no iberoamericanos.

Cuadro 3.2.29

Ranking de audiencia de la ficción. Chile. Año 2010

Nº	Título	País	Cadena	Estreno	Audiencia	Share
1	Los 80: más que una moda	Chile	Canal 13	10/2008	26,8	38,6

2	40 y tantos	Chile	TVN	07/2010	20,1	28,1
3	Conde Vrolok	Chile	TVN	11/2009	19,4	27,7
4	Mujeres de lujo	Chile	TVN	01/2010	18,3	26,4
5	Martín Rivas	Chile	TVN	03/2010	18,2	27,3
6	Infieles	Chile	TVN	10/2004	16,7	25,6
7	La familia de al lado	Chile	TVN	09/2010	15,8	26,2
8	El día menos pensado	Chile	TVN	-	15,0	21,1
9	Los ángeles de Estela	Chile	TVN	09/2009	13,2	26,5
10	Volver a mí	Chile	Canal 13	10/2010	12,1	21,3

Cuadro 3.2.30

Ranking de audiencia de la ficción. Chile. Año 2011

N°	Título	País	Cadena	Estreno	Audiencia	Share
1	Los 80: más que una moda	Chile	Canal 13	12/10/2008	29,8	43,2
2	El laberinto de Alicia	Chile	TVN	14/03/2011	19,6	26,2
3	Aquí mando yo	Chile	TVN	12/09/2011	18,0	32,1
4	La Doña	Chile	CHV	04/10/2011	17,2	24,8
5	40 y tantos	Chile	TVN	12/07/2010	17,2	27,0
6	Su nombre es Joaquín	Chile	TVN	05/10/2011	15,0	21,7
7	Cesante: todo por la pega	Chile	CHV	14/04/2011	14,2	20,7
8	Pedeles	Chile	Canal 13	26/07/2011	14,1	19,7
9	Infiltradas	Chile	CHV	03/01/2011	14,0	20,2
10	Témpano	Chile	TVN	07/03/2011	13,8	21,4

Cuadro 3.2.31

Títulos de Ficción estrenados en canales chilenos. Periodo 2010-2011

N°	Título	Origen	Género	Cadena	Año Emisión
1	12 días que estremecieron a Chile	Chile	Serie	CHV	2011
2	40 y tantos	Chile	Telenovela	TVN	2010-2011
3	Acuarela de amor	Brasil	Telenovela	Canal 13	2010
4	Adiós al séptimo de línea	Chile	Miniserie	Mega	2010
5	Ala chilena	Chile	Sitcom	TVN	2011
6	Aquí mando yo	Chile	Telenovela	TVN	2011
7	Aquí no hay quien viva	Chile	Sitcom	CHV	2010
8	Barrera de amor	México	Telenovela	La Red	2011
9	Belleza pura	Brasil	Telenovela	La Red	2011
10	BKN	Chile	Serie	Mega	2011
11	BKN Bakan	Chile	Serie	Mega	2010
12	Cartas de mujer	Chile	Telefilm	CHV	2010
13	Cesante: todo por la pega	Chile	Telefilm	CHV	2011
14	Chicas malas	EE.UU.	Telenovela	CHV	2011
15	Ciudad paraíso	Brasil	Telenovela	Canal 13	2011
16	Como ama una mujer	EE.UU.	Miniserie	Mega	2010
17	Conde Vrolok	Chile	Telenovela	TVN	2010
18	Corazón apasionado	EE.UU.	Telenovela	CHV	2011
19	Corazón salvaje	México	Telenovela	Mega	2010
20	Cuando me enamoro	México	Telenovela	Mega	2011
21	Cuidado con el ángel	México	Telenovela	La Red	2011

22	Cumpleaños	Chile	Serie	TVN	2011
23	Cuna de gato	Brasil	Telenovela	Canal 13	2011
24	Decibel 110: el amor suena fuerte	Chile	Telenovela	Mega	2011
25	Decisiones	EE.UU.	Docudrama	La Red	2010
26	Decisiones	EE.UU.	Docudrama	Telecanal	2011
27	Deseo prohibido	México	Telenovela	La Red	2010-2011
28	Divino tesoro	Chile	Serie	CHV	2011
29	Don diablo	Chile	Telenovela	CHV	2010
30	Dos caras	Brasil	Telenovela	Canal 13	2010
31	Dos hogares	México	Telenovela	Mega	2011
32	Drogas y conflictos	Colombia	Serie	CHV	2010
33	El almacén	Chile	Sitcom	UCV	2011
34	El clon	EE.UU.	Telenovela	CHV	2010
35	El día menos pensado	Chile	Docudrama	TVN	2010
36	El fantasma de Elena	EE.UU.	Telenovela	CHV	2011
37	El laberinto de Alicia	Chile	Telenovela	TVN	2011
38	El profeta	Brasil	Telenovela	Canal 13	2011
39	El último matrimonio feliz	Colombia	Telenovela	Telecanal	2011
40	Emperatriz	México	Telenovela	TVN	2011
41	En nombre del amor	México	Serie	La Red	2011
42	Escrito en las estrellas	Brasil	Telenovela	Canal 13	2011
43	Esperanza	Chile	Telenovela	TVN	2011
44	Eva Luna	EE.UU.	Telenovela	CHV	2010-2011
45	Feroz	Chile	Telenovela	Canal 13	2010
46	Flor salvaje	EE.UU.	Telenovela	Mega	2011
47	Fuego en la sangre	México	Serie	La Red	2011
48	Gabriel: amor inmortal	EE.UU.	Miniserie	CHV	2010
49	Hasta que el dinero nos separe	México	Telenovela	Mega	2010
50	Heridas de amor	México	Telenovela	TVN	2011
51	India	Brasil	Telenovela	Canal 13	2010
52	Infieles	Chile	Telefilm	CHV	2010
53	Infiltradas	Chile	Telenovela	CHV	2011
54	Karkú	Chile	Telenovela	TVN	2010
55	Karma	Chile	Telefilm	CHV	2011
56	La colonia	Chile	Sitcom	Mega	2010-2011
57	La Doña	Chile	Telenovela	CHV	2011
58	La estrella alcanzar	Chile	Telefilm	TVN	2011
59	La familia de al lado	Chile	Telenovela	TVN	2010-2011
60	La favorita	Brasil	Telenovela	Canal 13	2010
61	La fuerza del destino	México	Telenovela	Telecanal	2011
62	La reina del sur	EE.UU.	Telenovela	Mega	2011
63	La rosa de Guadalupe	México	Serie	La Red	2010-2011
64	La verdad oculta	México	Telenovela	La Red	2010
65	Llena de amor	México	Telenovela	Mega	2010-2011
66	Lo que llamamos las mujeres	México	Docudrama	Red	2010-2011
67	Los 80: más que una moda	Chile	Serie	Canal 13	2010-2011
68	Los ángeles de Estela	Chile	Telenovela	TVN	2010
69	Los archivos del Cardenal	Chile	Serie	TVN	2011
70	Los Venegas	Chile	Sitcom	TVN	2010
71	Mama Carlota	España	Serie	UCV	2011

72	Manuel Rodríguez	Chile	Telenovela	CHV	2010
73	Mañana es para siempre	México	Telenovela	La Red	2011
74	Mar de amor	México	Telenovela	Mega	2010
75	Martín Rivas	Chile	Telenovela	TVN	2010
76	Más sabe el diablo	EE.UU.	Telenovela	CHV	2010
77	Mi corazón insiste	EE.UU.	Telenovela	Mega	2011
78	Mi pecado	México	Telenovela	Mega	2010
79	Mujer: casos de la vida real	México	Docudrama	La Red	2010-2011
80	Mujeres asesinas	Argentina	Telefilm	UCV	2011
81	Mujeres de lujo	Chile	Telenovela	CHV	2010
82	Mundo de fieras	México	Telenovela	La Red	2011
83	Ni contigo ni sin ti	México	Telenovela	La Red	2011
84	Niños ricos, pobres padres	EE.UU.	Telenovela	CHV	2010
85	Pasión morena	México	Telenovela	Telecanal	2011
86	Passione	Brasil	Telenovela	Canal 13	2011
87	Pecados ajenos	EE.UU.	Telenovela	Telecanal	2011
88	Pepeles	Chile	Telenovela	Canal 13	2011
89	Perro amor	EE.UU.	Telenovela	CHV	2010-2011
90	Persiguiendo injusticias	EE.UU.	Docudrama	Mega	2010
91	Primera dama	Chile	Telenovela	Canal 13	2010
92	Primera dama	Chile	Telenovela	Canal 13	2011
93	Sacrificio de mujer	EE.UU.	Telenovela	TVN	2011
94	Secreto a voces	Chile	Docudrama	UCV	2010
95	Secreto amor	EE.UU.	Telenovela	La Red	2011
96	Secreto de amor	Argentina	Telenovela	La Red	2010
97	Sin anestesia	Chile	Telenovela	CHV	2010
98	Sirvienta a domicilio	Brasil	Serie	Telecanal	2011
99	Sortilegio	México	Telenovela	Mega	2010
100	Soy tu dueña	México	Telenovela	Mega	2010-2011
101	Su nombre es Joaquín	Chile	Telenovela	TVN	2011
102	Témpano	Chile	Telenovela	TVN	2011
103	Teresa	México	Telenovela	La Red	2010-2011
104	Triunfo del amor	México	Miniserie	Mega	2011
105	Una pareja desapareja	Chile	Sitcom	TVN	2010
106	Vampiras	Chile	Telenovela	CHV	2011
107	Victoria	EE.UU.	Telenovela	TVN	2011
108	Vivir la vida	Brasil	Telenovela	Canal 13	2010-2011
109	Volver a mí	Chile	Serie	Canal 13	2010
110	Zacatillo	México	Telenovela	La Red	2010

Cuadro 3.2.32

Series de ficción chilenas emitidas en canales extranjeros

N°	Título	Origen	Año	Género	País emisión	Año emisión
1	Alguien te mira	CL	2007	Telenovela	US	2011
2	Cómplices	CL	2006	Telenovela	PE	2010
3	¿Dónde está Elisa?	CL	2009	Telenovela	CO-ME	2011-2012
4	Infieles	CL	2005	Serie	ME	2012
5	Karku	CL	2007	Serie	CO	2010
6	Machos	CL	2003	Telenovela	ES	2012

7	Prófugos	CL	2011	Serie	VE	2011
8	Tiempo final	CL	2004	Serie	ME	2010

Cuadro 3.2.33

Largometrajes chilenos y en coproducción con países iberoamericanos emitidos en países no iberoamericanos. Periodo 2010-2012

N°	Título	Origen	Año	País emisión	Año emisión
1	Chile puede	CL	2008	HU-RC-US	2010-2011-2012
2	Kiltro	CL	2006	US	2010-2011
3	La nana	CL, ME	2009	AL-HO-PL-SU-US	2010-2011-2012
4	La vida de los peces	CL	2010	AL-FR	2010
5	Last call	CL	1999	PL	2012
6	Malta con huevo	CL	2007	US	2010-2011
7	Qué pena tu vida	CL	2010	US	2011
8	Radio corazón	CL	2007	US	2010
9	Se arrienda	CL	2005	HU	2010
10	Sexo con amor	CL	2003	US	2010
11	Sub terra	CL	2003	AU	2010
12	Todo incluido	CL, ME	2008	PL	2012
13	Tony Manero	BR, CL	2008	IR-UK-US	2010-2011-2012



COLOMBIA

Las televisiones incluidas en el estudio de Colombia son: RCN, Caracol, Canal Uno y los canales públicos Señal Colombia y Canal Institucional.

En 2010 y 2011, la ficción acumuló el 18,5% y el 13,2% del tiempo total de emisión del conjunto de cadenas analizadas.

Cuadro 3.2.34
Porcentaje de tiempo de emisión y audiencia de cada género en canales colombianos

Géneros	Tiempo de emisión	
	2010	2011
Ficción	18,5	13,2
Información	11,7	*
Entretenimiento	18,4	*
Deportivo	3,5	*
Servicio	47,9	*

Géneros	Audiencia	
	2010	2011
Ficción	35,3	*
Información	26,7	*
Entretenimiento	24,6	*
Deportivo	2,2	*
Servicio	11,2	*

El peso de la ficción nacional de estreno frente a la iberoamericana representó el 61,5% en títulos, el 65,3% en emisiones y el 60,9% en tiempo de emisión. Los países que más ficción televisiva aportaron, entre 2010 y 2011, a las cadenas colombianas fueron México y Estados Unidos.

Cuadro 3.2.35
Distribución de la ficción de estreno por territorio de origen. Colombia

Territorio	2010			2011		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Nacional	34	2.630	1.671	22	1.501	1.065
Iberoamericano	20	1.128	952	15	1.067	807
Total	54	3.758	2.623	37	2.568	1.872

Cuadro 3.2.36
Distribución acumulada de la Ficción de estreno por origen. Colombia. Periodo 2010-2011

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	1	1,1	5	0,1	0	0,0
Brasil	0	0,0	0	0,0	4	0,1
Chile	3	3,3	281	4,4	214	4,8

Colombia	56	61,5	4.131	65,3	2.736	60,9
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	0	0,0	0	0,0	0	0,0
EE.UU.	6	6,6	357	5,6	291	6,5
México	19	20,8	1.294	20,5	1.057	23,5
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	3	3,3	59	0,9	43	1,0
Otros	3	3,3	199	3,1	150	3,3
Total	91		6.326		4.495	

Las franjas de tarde y *prime time* acumularon más del 74% de la programación de la ficción de estreno en las televisiones colombianas. El subgénero audiovisual mayoritario fue el de las telenovelas. Casi el 73% de los títulos de ficción nacional de estreno se difundieron en la franja de *prime time*.

Cuadro 3.2.37

Distribución de la ficción de estreno por franjas horarias. Colombia

AÑO 2010						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	16	9	522	457	538	466
Tarde	557	449	455	412	1.012	861
Prime Time	1.786	1.060	0	0	1.786	1.060
Nocturno	271	153	151	83	422	236
Total	2.630	1.671	1.128	952	3.758	2.623

AÑO 2011						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	104	106	421	274	525	381
Tarde	96	65	540	437	636	503
Prime Time	950	681	104	95	1.054	775
Nocturno	351	213	2	1	353	213
Total	1.501	1.065	1.067	807	2.568	1.872

Cuadro 3.2.38

Distribución de la ficción de estreno por subgéneros. Colombia

AÑO 2010						
Subgéneros	Nacional			Iberoamericano		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	20	1.579	1.063	18	1.016	865
Serie	1	7	6	1	56	39
Dramatizado	13	1.044	602	1	56	48
Telefilme	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	34	2.630	1.671	20	1.128	952

AÑO 2011						
Subgéneros	Nacional			Iberoamericano		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas

Telenovela	10	784	589	9	695	561
Serie	8	557	341	6	372	246
Miniserie	3	144	112	0	0	0
Unitario	1	16	23	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	22	1.501	1.065	15	1.067	807

Cuadro 3.2.39

Distribución de los títulos de ficción nacional por subgéneros. Colombia

AÑO 2011

Subgéneros	Mañana	Tarde	Prime Time	Nocturno	Total
Telenovela	1	2	7	0	10
Serie	0	1	5	2	8
Miniserie	0	0	3	0	3
Telefilme	0	0	0	0	0
Otros	0	0	1	0	1
Total	1	3	16	2	22

Las producciones colombianas de estreno emitidas en RCN y Caracol fueron las más populares en 2010 y 2011. Los *rankings* de audiencia estuvieron dominados, en ambos años, por la serie *A corazón abierto* (40,1% y 35,6%).

Los cuadros que completan el análisis de Colombia incluyen los títulos de la ficción de estreno en canales colombianos, los títulos de producciones colombianas difundidas en canales extranjeros y los títulos de largometrajes colombianos emitidos en televisiones de países no iberoamericanos.

Cuadro 3.2.40

Ranking de audiencia de la ficción. Colombia. Año 2010

Nº	Título	País	Cadena	Estreno	Audiencia	Share
1	A corazón abierto	Colombia	RCN	04/01/2010	40,1	51,8
2	La Pola	Colombia	RCN	13/09/2010	38,4	49,7
3	Amor sincero	Colombia	RCN	25/02/2010	36,7	49,1
4	Chepe Fortuna	Colombia	RCN	27/07/2010	33,5	44,2
5	Rosario Tijeras	Colombia	RCN	08/02/2010	32,4	46,2
6	Oye bonita	Colombia	Caracol	04/01/2010	30,0	39,4
7	Las detectivas y el Víctor	Colombia	RCN	12/01/2010	29,9	39,7
8	Amor en custodia	Colombia	RCN	04/01/2010	28,9	40,2
9	El capo	Colombia	RCN	12/01/2010	27,7	37,4
10	A mano limpia	Colombia	RCN	22/11/2010	26,9	40,0

Cuadro 3.2.41

Ranking de audiencia de la ficción. Colombia. Año 2011

Nº	Título	País	Cadena	Estreno	Audiencia	Share
1	A corazón abierto	Colombia	RCN	28/03/2011	35,6	49,7
2	El Joe, la leyenda	Colombia	RCN	30/05/2011	31,6	43,0
3	Tres milagros	Colombia	RCN	20/09/2011	29,8	44,5
4	El man es German	Colombia	RCN	03/01/2011	28,8	42,1

5	El secretario	Colombia	Caracol	22/08/2011	25,6	36,4
6	La reina del Sur	CO,ES,US	Caracol	16/05/2011	25,3	36,4
7	Correo de inocentes	Colombia	RCN	28/06/2011	24,0	40,2
8	La bruja	Colombia	Caracol	30/05/2011	22,2	31,2
9	Confidencial	Colombia	Caracol	07/02/2011	21,2	28,7
10	Los canarios	Colombia	Caracol	12/12/2011	20,6	32,9

Cuadro 3.2.42

Títulos de Ficción estrenados en canales colombianos. Periodo 2010-2011

Nº	Título	Origen	Género	Cadena	Año Emisión
1	A cada quien su santo	México	Serie	Caracol	2011
2	A corazón abierto	Colombia	Telenovela	RCN	2010-2011
3	A mano limpia	Colombia	Telenovela	RCN	2010
4	Amar de nuevo	México, USA	Telenovela	Caracol	2011
5	Amar y temer	Colombia	Telenovela	Caracol	2011
6	Amas de casa desesperadas	Colombia	Serie	RCN	2011
7	Amor en custodia	Colombia	Telenovela	RCN	2010
8	Amor sincero	Colombia	Serial	RCN	2010
9	Bella Calamidades	Colombia	Telenovela	Caracol	2010
10	Bolívar, el hombre de las dificultades	Colombia	Serial	Señal	2010
11	Cámara café	Colombia	Serie	Caracol	2010
12	Caso cerrado	Colombia	Serie	Caracol	2010
13	Chepe Fortuna	Colombia	Telenovela	RCN	2010
14	Clase ejecutiva	Colombia	Serial	Caracol	2010
15	Como dice el dicho	México	Serie	RCN	2011
16	Confidencial II	Colombia	Miniserie	Caracol	2011
17	Correo de inocentes	Colombia	Serie	RCN	2011
18	Cuando me enamoro	México	Telenovela	RCN	2010
19	Don Camilo	Colombia	Serie	Señal	2011
20	Doña Bella	Colombia	Serie	RCN	2011
21	El capo	Colombia	Telenovela	RCN	2010
22	El cartel 2	Colombia	Serial	Caracol	2010
23	El clon	USA	Telenovela	Caracol	2010
24	El fantasma del Gran Hotel	Colombia	Telenovela	RCN	2010
25	El Joe, la leyenda	Colombia	Telenovela	RCN	2011
26	El man es Germán	Colombia	Serial	RCN	2010-2011
27	El penúltimo beso	Colombia	Telenovela	RCN	2010
28	El secretario	Colombia	Telenovela	Caracol	2011
29	Eva Luna	Venezuela	Telenovela	Caracol	2011
30	Franja retro	Colombia	Serial	Señal	2010
31	Hilos de amor	Colombia	Telenovela	Caracol	2010
32	Hombres de honor	Colombia	Serial	Canal Uno	2010
33	Infiltrados	Colombia	Miniserie	Caracol	2011
34	Inocente de ti	México	Telenovela	RCN	2010
35	Karkú	Chile	Telenovela	Señal	2010
36	Kondor el mago	Colombia	Serial	Señal	2010
37	La bella Ceci y el imprudente	Colombia	Telenovela	Caracol	2010
38	La bruja	Colombia	Miniserie	Caracol	2011
39	La fuerza del destino	México	Telenovela	RCN	2011

40	La magia de Sofía	Colombia	Telenovela	Caracol	2010
41	La Pola	Colombia	Telenovela	RCN	2010
42	La que no podía amar	México	Telenovela	RCN	2011
43	La reina del sur	Col., Esp., USA	Telenovela	Caracol	2011
44	La rosa de Guadalupe	México	Serie	RCN	2011
45	La teacher de inglés	Colombia	Telenovela	Caracol	2011
46	La traicionera	Colombia	Telenovela	RCN	2011
47	La usurpadora	México	Telenovela	RCN	2010
48	Las detectivas y el Víctor	Colombia	Telenovela	RCN	2010
49	Los caballeros las prefieren brutas	Colombia	Serie	Caracol	2010-2011
50	Los canarios	Colombia	Serie	Caracol	2011
51	Los herederos del monte	Colombia, USA	Telenovela	Caracol	2011
52	Luz Clarita	México	Telenovela	RCN	2010
53	Mar de amor	México	Telenovela	RCN	2010
54	Más sabe el diablo	Colombia	Telenovela	Caracol	2010
55	Mi corazón insiste	USA	Telenovela	Caracol	2011
56	Mi gorda bella	Venezuela	Telenovela	Caracol	2010
57	Montecristo	Colombia	Telenovela	Caracol	2010
58	Mujer, casos de la vida real	México	Serie	RCN	2011
59	Mujeres al límite	Colombia	Serial	Caracol	2010
60	Niní	Argentina	Telenovela	Caracol	2010
61	Niña de mi corazón	México	Telenovela	RCN	2010
62	Niñas mal	Colombia	Telenovela	RCN	2011
63	Niños reales, aventuras reales	Chile	Serie	Señal	2011
64	Operación jaque	Colombia	Serial	Caracol	2010
65	Oye bonita	Colombia	Telenovela	Caracol	2010
66	Pasión morena	México	Telenovela	Caracol	2010
67	Pecadora	Venezuela	Telenovela	Caracol	2010
68	Perro amor	Colombia	Telenovela	Caracol	2010
69	Preciosa	México	Telenovela	RCN	2010
70	Primera dama	Colombia	Telenovela	Caracol	2011
71	Rosalinda	México	Telenovela	RCN	2011
72	Rosario Tijeras	Colombia	Serial	RCN	2010
73	Rubí	México	Telenovela	RCN	2010
74	Salvador de mujeres	Venezuela	Telenovela	Caracol	2010
75	Secretos de familia	Colombia	Telenovela	Caracol	2010
76	Sin ruta	Colombia	Serial	Señal	2011
77	Soy tu dueña	México	Telenovela	RCN	2010
78	Teresa	México	Telenovela	RCN	2010
79	Tierra de cantores	Colombia	Serial	Caracol	2010
80	Tres milagros	Colombia	Telenovela	RCN	2011
81	Triunfo del amor	México	Telenovela	RCN	2010
82	Vecinos	Colombia	Telenovela	Caracol	2011
83	Verano en Venecia	Colombia	Telenovela	RCN	2010
84	Yo no te pido la luna	Colombia	Telenovela	Caracol	2010

Cuadro 3.2.43

Series de ficción colombianas emitidas en canales extranjeros

Nº	Título	Origen	Año	Género	País de emisión	Año emisión
1	3 milagros	CO	2011	Serie	US	2012
2	A corazón abierto	CO	2010	Serie	VE	2012
3	A mano limpia	CO	2010	Serie	VE	2012
4	Amor en custodia	CO	2009	Telenovela	CL-VE	2010-2011
5	Amores de mercado	CO	2006	Telenovela	RM	2010
6	Anita no te rajes	CO, US	2004	Telenovela	US	2012
7	Bella Calamidades	CO	2009	Telenovela	AR-ES	2010-2011
8	Bermúdez	CO	2009	Serie	PE	2011
9	Betty, la fea	CO	1999	Telenovela	CL	2011
10	Broma pesada	CO	2011	Serie	VE	2012
11	Café con aroma de mujer	CO	1995	Telenovela	CL	2011-2012
12	Correo de inocentes	CO	2011	Serie	ME	2012
13	Decisiones	CO, ME, US	2005	Telenovela	PE	2011-2012
14	Decisiones extremas	CO, US	2011	Telenovela	PE-US	2011-2012
15	Dónde carajos está Umaña?	CO	2012	Telenovela	VE	2012
16	Doña Bárbara	CO, US	2008	Telenovela	CL-US	2011-2012
17	Doña Bella	CO	2009	Telenovela	CL-PE	2011-2012
18	Ecomoda	CO	2001	Telenovela	CL	2012
19	El auténtico Rodrigo Leal	CO	2003	Telenovela	PE	2011
20	El capo	CO	2009	Serie	ME-US	2011-2012
21	El cartel de los sapos	CO	2008	Telenovela	ES-PE-ME	2010-2011-2012
22	El cuerpo del deseo	CO, ME, US	2005	Telenovela	CL	2010-2011
23	El encantador	CO	2009	Telenovela	PE	2011-2012
24	El laberinto	CO	2012	Serie	VE	2012
25	El precio del silencio	CO	2002	Telenovela	CL	2012
26	El secretario	CO	2011	Telenovela	CL-ES-PE-VE-US	2012
27	El último matrimonio feliz	CO	2008	Telenovela	CL-US	2011-2012
28	El Zorro	CO, US	2007	Telenovela	ES	2010-2011
29	En los tacones de Eva	CO	2006	Telenovela	PE	2011-2012
30	Juegos prohibidos	CO	2005	Telenovela	PE	2010-2011
31	Kdabra	CO	2009	Serie	US	2012
32	La bella Ceci y el imprudente	CO	2009	Telenovela	PE-US	2011-2012
33	La costeña y el cachaco	CO	2003	Telenovela	CL	2012
34	La dama de Troya	CO	2008	Telenovela	ES-PE-US	2010-2011
35	La diosa coronada	CO	2010	Serie	CL-US	2010-2012
36	La hija del mariachi	CO, ME	2006	Telenovela	PE-RM-US	2010-2012
37	La marca del deseo	CO	2007	Telenovela	ES	2011
38	La mariposa	CO	2011	Serie	CL	2011
39	La mujer en el espejo	CO	2004	Telenovela	CL-ES	2011
40	La Pola, amar la hizo libre	CO	2010	Telenovela	EV-HU	2012
41	La prisionera	CO, ME, US	2004	Telenovela	CL	2012
42	La promesa	CO	2011	Telenovela	ME	2012
43	La quiero a morir	CO	2008	Telenovela	ES-VE	2010-2011
44	La reina del Sur	CO, ES, US	2011	Serie	CL-ES-ME-PE-RM-RU-US	2011-2012
45	La teacher de inglés	CO	2011	Telenovela	VE	2012
46	La tormenta	CO	2005	Telenovela	CL	2010
47	La traición	CO, US	2008	Telenovela	RM-RU	2010-2011

48	La traicionera	CO	2011	Telenovela	VE	2012
49	La viuda de la mafia	CO	2004	Telenovela	US	2010
50	Las detectivas y el Víctor	CO	2009	Serie	VE	2011
51	Las muñecas de la mafia	CO	2009	Telenovela	AR-CL-ME-US	2010-2011-2012
52	Las trampas del amor	CO	2009	Telenovela	PE	2011
53	Lorena	CO	2005	Telenovela	PE	2011
54	Los caballeros las prefieren brutas	CO	2010	Telenovela	PE-RM-VE	2012
55	Los herederos del monte	CO, US	2011	Telenovela	AR-ME-PE-RM	2011-2012
56	Los héroes del norte	CO, US	2011	Telenovela	ME	2012
57	Los Victorinos	CO	2009	Telenovela	US	2012
58	Luna, la heredera	CO	2004	Telenovela	ES	2010
59	Lynch	CO	2012	Serie	US	2012
60	María Madrugada	CO	2002	Telenovela	PE	2011
61	Mentes en shock	CO	2011	Serie	VE	2011-2012
62	Merlina mujer divina	CO	2006	Telenovela	US	2010
63	Mujeres al límite	CO	2010	Telenovela	VE	2012
64	Niñas mal	CO	2010	Telenovela	CL	2012
65	Niños ricos, pobres padres	CO, US	2009	Telenovela	CL-PE	2010-2011
66	Nuevo rico, nuevo pobre	CO	2007	Telenovela	CL-ES	2011
67	Ojo por ojo	CO, US	2010	Telenovela	PE	2011
68	Operación Jaque	CO, ES	2010	Miniserie	CL-ES-ME	2011-2012
69	Oye bonita	CO	2009	Telenovela	PE-VE	2011-2012
70	Pablo Escobar, el patrón del mal	CO	2012	Telenovela	CL-ME-US	2012
71	Pasión de gavilanes	CO	2003	Telenovela	CL-PE	2011-2012
72	Perro amor	CO	1998	Telenovela	CL	2010-2011
73	Popland!	CO	2011	Telenovela	VE	2012
74	Por amor a Gloria	CO	2005	Telenovela	PE	2010
75	Pura sangre	CO	2007	Telenovela	US	2010
76	Regreso a la Guaca	CO	2009	Telenovela	US	2010
77	Reto de mujer	CO	2011	Telenovela	US	2011-2012
78	Retrato de una mujer	CO	2011	Telenovela	VE	2012
79	Rosario Tijeras	CO	2010	Serie	ME	2011-2012
80	Salvador de mujeres	CO, VE	2010	Telenovela	PE	2012
81	Secretos de familia	CO	2010	Telenovela	ES	2011-2012
82	Séptima puerta	CO	2004	Serie	PE	2010-2011-2012
83	Sin retorno	CO	2008	Serie	PE	2012
84	Sin senos no hay paraíso	CO, ME, US	2008	Telenovela	AR-CL-US	2010-2011
85	Sin vergüenza	CO	2007	Telenovela	CL-PE	2010-2011
86	Tiempo final	CO	2007	Serie	PE	2010
87	Tierra de cantores	CO	2010	Telenovela	VE	2011
88	Tierra de pasiones	CO, ME, US	2006	Telenovela	HU	2011
89	Todo por amor	CO, ME	2000	Telenovela	ES	2010
90	Todos quieren con Marilyn	CO	2004	Telenovela	US	2010
91	Un sueño llamado Salsa	CO, US	2010	Telenovela	US	2010-2011
92	Vecinos	CO	2008	Telenovela	ME-US	2010-2012
93	Verano en Venecia	CO	2009	Telenovela	PE	2011
94	Victoria	CO, US	2007	Telenovela	CL-PE-ME	2010-2011-2012
95	Yo soy Betty, la fea	CO	1999	Telenovela	CL-ME-PE	2010-2011-2012

Cuadro 3.2.44

Largometrajes colombianos y en coproducción emitidos en países no iberoamericanos. Periodo 2010-2012

N°	Título	Origen	Año	País emisión	Año emisión
1	Contracorriente	AL, CO, FR, PE	2009	HO-US	2011-2012
2	De mujer a mujer	CO, ME, VE	1986	US	2010
3	Día naranja	AR, CO, VE	2009	PL	2012
4	El ángel del acordeón	CO	2008	HU	2010-2011
5	El rey	CO, ES, FR	2005	RM-US	2010-2011-2012
6	La vendedora de rosas	CO	1998	RM	2011
7	Los viajes del viento	AL, AR, CO	2009	AL-FR	2012
8	Mujer de fuego	CO, ME, VE	1988	US	2011
9	Pecados de mi padre	AR, CO	2009	AL-US	2011
10	PVC1	CO	2007	GR-HU	2011
11	Rabia	CO, ES, ME	2009	AL-BE-FR-US	2011
12	Retratos en un mar de mentiras	CO	2010	US	2011
13	Satanás	CO, ME	2007	AU	2011



ECUADOR

Las televisiones incluidas en el estudio de Ecuador son: Teleamazonas, RTS, Ecuavisa, Canal Uno y los canales públicos Ecuador TV, Gama TV y TC televisión.

En 2010 y 2011, la ficción acumuló un promedio del 42,4% del tiempo total de emisión en el conjunto de cadenas analizadas.

Cuadro 3.2.45

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en las cadenas de televisión ecuatorianas

Géneros	2010	2011	Promedio
Ficción	40,4	44,4	42,4
Información	14,6	15,2	14,9
Entretenimiento	6,2	7,1	6,65
Deportivo	5,8	6,7	6,25
Variedades	8,4	6,3	7,35
Otros	24,6	20,3	22,45

El peso de la ficción nacional de estreno frente a la iberoamericana representó el 9,9% en títulos, el 8,7% en emisiones y el 8,5% en tiempo de emisión. Los países que más ficción televisiva aportaron, entre 2010 y 2011, a las cadenas ecuatorianas fueron Colombia, México, Venezuela y Estados Unidos.

Cuadro 3.2.46

Distribución de la ficción de estreno por territorio de origen. Ecuador

Ficción	2010			2011		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Nacional	5	313	305	4	259	189
Iberoamericano	32	2.497	2.288	50	3.515	3.060
Total	37	2.810	2.593	54	3.774	3.249

Cuadro 3.2.47

Distribución acumulada de la ficción de estreno por origen. Ecuador. Periodo 2010-2011

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Brasil	4	4,4	303	4,6	264	4,5
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	29	31,9	1.535	23,3	1.365	23,4
Ecuador	9	9,9	572	8,7	494	8,5
España	0	0,0	0	0,0	0	0,0
EE.UU.	10	11,0	645	9,8	681	11,7
México	19	20,9	1.894	28,8	1.723	29,5
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0

Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	13	14,3	1.212	18,4	939	16,1
Otros	7	7,7	423	6,4	376	6,4
Total	91		6.584		5.842	

Las franjas de tarde y *prime time* acumularon la mayor parte de la programación de la ficción de estreno en las televisiones ecuatorianas. El subgénero audiovisual mayoritario fue el de las telenovelas. El 100% de los títulos de ficción nacional de estreno se difundieron en la franja de *prime time*.

Cuadro 3.2.48

Distribución de la ficción de estreno por franjas horarias. Ecuador

AÑO 2010

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	-	-	225	212	225	212
Tarde	-	-	777	795	777	795
Prime Time	313	305	1.495	1.281	1.808	1.586
Nocturno	-	-	-	-	-	-
Total	313	305	2.497	2.288	2.810	2.593

AÑO 2011

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	-	-	719	655	719	655
Tarde	213	134	1.113	896	1.326	1.030
Prime Time	46	55	1.361	1.162	1.407	1.217
Nocturno	-	-	322	347	322	347
Total	259	189	3.515	3.060	3.774	3.249

Cuadro 3.2.49

Distribución de la ficción de estreno por subgéneros. Ecuador

AÑO 2010

Formatos	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	3	263	252	31	2.495	2.286
Serie	-	-	-	-	-	-
Telefilme	-	-	-	1	2	2
Otros	2	50	53	-	-	-
Total	5	313	305	32	2.497	2.288

AÑO 2011

Formatos	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	-	-	-	49	3.449	2.939
Serie	3	213	134	1	66	121
Humorístico	1	46	55	-	-	-
Total	4	259	189	50	3.515	3.060

Cuadro 3.2.50
Distribución de los títulos de ficción nacional por subgéneros. Ecuador

AÑO 2011

Formatos	Mañana	Tarde	Prime Time	Nocturno	Total
Telenovela	-	-	3	-	3
Serie	-	-	-	-	-
Humorístico	-	-	2	-	2
Total	-	-	5	-	5

Las producciones de ficción colombianas, estadounidenses y ecuatorianas de estreno programadas en TC Televisión, Ecuavisa y Teleamazonas fueron las más populares en 2010 y 2011. Los *rankings* de audiencia estuvieron dominados por las producciones colombianas *El Capo* (22%) y *Amor sincero* (18,5%).

El cuadro que completa el análisis de Ecuador incluye los títulos de la ficción de estreno en los canales ecuatorianos.

Cuadro 3.2.51
Ranking de audiencia de la ficción. Ecuador. Año 2010

Nº	Título	País	Cadena	Estreno	Audiencia	Share
1	El Capo	Colombia	TC Televisión	11/01/2010	22,0	31,1
2	El primer golpe	EE.UU.	Ecuavisa	29/07/2010	17,8	25,6
3	Rosario Tijeras	Colombia	TC Televisión	17/05/2010	17,2	24,4
4	Amor sincero	Colombia	TC Televisión	13/07/2010	17,0	23,0
5	¿Dónde está Elisa?	EE.UU.	Ecuavisa	29/06/2010	16,7	23,4
6	Más sabe el diablo	EE.UU.	Ecuavisa	25/01/2010	16,0	25,4
7	Mi recinto	Ecuador	TC Televisión	03/01/2010	15,4	17,8
8	Doña Bella	Colombia	TC Televisión	19/04/2010	14,8	22,1
9	Rosita, la taxista	Ecuador	Ecuavisa	03/08/2010	14,1	21,5
10	Chepe Fortuna	Colombia	TC Televisión	09/11/2010	12,1	18,3

Cuadro 3.2.52
Ranking de audiencia de la ficción. Ecuador. Año 2011

Nº	Título	País	Cadena	Estreno	Audiencia	Share
1	Amor sincero	Colombia	TC Televisión	15/01/2011	18,5	24,9
2	Rosario Tijeras	Colombia	Teleamazonas	04/01/2011	15,3	22,8
3	La pareja feliz	Ecuador	Teleamazonas	03/01/2011	13,4	22,2
4	Sacrificio de mujer	Venezuela	TC Televisión	01/08/2011	12,7	27,4
5	Cuna de gato	Brasil	Ecuavisa	25/04/2011	12,4	17,8
6	Mi recinto	Ecuador	TC Televisión	08/05/2011	12,3	18,4
7	La pareja feliz III	Ecuador	Teleamazonas	20/09/2011	11,6	19,6
8	El fantasma del Gran Hotel	Colombia	TC Televisión	03/01/2011	11,6	22,6
9	La reina del sur	Col., Esp., USA	Ecuavisa	16/05/2011	11,2	18,7
10	La Rosa de Guadalupe	México	Gama TV	03/01/2011	11,0	15,6

Cuadro 3.2.53

Títulos de ficción estrenados en canales ecuatorianos. Periodo 2010-2011

Nº	Título	Origen	Género	Cadena	Año Emisión
1	A corazón abierto	Colombia	Telenovela	Teleamazonas	2011
2	A mano limpia	Colombia	Telenovela	TC Televisión	2011
3	Abigail	Venezuela	Telenovela	TC Televisión	2011
4	Alguien te mira	Chile	Telenovela	Ecuavisa	2010
5	Amar de nuevo	México	Telenovela	Ecuavisa	2011
6	Amor en custodia	Colombia	Telenovela	Teleamazonas	2010
7	Amor sincero	Colombia	Telenovela	TC Televisión	2010-2011
8	Ángel rebelde	Venezuela	Telenovela	TC Televisión	2011
9	Atrévete a soñar	México	Telenovela	Gama TV	2010
10	Camino de Indias	Brasil	Telenovela	Ecuavisa	2010
11	Carita de ángel	México	Telenovela	Gama TV	2011
12	Chepe Fortuna	Colombia	Telenovela	TC Televisión	2010
13	Corazón salvaje	México	Telenovela	Gama TV	2010
14	Corazones extremos	Venezuela	Telenovela	TC Televisión	2010
15	Correo de inocentes	Colombia	Telenovela	TC Televisión	2011
16	Cuando me enamoro	México	Telenovela	Gama TV	2011
17	Cuna de gato	Brasil	Telenovela	Ecuavisa	2011
18	Dónde está Elisa?	Chile	Telenovela	Ecuavisa	2010
19	Doña Bella	Colombia	Telenovela	TC Televisión-RTS	2010-2011
20	Dos hogares	México	Telenovela	Gama TV	2011
21	El capo	Colombia	Telenovela	TC Televisión	2010
22	El clon	USA	Telenovela	Ecuavisa	2011
23	El fantasma del Gran Hotel	Colombia	Telenovela	TC Televisión	2010-2011
24	El Joe	Colombia	Telenovela	TC Televisión	2011
25	El man es Germán	Colombia	Telenovela	TC Televisión	2011
26	El penúltimo beso	Colombia	Telenovela	TC Televisión	2010
27	El primer golpe	USA	Telefilme	Ecuavisa	2010
28	El sexo débil	México	Telenovela	Teleamazonas	2011
29	Eva Luna	USA, Venezuela	Telenovela	TC Televisión	2011
30	Fanatikda	Ecuador	Telenovela	TC Televisión	2010
31	Gabriela giros del destino	Colombia	Telenovela	Teleamazonas	2010
32	Harina de otro costal	Venezuela	Telenovela	TC Televisión	2010
33	Infiltrados	Colombia	Telenovela	TC Televisión	2011
34	Juana la virgen	Venezuela	Telenovela	TC Televisión	2011
35	La bella Ceci y el imprudente	Colombia	Telenovela	Teleamazonas	2010
36	La bruja	Venezuela	Telenovela	TC Televisión	2011
37	La casa de al lado	USA	Telenovela	Ecuavisa	2011
38	La Dama de rosa	Venezuela	Telenovela	TC Televisión	2011
39	La fuerza del destino	México	Telenovela	RTS	2011
40	La mujer perfecta	Venezuela	Telenovela	TC Televisión	2010
41	La pareja feliz	Ecuador	Serie	Teleamazonas	2011
42	La Pola	Colombia	Telenovela	Teleamazonas	2011
43	La que no podía amar	México	Telenovela	Gama TV	2011
44	La reina del sur	Col., Esp., USA	Telenovela	Ecuavisa	2011
45	La rosa de Guadalupe	México	Telenovela	Gama TV	2011
46	La teacher de inglés	Colombia	Telenovela	TC Televisión	2011
47	La tremebunda corte	Ecuador	Telenovela	Teleamazonas	2011

48	La trepadora	Venezuela	Telenovela	Ecuavisa	2011
49	Llena de amor	México	Telenovela	Gama TV	2010
50	Los canarios	Colombia	Telenovela	Gama TV	2011
51	Los herederos del Monte	Colombia, USA	Telenovela	Ecuavisa	2011
52	Mañana es para siempre	México	Telenovela	Gama TV	2011
53	Mar de amor	México	Telenovela	Gama TV	2010
54	Mariana y Scarlete	Colombia	Telenovela	Gama TV	2011
55	Más sabe el diablo	USA	Telenovela	Ecuavisa	2010
56	Mi recinto	Ecuador	Comedia	TC Televisión	2010-2011
57	Mostro de amor	Ecuador	Telenovela	Teleamazonas	2010
58	Ni por aquí ni por allá	Ecuador	Comedia	Gama TV	2010
59	Niña de mi corazón	México	Telenovela	Gama TV	2010
60	Niñas mal	Colombia	Telenovela	Teleamazonas	2011
61	No puede ser	Venezuela	Telenovela	TC Televisión	2011
62	Ojo por ojo	Colombia, USA	Telenovela	Ecuavisa	2011
63	Pasión morena	México	Telenovela	RTS	2010
64	Passione	Brasil	Telenovela	Ecuavisa	2011
65	Puro corazón	Perú	Telenovela	Canal Uno	2010
66	Rebelde	México	Telenovela	Ecuavisa	2011
67	Rosario Tijeras	Colombia	Telenovela	TCTV-Teleamazonas	2010-2011
68	Rosita, la taxista	Ecuador	Telenovela	Ecuavisa	2010
69	Sacrificio de mujer	Venezuela	Telenovela	TC Televisión	2010-2011
70	Salvador de mujeres	Venezuela	Telenovela	TC Televisión	2010
71	Soy tu dueña	México	Telenovela	Gama TV	2010
72	Teresa	México	Telenovela	Gama TV	2011
73	Tierra de cantores	Colombia	Telenovela	TC Televisión	2011
74	Tomasa te quiero	Venezuela	Telenovela	TC Televisión	2010
75	Torbellino de pasiones	Venezuela	Telenovela	TC Televisión	2011
76	Triunfo del amor	México	Telenovela	Gama TV	2011
77	Un amor indomable	Perú	Telenovela	RTS	2011
78	Un esposo para Estela	Venezuela	Telenovela	TC Televisión	2010
79	Un sueño llamado salsa	Colombia	Telenovela	TC Televisión	2011
80	Vecinos	Colombia	Serie	Teleamazonas	2011
81	Vivan los niños	México	Telenovela	Gama TV	2011
82	Vivir la vida	Brasil	Telenovela	Ecuavisa	2010
83	Zacatillo	México	Telenovela	Gama TV	2010



ESPAÑA

Las cadenas de ámbito estatal incluidas en el estudio de España son: Antena 3, Telecinco, Cuatro, LaSexta y los canales públicos La 1 y La 2 de Televisión Española.

En el periodo 2010-2012, la ficción acumuló el 26,3% del tiempo total de emisión del conjunto de cadenas analizadas y aportó una audiencia del 31,3%.

Cuadro 3.2.54

Porcentaje de tiempo de emisión y audiencia de cada género audiovisual en canales convencionales

Géneros	Tiempo de emisión			
	2010	2011	2012	Promedio
Cultural	14,8	16,6	18,7	16,7
Informativos	21,1	22,0	23,4	22,2
Entretenimiento	14,2	12,4	12,4	13,0
Infoshow	1,9	1,6	1,4	1,6
Concurso	3,7	3,8	3,7	3,7
Deporte	5,5	4,0	3,8	4,4
Musical	4,3	6,1	8,4	6,3
Ficción	29,0	27,0	22,8	26,3
Otros	5,5	6,5	5,4	5,8

Géneros	Audiencia			
	2010	2011	2012	Promedio
Cultural	12,2	13,4	15,3	13,6
Informativos	21,2	25,0	27,7	24,6
Entretenimiento	11,6	9,6	11,2	10,8
Infoshow	2,9	2,4	2,3	2,5
Concurso	4,6	4,8	5,1	4,8
Deporte	10,8	9,3	7,9	9,3
Musical	1,2	1,2	1,1	1,2
Ficción	33,6	32,5	27,9	31,3
Otros	1,9	1,8	1,5	1,7

El peso de la ficción nacional de estreno frente a la ficción iberoamericana en las cadenas de ámbito estatal representó el 88,5% en títulos, el 65,7% en emisiones y el 72% en tiempo de emisión. Los países que más ficción televisiva aportaron, entre 2010 y 2011, a las cadenas españolas de ámbito estatal fueron Estados Unidos (habla hispana) y México.

En las cadenas de ámbito autonómico se programó un volumen mayor de títulos iberoamericanos, siendo México, Colombia, Venezuela y Estados Unidos (habla hispana) los países más representados.

Cuadro 3.2.55

Distribución de la Ficción de estreno por territorio de origen en cadenas de ámbito estatal. España

Ficción	2010			2011		
	Título	Emisiones	Horas	Título	Emisiones	Horas
Nacional	48	793	698	44	1.104	1.012
Iberoamericano	6	623	380	6	368	284
Total	54	1.416	1.078	50	1.472	1.296

Cuadro 3.2.56

Distribución acumulada de la ficción de estreno por origen. España. Periodo 2010-2011

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	2	1,9	212	7,3	82	3,5
Brasil	0	0,0	0	0,0	0	0,0
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	92	88,5	1.897	65,7	1.710	72,0
EE.UU.	7	6,7	483	16,7	347	14,6
México	3	2,9	296	10,2	235	9,9
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	104		2.888		2.374	

Las franjas de tarde y *prime time* acumularon la mayor parte de la programación de la ficción de estreno en las televisiones españolas. Los subgéneros audiovisuales comunes fueron las series (con y sin continuidad argumental) y miniserias. Los títulos de ficción nacional de estreno se programaron de forma habitual en la franja de *prime time*.

Cuadro 3.2.57

Distribución de ficción de estreno por franjas horarias en cadenas de ámbito estatal. España

AÑO 2010

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	-	-	208	79	208	79
Tarde	387	269	415	301	802	570
Prime Time	387	408	-	-	387	408
Nocturno	19	21	-	-	19	21
Total	793	698	623	380	1.416	1.078

AÑO 2011

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	-	-	4	3	4	3
Tarde	716	578	364	281	1.080	859
Prime Time	326	379	-	-	326	379
Nocturno	62	55	-	-	62	55
Total	1.104	1.012	368	284	1.472	1.296

Cuadro 3.2.58
Distribución de la ficción de estreno por subgéneros de ficción en cadenas de ámbito nacional. España
AÑO 2010

Subgéneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	2	279	228	6	623	380
Serie	24	303	355	-	-	-
Miniserie	13	26	32	-	-	-
Telefilme	3	3	4	-	-	-
Otros	6	182	79	-	-	-
Total	48	793	698	6	623	380

AÑO 2011

Subgéneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	3	716	578	6	368	284
Serie	26	361	404	-	-	-
Miniserie	11	21	26	-	-	-
Telefilm	2	2	3	-	-	-
Otros	2	4	1	-	-	-
Total	44	1.104	1.012	6	368	284

Cuadro 3.2.59
Distribución de títulos de la ficción nacional por franjas en cadenas de ámbito nacional. España
AÑO 2010

Formatos	Mañana	Tarde	Prime Time	Nocturno	Total
Telenovela	-	2	-	-	2
Serie	-	-	21	3	24
Miniserie	-	-	13	-	13
Telefilme	-	-	3	-	3
Otros	-	2	4	-	6
Total	-	4	41	3	48

AÑO 2011

Formatos	Mañana	Tarde	Prime Time	Nocturno	Total
Telenovela	-	3	-	-	3
Serie	-	-	24	2	26
Miniserie	-	-	11	-	11
Telefilme	-	-	2	-	2
Otros	-	-	2	-	2
Total	-	3	39	2	44

Los programas que dominaron los *ranking* de audiencia entre 2010 y 2012 (excluidos los retransmisiones deportivas) fueron las series (*Águila Roja*) y los programas informativos (Telediario 2), ambos en La 1 (TVE).

Cuadro 3.2.60
Ranking de programas de España. Año 2010

Nº	Título de la emisión	Género	País	Cadena	Fecha	Aud. (%)	Sh. (%)
1	Águila Roja	Serie	España	La 1	04/11/2010	14,7	32,5

2	2011: Parte de ti	Variety	España	La 1	31/12/2010	13,4	41,1
3	La búsqueda	Cine	EE.UU.	La 1	10/01/2010	13,3	29,1
4	Piratas del Caribe 4	Cine	EE.UU.	La 1	03/01/2010	12,9	31,7
5	Telediario Fin de semana	Noticias	España	La 1	10/01/2010	12,9	27,9
6	2011: ¿Estamos contentos?	Variety	España	La 1	31/12/2010	12,7	43,2
7	La Señora	Serie	España	La 1	18/01/2010	11,9	25,3
8	Cuéntame cómo pasó	Serie	España	La 1	11/11/2010	11,8	26,5
9	Hispania, la leyenda	Serie	España	A3	27/10/2010	11,7	24,7
10	Los pilares de la Tierra	Serie	Canadá	Cuatro	14/09/2010	11,6	31,1

Cuadro 3.2.61

Ranking de programas de España. Año 2011

Nº	Título de la emisión	Género	País	Cadena	Fecha	Aud. (%)	Sh. (%)
1	Telediario 2	Noticias	España	La 1	03/05/2011	26,3	54,9
2	Águila Roja	Serie	España	La 1	24/10/2011	14,5	31,1
3	2011: El Debate	Noticias	España	La 1	07/11/2011	12,5	24,8
4	Cuéntame cómo pasó	Serie	España	La 1	27/01/2011	11,3	24,1
5	Feliz 2012	Evento	España	La 1	31/12/2011	11,1	37,7
6	El intercambio	Cine	EE.UU.	La 1	23/10/2011	11,0	26,0
7	El barco	Serie	España	A3	17/01/2011	10,8	23,4
8	Los 7 pecados capitales de provincia	Comedia	España	La 1	31/12/2011	10,8	39,2
9	Iron Man	Cine	EE.UU.	La 1	09/01/2011	10,6	24,1
10	Harry Potter y la Orden del Fénix	Cine	EE.UU.	La 1	02/01/2011	10,6	24,2

Cuadro 3.2.62

Ranking de programas de España. Año 2012

Nº	Título de la emisión	Género	País	Cadena	Fecha	Aud. (%)	Sh. (%)
1	Telediario 2	Noticias	España	La 1	24/04/2012	20,6	44,8
2	Águila Roja	Serie	España	La 1	16/01/2012	14,0	30,3
3	Destino Eurovisión	Evento	Europa	La 1	26/05/2012	13,9	41,4
4	La Voz	Reality	España	T5	17/10/2012	13,7	35,2
5	JJ.OO.: Ceremonia Inaugural	Evento	Europa	La 1	27/07/2012	12,9	46,1
6	La que se avecina	Serie	España	T5	01/10/2012	12,3	27,1
7	Cuéntame cómo pasó	Serie	España	La 1	02/02/2012	12,2	26,5
8	Campanadas Fin de Año	Evento	España	La 1	31/12/2012	12,0	38,3
9	Isabel	Serie	España	La 1	03/12/2012	10,6	22,6
10	Amanecer Parte 1	Cine	EE.UU.	A3	02/12/2012	10,3	22,8

En cuanto a la ficción, los capítulos más populares de *Águila Roja* se colocaron en los primeros puestos del trienio estudiado. Los porcentajes de audiencia registrados se situaron entre el 14% y el 14,7%.

Las cadenas privadas Antena 3 y Telecinco también tuvieron representación en los rankings de audiencia de Ficción. Los valores de popularidad más elevados los alcanzaron con la serie *Hispania, la leyenda* (A3-11,7%) y la miniserie *Felipe y Letizia* (T5-10,6%).

Cuadro 3.2.63

Ranking de audiencia de ficción. España. Año 2010

Nº	Título	País	Género	Cadena	Fecha	Audiencia	Share
1	Águila Roja	España	Serie	La 1	04/11/2010	14,7	32,5
2	La Señora	España	Serie	La 1	18/01/2010	11,9	25,3
3	Cuéntame cómo pasó	España	Serie	La 1	11/11/2010	11,8	26,5
4	Hispania, la leyenda	España	Serie	A3	27/10/2010	11,7	24,7
5	Felipe y Letizia	España	Miniserie	T5	20/10/2010	10,6	22,8
6	Hispania, la leyenda	España	Serie	A3	25/10/2010	10,2	23,6
7	La Duquesa	España	Miniserie	T5	13/04/2010	9,5	22,2
8	Gran Reserva	España	Serie	La 1	15/04/2010	8,9	21,3
9	El pacto	España	Miniserie	T5	10/01/2010	8,6	20,3
10	El secuestro de Anabel	España	Telefilm	La 1	01/03/2010	8,4	18,1

Cuadro 3.2.64

Ranking de audiencia de ficción. España. Año 2011

Nº	Título	País	Género	Cadena	Fecha	Audiencia	Share
1	Águila Roja	España	Serie	La 1	24/10/2011	14,5	31,1
2	Cuéntame cómo pasó	España	Serie	La 1	27/01/2011	11,3	24,1
3	El barco	España	Serie	A3	17/01/2011	10,8	23,4
4	La República	España	Serie	La 1	24/01/2011	8,0	17,1
5	Gran Reserva	España	Serie	La 1	24/03/2011	7,9	18,4
6	Marco	España	Miniserie	A3	26/12/2011	7,8	17,1
7	Aída	España	Serie	T5	27/02/2011	7,8	17,2
8	El ángel de Budapest	España	Telefilm	La 1	22/12/2011	7,8	18,7
9	Gran hotel	España	Serie	A3	04/10/2011	7,6	18,5
10	Los misterios de Laura	España	Serie	La 1	25/04/2011	7,1	16,6

Cuadro 3.2.65

Ranking de audiencia de ficción española. Año 2012

Nº	Título	País	Género	Cadena	Fecha	Aud. (%)	Sh. (%)
1	Águila Roja	España	Serie	La 1	16/01/2012	14,0	30,3
2	La que se avecina	España	Serie	T5	01/10/2012	12,3	27,1
3	Cuéntame cómo pasó	España	Serie	La 1	02/02/2012	12,2	26,5
4	Isabel	España	Serie	La 1	03/12/2012	10,6	22,6
5	Con el culo al aire	España	Serie	A3	01/02/2012	9,4	16
6	Fenómenos	España	Serie	A3	27/11/2012	9,2	16,5
7	Aída	España	Serie	T5	05/02/2012	9,1	14,8
8	Mi gitana	España	Serie	T5	05/03/2012	8,6	19,7
9	Amar en tiempos revueltos	España	Serie	La1	15/11/2012	8,2	19,3
10	Toledo	España	Serie	A3	10/01/2012	8,1	13,5

Los cuadros que completan el análisis de España incluyen los títulos de la ficción nacional de estreno en canales españoles de ámbito estatal, los títulos de producciones iberoamericanas difundidas en canales de ámbito estatal y autonómico y los títulos de series españolas emitidas en canales extranjeros.

Cuadro 3.2.66

Títulos españoles de ficción estrenados o renovados en canales españoles de ámbito estatal. Periodo 2010-2012

Nº	Título	Origen	Género	Cadena	Año emisión
1	11-M	España	Miniserie	Telecinco	2011
2	14 de abril. La República	España	Serie	La 1 (TVE)	2011
3	Acusados	España	Serie	Telecinco	2010
4	Adolfo Suárez, el presidente	España	Miniserie	Antena 3	2010
5	Águila Roja	España	Serie	La 1 (TVE)	2010-2011-2012
6	Aída	España	Serie	Telecinco	2010-2011-2012
7	Alakrana	España	Miniserie	Telecinco	2011
8	Alfonso, el príncipe maldito	España	Miniserie	Telecinco	2010
9	Amar en tiempos revueltos	España	Serie	La 1 (TVE)	2010-2011-2012
10	Amar en tiempos revueltos (esp.)	España	Miniserie	La 1 (TVE)	2010
11	Ángel o demonio	España	Serie	Telecinco	2011
12	Bandolera	España	Serie	Antena 3	2011-2012
13	Buenagente	España	Serie	LaSexta	2011
14	Carmen Cervera. La baronesa	España	Miniserie	Telecinco	2011
15	Carmina	España	Miniserie	Telecinco	2012
16	Cheers	España	Serie	Telecinco	2011-2012
17	Ciudad K	España	Comedia	La 2 (TVE)	2010-2011
18	Clara Campoamor	España	Telefilm	La 1 (TVE)	2011
19	Con el culo al aire	España	Serie	Antena 3	2012
20	Crematorio	España	Serie	LaSexta	2012
21	Cuéntame cómo pasó	España	Serie	La 1 (TVE)	2010-2011-2012
22	Doctor Mateo	España	Serie	Antena 3	2010-2011
23	El ángel de Budapest	España	Telefilm	La 1 (TVE)	2011
24	El asesinato de Carrero Blanco	España	Miniserie	La 1 (TVE)	2012
25	El asesino dentro del círculo	España	Telefilm	La 1 (TVE)	2010
26	El barco	España	Serie	Antena 3	2011-2012
27	El gordo	España	Miniserie	Antena 3	2010
28	El internado	España	Serie	Antena 3	2010
29	El pacto	España	Miniserie	Telecinco	2010
30	El secreto de Puente Viejo	España	Serie	Antena 3	2011-2012
31	El secuestro de Anabel	España	Telefilm	La 1 (TVE)	2010
32	Escenas de matrimonio	España	Comedia	Telecinco	2010
33	Felipe y Letizia	España	Miniserie	Telecinco	2010
34	Fenómenos	España	Serie	Antena 3	2012
35	Física o química	España	Serie	Antena 3	2010-2011
36	Frágiles	España	Serie	Telecinco	2012
37	Gran Hotel	España	Serie	Antena 3	2011-2012
38	Gran Reserva	España	Serie	La 1 (TVE)	2010-2011
39	Guante blanco	España	Serie	La 1 (TVE)	2010
40	Hay alguien ahí	España	Serie	Cuatro	2010
41	Hispania, la leyenda	España	Serie	Antena 3	2010-2011-2012
42	Historias robadas	España	Miniserie	Antena 3	2012
43	Homicidios	España	Serie	Telecinco	2011
44	Hospital Central	España	Serie	Telecinco	2010-2011-2012
45	Hoy quiero confesar	España	Miniserie	Antena 3	2011
46	Imperium	España	Serie	Antena 3	2012
47	Inocentes	España	Miniserie	Telecinco	2010

48	Isabel	España	Serie	La 1 (TVE)	2012
49	Karabudjan	España	Serie	Antena 3	2010
50	La Duquesa	España	Miniserie	Telecinco	2010-2011
51	La fuga	España	Serie	Telecinco	2012
52	La isla de los nominados	España	Comedia	Cuatro	2010
53	La memoria del agua	España	Miniserie	La 1 (TVE)	2012
54	La muerte a escena	España	Miniserie	La 1 (TVE)	2011
55	La pecera de Eva	España	Serie	Telecinco	2010
56	La piel azul	España	Miniserie	Antena 3	2010
57	La princesa de Éboli	España	Miniserie	Telecinco	2010
58	La que se avecina	España	Serie	Telecinco	2010-2011-2012
59	La Señora	España	Serie	La 1 (TVE)	2010
60	La tira	España	Comedia	LaSexta	2010
61	La última guardia	España	Telefilm	Telecinco	2010
62	Las chicas de oro	España	Serie	La 1 (TVE)	2010
63	Los hombres de Paco	España	Serie	Telecinco	2010
64	Los misterios de Laura	España	Serie	La 1 (TVE)	2011
65	Los Protegidos	España	Serie	Telecinco	2010-2011-2012
66	Los Quien	España	Serie	Antena 3	2011
67	Luna, el misterio de Calenda	España	Serie	Antena 3	2012
68	Marco	España	Miniserie	Antena 3	2011
69	Mí gitana	España	Miniserie	Telecinco	2012
70	Museo Coconut	España	Serie	Telecinco	2010
71	No soy como tú	España	Miniserie	Antena 3	2010
72	Operación Malaya	España	Miniserie	La 1 (TVE)	2011
73	Padres	España	Comedia	Antena 3	2010
74	Parejología 3x2	España	Comedia	Telecinco	2011-2012
75	Pelotas	España	Serie	La 1 (TVE)	2010
76	Piratas	España	Serie	Telecinco	2011
77	Plaza de España	España	Serie	La 1 (TVE)	2011
78	Pulseras rojas	España	Serie	Antena 3	2012
79	Punta Escarlata	España	Serie	Telecinco	2011
80	Qué vida más triste	España	Comedia	LaSexta	2010
81	Raphael	España	Miniserie	Antena 3	2010
82	Rocío Dúrcal: volver a verte	España	Miniserie	Telecinco	2011
83	Sofía	España	Miniserie	Antena 3	2011
84	Stamos Okupa2	España	Serie	La 1 (TVE)	2012
85	Supercharly	España	Serie	Telecinco	2010
86	Tierra de lobos	España	Serie	Telecinco	2010-2011
87	Titanic: sangre y acero	España	Miniserie	Antena 3	2012
88	Toledo	España	Serie	Antena 3	2012
89	Vida loca	España	Serie	Telecinco	2011
90	Vuelo IL8714	España	Miniserie	Telecinco	2010

Cuadro 3.2.67

Títulos de ficción iberoamericanos emitidos en canales españoles de ámbito estatal y autonómico. Periodo 2010-2012

Nº	Título	Origen	Género	Cadena	Año Emisión
1	13 miedos	ME	Serie	Cuatro	2010
2	Acorralada	US,VE	Telenovela	TV AUT.	2010-2012
3	Alma indomable	US,VE	Telenovela	TV AUT.	2010-2011-2012
4	Amar de nuevo	US,ME	Telenovela	La 1 (TVE)	2011
5	Amarte así, frijolito	AR,US	Telenovela	TV AUT.	2010
6	Amor Gitano	ME	Telenovela	TV AUT.	2011-2012
7	Amor real	ME	Telenovela	La 1 (TVE)	2012
8	Amores verdaderos	ME	Telenovela	La 1 (TVE)	2012
9	Amy, la niña de la mochila azul	ME	Telenovela	TV AUT.	2011-2012
10	Ángel rebelde	US,VE	Telenovela	TV AUT.	2010-2011
11	Bella Calamidades	CO	Telenovela	La 1 (TVE)	2010
12	Calypso	VE	Telenovela	TV AUT.	2010-2011
13	Carita de ángel	ME	Telenovela	TV AUT.	2010-2012
14	Cielo rojo	ME	Telenovela	La 1 (TVE)	2012
15	Corazón apasionado	US,VE	Telenovela	La 1 (TVE)	2012
16	Corazón salvaje	ME	Telenovela	TV AUT.	2011-2012
17	Cuando me enamoro	ME	Telenovela	A3	2010-2011
18	Cuando seas mía	ME	Telenovela	TV AUT.	2010-2011
19	Cuidado con el ángel	ME	Telenovela	TV AUT.	2010-2011-2012
20	De pocas, pocas pulgas	ME	Serie	TV AUT.	2010-2011
21	Doña Bella	CO	Telenovela	A3	2010
22	El cartel de los sapos	CO	Telenovela	TV AUT.	2010
23	El secretario	CO	Telenovela	TV AUT.	2012
24	El Zorro	CO,US	Telenovela	TV AUT.	2010-2011
25	Estados alterados	ES,AR	Sitcom	LaSexta	2010
26	Gata salvaje	VE	Telenovela	TV AUT.	2010-2011
27	Gotita de amor	ME	Telenovela	TV AUT.	2010
28	La casa de al lado	ME	Telenovela	La 1 (TVE)	2011-2012
29	La dama de Troya	CO	Telenovela	A3	2010-2012
30	La fea más bella	ME	Telenovela	TV AUT.	2011
31	La fuerza del destino	ME	Telenovela	La 1 (TVE)	2011-2012
32	La marca del deseo	CO	Telenovela	A3	2010-2011
33	La mujer en el espejo	CO	Telenovela	TV AUT.	2011
34	La quiero a morir	CO	Telenovela	TV AUT.	2010-2011
35	La reina del sur	ES,CO,US	Serie	A3	2011
36	La revancha	VE	Telenovela	TV AUT.	2011
37	La viuda joven	VE	Telenovela	TV AUT.	2011-2012
38	Los Plateados	ME	Telenovela	TV AUT.	2010-2011-2012
39	Luna, la heredera	CO	Telenovela	TV AUT.	2010
40	Luz Clarita	ME	Telenovela	TV AUT.	2010-2011
41	Machos	CL	Telenovela	TV AUT.	2012
42	Mañana es para siempre	ME	Telenovela	TV AUT.	2010-2011-2012
43	Mar de amor	ME	Telenovela	La 1 (TVE)	2010
44	Mi pecado	ME	Telenovela	A3	2010
45	Natalia del mar	VE	Telenovela	TV AUT.	2012
46	Nuevo rico, nuevo pobre	CO	Telenovela	TV AUT.	2010
47	Olvidarte jamás	US,VE	Telenovela	TV AUT.	2010-2011-2012

48	Operación Jaque	ES,CO	Miniserie	La 1 (TVE)	2011
49	Para volver a amar	ME	Telenovela	TV AUT.	2011-2012
50	Pasión morena	ME	Telenovela	TV AUT.	2011-2012
51	Pecadora	US,VE	Telenovela	TV AUT.	2010-2011-2012
52	Pobre millonaria	VE	Telenovela	TV AUT.	2011
53	Rebeca	US,VE	Telenovela	TV AUT.	2010-2011-2012
54	Sacrificio de mujer	VE	Telenovela	TV AUT.	2011-2012
55	Secreto de amor	US,VE	Telenovela	TV AUT.	2010-2011
56	Secretos de familia	CO	Telenovela	TV AUT.	2011-2012
57	Soñar no cuesta nada	US,VE	Telenovela	TV AUT.	2010
58	Sortilegio	ME	Telenovela	A3	2010
59	Soy tu dueña	ME	Telenovela	La 1 (TVE)	2011
60	Sueño con tu amor	VE	Telenovela	TV AUT.	2011
61	Tierra de esperanza	AL,CU,FR	Serie	TV AUT.	2010-2011
62	Toda una dama	VE	Telenovela	TV AUT.	2010-2011
63	Todo por amor	CO,ME	Telenovela	TV AUT.	2010-2011-2012
64	Un gancho al corazón	ME	Telenovela	TV AUT.	2010-2011-2012
65	Valeria	US,VE	Telenovela	TV AUT.	2010

Cuadro 3.2.68

Títulos españoles y en coproducción con países iberoamericanos emitidos en canales extranjeros. España. Periodo 2010-2012

Nº	Título	Origen	Año	Género	País emisión	Año emisión
1	Águila Roja	ES	2009	Serie	PL	2011-2012
2	Alakrana	ES	2010	Miniserie	VE	2012
3	Amar en tiempos revueltos	ES	2005	Serie	AR	2010-2011-2012
4	Ana y los 7	ES	2002	Serie	CL	2011-2012
6	Aquí no hay quien viva	ES	2003	Serie	CL	2011
7	Conexao	ES,PO	2008	Miniserie	PO	2011
8	Cuenta atrás	ES	2007	Serie	FR-RM	2010-2011-2012
9	El barco	ES	2010	Serie	RM	2011-2012
10	El castigo	ES	2008	Miniserie	FR	2012
11	El internado	ES	2007	Serie	ME-RM	2010-2011-2012
12	El pacto	ES	2010	Miniserie	FR	2011-2012
13	Escenas de matrimonio	ES	2007	Comedia	ME	2011
14	Felipe y Letizia	ES	2010	Miniserie	AL-VE	2011-2012
15	Física o química	ES	2008	Serie	FR	2010
16	Génesis: en la mente del asesino	ES	2006	Serie	FR-PE-RM	2010-2011-2012
17	Gran Hotel	ES	2011	Serie	FR-RU	2012
18	Hay alguien ahí?	ES	2009	Serie	PE	2012
19	Hermanos y detectives	ES	2007	Serie	PE	2011
20	Hispania, la leyenda	ES	2010	Serie	FR	2010
21	La reina del Sur	CO,ES,US	2011	Serie	CL-CO-ME-PE-RM-RU-US	2011-2012
22	Los hombres de Paco	ES	2005	Serie	AR-RM	2010-2011-2012
23	Los misterios de Laura	ES	2009	Serie	AR	2012
24	Los protegidos	ES	2009	Serie	CO	2011
25	Los Serrano	ES	2003	Serie	FR	2010-2012
26	Los sónicos	ES	2011	Serie	AR	2012
27	Mamá Carlota	ES	2008	Serie	CL	2011-2012
28	Operación Jaque	CO,ES	2010	Miniserie	CO-CL-ME	2010-2012

29	Serrallonga	ES	2008	Miniserie	PL-PO-RM-RU	2010-2011-2012
30	SMS	ES	2006	Serie	FR	2011
31	Tierra de lobos	ES	2010	Serie	IT	2012
32	Un burka por amor	ES	2009	Miniserie	FR-GR	2010-2011-2012
33	Un paso adelante	ES	2001	Serie	FR-HU	2010-2011-2012
34	Vientos de agua	ES	2005	Serie	AR	2010
35	Vuelo IL 8714	ES	2010	Miniserie	VE	2012





MEXICO

Las televisiones incluidas en el estudio de México son: Televisa, TV Azteca, Cadena 3 y las cadenas públicas Once TV y Conaculta.

Entre 2010 y 2011, la Ficción registró un promedio del 28% en el conjunto de cadenas mexicanas analizadas.

Cuadro 3.2.69

Porcentaje de tiempo de emisión dedicado por las cadenas mexicanas a cada género

Géneros	2010	2011	Promedio
Ficción	27,9	28,1	28,0
No ficción	72,1	71,9	72,0
Total	100,0	100,0	

El peso de la ficción nacional de estreno frente a la ficción iberoamericana en las cadenas de ámbito estatal representó el 75,9% en títulos, el 77,7% en emisiones y el 78,6% en tiempo de emisión. El país que más ficción aportó a las cadenas mexicanas fue Estados Unidos (habla hispana).

Cuadro 3.2.70

Distribución de la Ficción de estreno por territorio de origen. México

Territorios	2010			2011		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Nacional	21	1.766	1.194	23	2.201	2.133
Iberoamericano	9	676	394	5	462	511
Total	30	2.442	1.588	28	2.663	2.644

Cuadro 3.2.71

Distribución acumulada de la Ficción de estreno por origen. México. Periodo 2010-2011

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Brasil	1	1,7	9	0,2	7	0,2
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	1	1,7	19	0,4	13	0,3
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	1	1,7	65	1,3	90	2,1
EE.UU.	10	17,2	1.016	19,9	777	18,4
México	44	75,9	3.967	77,7	3.327	78,6
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	1	1,7	29	0,6	18	0,4
Otros	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	58		5.105		4.232	

Las franjas de *prime time* acumuló la mayor parte de la programación de la ficción de estreno en las televisiones mexicanas aunque también hubo un volumen significativo en las franjas de tarde y nocturna. El subgénero audiovisual más común fue el de las telenovelas. Los títulos de ficción nacional de estreno se repartieron entre las franjas de tarde, *prime time* y nocturna.

Cuadro 3.2.73
Distribución de la Ficción de estreno por franjas horarias. México

AÑO 2010

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	-	-	-	-	-	-
Tarde	562	376	377	248	939	624
Prime Time	1.021	705	-	-	1.021	705
Nocturno	183	113	299	146	482	259
Total	1.766	1.194	676	394	2.442	1.588

AÑO 2011

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	-	-	-	-	-	-
Tarde	554	391	160	260	714	651
Prime Time	1.441	1.176	-	-	1.441	1.176
Nocturno	206	566	302	251	508	817
Total	2.201	2.133	462	511	2.663	2.644

Cuadro 3.2.74
Distribución de la Ficción de estreno por subgéneros. México

AÑO 2010

Formatos	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	13	1.528	1.044	8	657	380
Serie	8	238	150	-	-	-
Miniserie	-	-	-	-	-	-
Telefilme	-	-	-	-	-	-
Otros	-	-	-	1	19	14
Total	21	1.766	1.194	9	676	394

AÑO 2011

Formatos	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	15	1.988	1.814	5	462	511
Serie	7	119	223	-	-	-
Miniserie	-	-	-	-	-	-
Telefilme	-	-	-	-	-	-
Otros	1	94	96	-	-	-
Total	23	2.201	2.133	5	462	511

Cuadro 3.2.75
Distribución de los títulos de ficción de estreno por franjas horarias. México

AÑO 2010					
Formatos	Mañana	Tarde	Prime Time	Nocturno	Total
Telenovela	-	11	8	2	21
Serie	-	-	3	5	8
Miniserie	-	-	-	-	-
Telefilme	-	-	-	-	-
Otros	-	1	-	-	1
Total	-	12	11	7	30

AÑO 2011					
Formatos	Mañana	Tarde	Prime Time	Nocturno	Total
Telenovela	-	5	10	5	20
Serie	-	1	-	6	7
Miniserie	-	-	-	-	-
Telefilme	-	-	-	-	-
Otros	-	1	-	-	1
Total	-	7	10	11	28

Las producciones de ficción de estreno mexicanas programadas en Televisa fueron las más populares en 2010 y 2011. Los *rankings* de audiencia estuvieron dominados por *Soy tu dueña* (25,7%) y *Una familia con suerte* (20,6%).

Los cuadros que completan el análisis de México incluyen los títulos de la ficción de estreno en canales mexicanos, los títulos de producciones mexicanas difundidas en canales extranjeros y los títulos de largometrajes mexicanos emitidos en televisiones de países no iberoamericanos.

Cuadro 3.2.76
Ranking de audiencia de la Ficción. México. Año 2010

Nº	Título	País	Cadena	Estreno	Audiencia	Share
1	Soy tu dueña	México	Televisa	19/04/2010	25,7	36,8
2	Triunfo del amor	México	Televisa	25/10/2010	20,3	30,9
3	Llena de amor	México	Televisa	03/05/2010	19,1	29,6
4	Cuando me enamoro	México	Televisa	05/07/2010	18,1	29,9
5	Teresa	México	Televisa	02/08/2010	17,4	30,7
6	Zacatillo	México	Televisa	01/02/2010	16,6	29,6
7	Para volver a amar	México	Televisa	12/07/2010	14,4	26,3
8	Locas de amor	México	Televisa	03/05/2010	14,6	21,4
9	El clon	USA	Televisa	08/03/2010	13,1	23,2
10	Gritos de muerte y libertad	México	Televisa	30/08/2010	12,9	20,5

Cuadro 3.2.77
Ranking de audiencia de la Ficción. México. Año 2011

Nº	Título	País	Cadena	Estreno	Audiencia	Share
1	Una familia con suerte	México	Televisa	14/02/2011	20,6	29,3
2	Dos hogares	México	Televisa	27/06/2011	19,4	25,8
3	La que no podía amar	México	Televisa	01/08/2011	18,3	27,0
4	La fuerza del destino	México	Televisa	14/03/2011	18,1	27,8

5	La reina del sur	Col., Esp., USA	Televisa	15/11/2011	15,2	23,7
6	El encanto del águila	México	Televisa	09/05/2011	14,7	19,6
7	El equipo	México	Televisa	03/10/2011	14,6	19,7
8	Amorcito corazón	México	Televisa	29/08/2011	14,5	24,1
9	Los héroes del norte	México	Televisa	28/02/2011	12,9	19,5
10	Ni contigo ni sin ti	México	Televisa	01/02/2011	12,7	21,0

Cuadro 3.2.78

Títulos de ficción estrenados en canales mexicanos. Periodo 2010-2011

Nº	Título	Origen	Género	Cadena	Año Emisión
1	A corazón abierto	México	Telenovela	TV Azteca	2011
2	Al caer la noche	México	Serie	TV Azteca	2011
3	Alguien te mira	Chile	Telenovela	Televisa	2011
4	Amor descarado	Colombia, USA	Telenovela	Televisa	2010
5	Amorcito corazón	México	Telenovela	Televisa	2011
6	Así es la vida	Colombia, USA	Serie	Televisa	2010
7	Bajo el alma	México	Telenovela	TV Azteca	2011
8	Bienes raíces	México	Serie	Onze TV	2010
9	Bienvenida realidad	México	Serie	Cadena Tres	2011
10	Cielo rojo	México	Telenovela	TV Azteca	2011
11	Como dice el dicho	México	Serie	Televisa	2011
12	Cuando me enamoro	México	Telenovela	Televisa	2010
13	Dónde está Elisa?	Chile	Telenovela	Televisa	2010
14	Dos hogares	México	Telenovela	Televisa	2011
15	Drenaje profundo	México	Serie	TV Azteca	2010
16	El clon	USA	Telenovela	Televisa	2010
17	El encanto del águila	México	Serie	Televisa	2011
18	El equipo	México	Serie	Televisa	2011
19	El octavo mandamiento	México	Telenovela	Cadena Tres	2011
20	El sexo débil	México	Telenovela	Cadena Tres	2011
21	Ellas son la alegría del hogar	México	Serie	Televisa	2010
22	Emperatriz	México	Telenovela	TV Azteca	2011
23	Entre el amor y el deseo	México	Telenovela	TV Azteca	2010
24	Esperanza del corazón	México	Telenovela	Televisa	2011
25	Eva Luna	USA, Venezuela	Telenovela	Televisa	2011
26	Gitanas	USA	Telenovela	Televisa	2010
27	Gritos de muerte y libertad	México	Serie	Televisa	2010
28	Hermanos y detectives	México	Serie	Televisa	2010
29	Huérfanas	México	Telenovela	TV Azteca	2011
30	Isa tkm	Colombia	Telenovela	Televisa	2010
31	La casa de al lado	USA	Telenovela	Televisa	2011
32	La favorita	Brasil	Telenovela	TV Azteca	2010
33	La fuerza del destino	México	Telenovela	Televisa	2011
34	La loba	México	Telenovela	TV Azteca	2010
35	La que no podía amar	México	Telenovela	Televisa	2011
36	La reina del sur	Col., Esp., USA	Telenovela	Televisa	2011
37	La viuda de blanco	USA	Telenovela	Televisa	2010
38	Llena de amor	México	Telenovela	Televisa	2010
39	Locas de amor	México	Serie	Televisa	2010

40	Los héroes del norte	México	Serie	Televisa	2011
41	Los Minondo	México	Serie	Onze TV	2010
42	Lucho en familia	México	Serie	TV Azteca	2011
43	Ni contigo ni sin ti	México	Telenovela	Televisa	2011
44	Niña de mi corazón	México	Telenovela	Televisa	2010
45	Niño santo	México	Serie	Onze TV	2011
46	Para volver a amar	México	Telenovela	Televisa	2010
47	Pecados ajenos	USA	Telenovela	Televisa	2010
48	Prófugas del destino	México	Telenovela	TV Azteca	2010
49	Quiéreme, quiéreme tonto	México	Telenovela	TV Azteca	2010
50	Rafaela	México	Telenovela	Televisa	2011
51	Soy tu dueña	México	Telenovela	Televisa	2010
52	Soy tu fan	México	Serie	Onze TV	2010
53	Teresa	México	Telenovela	Televisa	2010
54	Triunfo del amor	México	Telenovela	Televisa	2010
55	Una familia con suerte	México	Telenovela	Televisa	2011
56	Vidas robadas	México	Telenovela	TV Azteca	2010
57	Viuda de blanco	México, USA	Telenovela	Televisa	2011
58	Zacatillo, un lugar en tu corazón	México	Telenovela	Televisa	2010

Cuadro 3.2.79

Títulos de ficción mexicanos estrenados en canales extranjeros. Periodo 2010-2012

Nº	Título	Origen	Año	Género	Cadena	Año Emisión
1	13 miedos	ME	2007	Serie	US-ES	2010-2011-2012
2	Abismo de pasión	ME	2012	Telenovela	CL-CO-EV-PE-RM-US-VE	2012
3	Abrázame muy fuerte	ME	2000	Telenovela	RM-CO	2011-2012
4	Al diablo con los guapos	ME	2007	Telenovela	US	2010-2012
5	Alma de hierro	ME	2008	Telenovela	US	2010-2011-2012
6	Alma rebelde	ME	1999	Telenovela	US	2012
7	Amar de nuevo	ME,US	2011	Telenovela	CL-CO-ES	2011-2012
8	Amar otra vez	ME	2003	Telenovela	PE	2012
9	Amar sin límites	ME	2006	Telenovela	US	2010
10	Amigos x siempre	ME	2000	Telenovela	CL-CO	2011-2012
11	Amor bravío	ME	2012	Telenovela	CL-EV-PE-RM-US-VE	2012
12	Amor Gitano	ME	1999	Telenovela	ES	2011-2012
13	Amor real	ME	2003	Telenovela	ES,RM	2011
14	Amorcito corazón	ME	2011	Telenovela	AR-CL-PE	2012
15	Amores verdaderos	ME	2012	Telenovela	CL-ES-PE-US-VE	2012
16	Amy, la niña de la mochila azul	ME	2004	Telenovela	ES	2011-2012
17	Aprendiendo a vivir	ME	1984	Telenovela	CO	2010
18	Apuesta por un amor	ME	2004	Telenovela	PE	2011-2012
19	Atrévete a soñar	ME	2009	Telenovela	US	2011
20	Ay María que puntería!	ME	1998	Serie	US	2012
21	Bajo el mismo techo	ME	2005	Serie	US	2010-2011
22	Bajo las riendas del amor	ME,US	2007	Telenovela	US	2012
23	Barrera de amor	ME	2005	Telenovela	CL	2011
24	Cachito de cielo	ME	2012	Telenovela	PE-RM	2012
25	Cada quien su santo	ME	2009	Telenovela	CO-PE	2010-2011
26	Camaleones	ME	2009	Telenovela	AR-CO-RM	2010-2011-2012

27	Cambio de vida	ME	2007	Telenovela	PE	2010-2011
28	Capadocia	ME,US	2007	Serie	VE	2012
29	Carita de ángel	ME	2000	Telenovela	ES-RM-US-VE	2010-2012
30	Catalina y Sebastián	ME	1999	Telenovela	PE	2010
31	Central de Abasto	ME	2008	Telenovela	US	2011-2012
32	Cero en conducta	ME	1998	Serie	PE	2010
33	Chespirito	ME	1980	Serie	AR-CL-CO-PE	2010-2011-2012
34	Cielo rojo	ME	2011	Telenovela	ES-RM	2011-2012
35	Clase 406	ME	2002	Serie	RM	2011
36	Como dice el dicho	ME	2011	Telenovela	CO-CL-PE	2011-2012
37	Como en el cine	ME	2001	Telenovela	PE	2011-2012
38	Contra viento y marea	ME	2005	Telenovela	PE-CL	2011-2012
39	Corazón salvaje	ME	2009	Telenovela	ES-RM	2011-2012
40	Corona de lágrimas	ME	2012	Telenovela	US	2012
41	Cuando me enamoro	ME	2010	Telenovela	AR-CO-CL-ES-RM-US	2010-2011-2012
42	Cuando seas mía	ME	2000	Telenovela	CL-ES	2010
43	Cuento de Navidad	ME	1999	Serie	US	2012
44	Cuidado con el ángel	ME	2008	Telenovela	AR-CL-ES-HU-US	2010-2011-2012
45	De pocas, pocas pulgas	ME	2003	Serie	ES	2010-2011
46	Decisiones	CO,ME,US	2005	Telenovela	CO-CL-PE	2010-2011-2012
47	Deseo prohibido	ME	2008	Telenovela	AR-CL	2010-2011
48	Destilando amor	ME	2007	Telenovela	CL-PE	2010-2011-2012
49	Dos chicos de cuidado	ME	2003	Telenovela	PE	2011
50	Dos hogares	ME	2011	Telenovela	AR-CL-EV-PE-RM-US	2011-2012
51	Duelo de pasiones	ME	2006	Telenovela	CL	2010-2011
52	El Chapulín Colorado	ME	1973	Serie	AR-CL-CO-PE-VE	2010-2011-2012
53	El Chavo del Ocho	ME	1973	Serie	AR-CL-CO-PE-US	2010-2011-2012
54	El cuerpo del deseo	CO,ME,US	2005	Telenovela	CL-CO	2010-2011-2012
55	El derecho de nacer	ME	2001	Telenovela	US	2012
56	El equipo	ME	2011	Serie	US	2011
57	El juego de la vida	ME	2000	Telenovela	US	2012
58	El juramento	ME,US	2008	Telenovela	RM	2010-2011-2012
59	El manantial	ME	2001	Telenovela	PE	2011
60	El niño que vino del mar	ME	1999	Telenovela	CO-CL	2011-2012
61	El pantera	ME	2007	Serie	US	2011
62	El privilegio de amar	ME	1998	Telenovela	PE	2010
63	Ellas son la alegría del hogar	ME	2009	Serie	VE-US	2010-2011-2012
64	Emperatriz	ME	2011	Telenovela	CL-CO	2011-2012
65	En nombre del amor	ME	2008	Telenovela	CL-RM	2010-2011-2012
66	Entre el amor y el odio	ME	2002	Telenovela	CL-PE	2010-2011
67	Esmeralda	ME	1997	Telenovela	RM	2011-2012
68	Esperanza del corazón	ME	2011	Telenovela	CO-PE-US	2011-2012
69	Eternamente tuya	ME	2009	Telenovela	PE	2010
70	Fábrica de risas	ME	2007	Serie	US	2012
71	Familia de diez	ME	2007	Sitcom	US	2010
72	Fuego en la sangre	ME	2007	Telenovela	CL-PE-US	2010-2011-2012
73	Gitanas	ME	2004	Telenovela	CL	2012
74	Gotita de amor	ME	1998	Telenovela	ES-US	2010-2012
75	Hasta que el dinero nos separe	ME	2009	Telenovela	CL-PE-US	2010-2011-2012
76	Heridas de amor	ME	2006	Telenovela	CL-US	2010-2011-2012

77	Hermanos y detectives	ME	2009	Serie	US	2012
78	Hospital El Paisa	ME	2004	Serie	US	2010-2011
79	Hoy	ME	1998	Serie	US	2012
80	Humor a quien humor merece	ME	2010	Sitcom	US	2010
81	Inocente de ti	ME,US	2004	Telenovela	CO	2010
82	La calle de las novias	ME	2000	Telenovela	PE	2011
83	La casa de al lado	ME	2011	Telenovela	ES	2011-2012
84	La casa de la risa	ME	2003	Serie	US	2012
85	La esposa virgen	ME	2005	Telenovela	US	2010
86	La familia P. Luche	ME,US	2003	Sitcom	US	2010-2011-2012
87	La fea más bella	ME	2006	Telenovela	ES,US	2010-2011
88	La fuerza del destino	ME	2009	Telenovela	AR-CL-ES-EV-RM	2010-2011-2012
89	La heredera	ME	2004	Telenovela	PE	2011
90	La hija del jardinero	ME	2003	Telenovela	CL-PE	2010-2011-2012
91	La hija del mariachi	CO,ME	2006	Telenovela	CO-PE-RM-US	2010-2011-2012
92	La hora pico	ME	2001	Serie	US	2010-2012
93	La intrusa	ME	2001	Telenovela	CO	2012
94	La jaula	ME	2003	Serie	US	2011-2012
95	La jaula de oro	ME	1997	Telenovela	PE	2010
96	La madrastra	ME	2005	Telenovela	CL	2012
97	La mentira	ME	1998	Telenovela	US	2012
98	La otra	ME	2002	Telenovela	AR-US	2010-2011
99	La parodia	ME	2002	Sitcom	US	2010
100	La prisionera	CO,ME,US	2004	Telenovela	CL	2012
101	La que no podía amar	ME	2011	Telenovela	AR-CL-CO-EV-PE-RM-US-VE	2011-2012
102	La rosa de Guadalupe	ME	2008	Serie	CL-CO-PE-US-VE	2010-2011-2012
103	La traición	ME	1983	Serie	RM	2011
104	La tremenda corte	ME	1965	Serie	PE	2010
105	La usurpadora	ME	1998	Telenovela	CO-US	2010-2012
106	La verdad oculta	ME	2006	Telenovela	CL-US	2010-2011
107	La vida es una canción	ME	2004	Serie	CL-PE	2011-2012
108	La viuda de blanco	ME,US	2006	Telenovela	RM	2010
109	Laberintos de pasión	ME	1999	Telenovela	PE	2011
110	Las dos caras de Ana	ME	2006	Telenovela	RM	2010
111	Las Juanas	ME	2004	Telenovela	PE	2011
112	Las tontas no van al cielo	ME	2008	Telenovela	RM-US	2010-2011-2012
113	Llena de amor	ME	2010	Telenovela	CL	2010-2011
114	Lo que llamamos las mujeres	ME	2001	Serie	CL-PE	2010-2011-2012
115	Lo que la gente cuenta	ME	2005	Serie	PE	2011-2012
116	Locas de amor	AR,ME	2009	Sitcom	US	2011-2012
117	Locura de amor	ME	2000	Telenovela	RM-US	2011-2012
118	Los exitosos Pérez	ME	2009	Sitcom	PE-VE	2011-2012
119	Los Plateados	ME	2005	Telenovela	CL-ES	2010-2011-2012
120	Los simuladores	ME	2008	Serie	CO	2012
121	Luz Clarita	ME	1996	Telenovela	CO-ES	2010-2011
122	Mañana es para siempre	ME	2008	Telenovela	AR-CL-ES-RM-US	2010-2011-2012
123	Mar de amor	ME	2009	Telenovela	AR-CL-ES-RM-US	2010-2011-2012
124	María Isabel	ME	1997	Telenovela	PE-US	2010-2012
125	María, la del barrio	ME	1996	Telenovela	AR-CO-PE	2010-2012
126	María Mercedes	ME	1992	Telenovela	AR-PE-RM-US	2010-2011-2012

127	Mariana de la noche	ME	2003	Serie	CL-US	2010-2011
128	Marimar	ME	1994	Telenovela	AR-PE-US	2012
129	Marina	ME,US	2006	Telenovela	CL-HU	2010-2011
130	Mi destino eres tú	ME	2000	Telenovela	PE	2012
131	Mi pecado	ME	2009	Telenovela	AR-CL-ES-RM	2010-2011-2012
132	Mirada de mujer	ME	2003	Telenovela	PE	2011
133	Misión S.O.S.	ME	2004	Telenovela	US	2012
134	Muchachitas como tu	ME	2007	Serie	US	2010-2011
135	Mujer, casos de la vida real	ME	1985	Serie	CL-PE-VE-US	2010-2011-2012
136	Mujeres asesinas	ME	2008	Serie	CL	2011-2012
137	Mujeres engañadas	ME	1999	Telenovela	CO	2010
138	Mundo de fieras	ME	2006	Telenovela	CL-US	2010-2011
139	Ni contigo ni sin ti	ME	2011	Telenovela	CL-US	2011-2012
140	Niña de mi corazón	ME	2010	Telenovela	CO-US	2010-2011
141	Niña, amada mía	ME	2003	Telenovela	CL-US	2010-2011
142	Nunca te olvidaré	ME	1999	Telenovela	PE-US	2010-2012
143	Objetos perdidos	ME	2007	Serie	US	2010
144	Palabra de mujer	ME	2007	Telenovela	RM	2010
145	Par de ases	ME	2005	Serie	US	2011-2012
146	Para volver a amar	ME	2010	Telenovela	CL-ES-PE-US	2011-2012
147	Pasión	ME	2007	Telenovela	CL	2010-2011-2012
148	Pasión morena	ME	2009	Telenovela	CL-CO-ES-PE	2010-2011-2012
149	Piel de otoño	ME	2004	Telenovela	PE	2011
150	Pobre diabla	ME	2009	Telenovela	VE	2010
151	Por ella soy Eva	ME	2012	Telenovela	CL-CO	2012
152	Por tu amor	ME	1999	Telenovela	PE	2010
153	Preciosa	ME	1998	Telenovela	CO	2010
154	Prófugas del destino	ME	2010	Telenovela	VE	2010-2011
155	Pueblo chico, infierno grande	ME	1997	Telenovela	CO	2011
156	Que madre tan padre	ME	2006	Serie	US	2010
157	Querida enemiga	ME	2008	Telenovela	RM-US	2010-2011
158	Rafaela	ME	2011	Telenovela	CL-PE	2012
159	RBD: La familia	ME	2007	Serie	RM	2010
160	Rosa Diamante	ME,US	2012	Telenovela	US	2012
161	Rosa salvaje	ME	1987	Telenovela	PE	2010
162	Rosalinda	ME	1999	Telenovela	AR-CO-PE	2010-2011-2012
163	Rubí	ME	2004	Telenovela	CO	2010
164	Secretos del alma	ME	2008	Telenovela	PE	2010
165	Sexo y otros secretos	ME	2007	Telenovela	US	2010-2011
166	Siempre te amaré	ME	2000	Telenovela	PE	2011
167	Sin senos no hay paraíso	CO,ME,US	2008	Telenovela	AR-CL-US	2010-2011-2012
168	Soñadoras	ME	1998	Telenovela	US	2012
169	Sortilegio	ME	2009	Telenovela	AR-CL-ES-RM-US	2010-2012
170	Soy tu dueña	ME	2010	Telenovela	AR-CL-ES-RM	2010-2011-2012
171	Sueña conmigo	AR,ME	2010	Serie	PE	2012
172	Te sigo amando	ME	1996	Telenovela	RM	2010
173	Teresa	ME	2010	Telenovela	AR-CL-PL	2010-2011-2012
174	Terminales	ME	2008	Serie	US	2010
175	Tierra de pasiones	CO,ME,US	2006	Telenovela	HU	2011
176	Todo por amor	CO,ME	2000	Telenovela	ES	2010-2011-2012

177	Tormenta en el paraíso	ME	2007	Telenovela	CL-RM	2010-2011
178	Tres mujeres	ME	1999	Telenovela	US	2011-2012
179	Triunfo del amor	ME	2010	Telenovela	AR-CL-CO-EV-RM	2010-2011-2012
180	Un gancho al corazón	ME	2008	Telenovela	ES-PE	2010
181	Un refugio para el amor	ME	2012	Telenovela	AR-CO-RM-US	2012
182	Una familia con suerte	ME	2011	Telenovela	US	2012
183	Una familia de diez	ME	2007	Serie	US	2012
184	Vecinos	ME	2005	Sitcom	US	2012
185	Velo de novia	ME	2003	Telenovela	CL-PE	2010-2012
186	Verano de amor	ME	2009	Telenovela	PE	2010
187	Vivan los niños	ME	2002	Telenovela	CO-PE	2010-2011
188	Vivir por ti	ME	2008	Telenovela	PE	2011
189	Vuélveme a querer	ME	2008	Telenovela	PE	2010
190	Y ahora qué hago?	ME	2007	Serie	US	2010-2011-2012
191	Zacatillo	ME	2010	Telenovela	AR-US	2010-2011
192	Zapata: amor en rebeldía	ME,US	2004	Miniserie	US	2012

Cuadro 3.2.80

Largometrajes mexicanos y en coproducción con países iberoamericanos producidos a partir del año 2000 y emitidos en países no iberoamericanos. Periodo 2010-2012

Nº	Título	Origen	Año	País de emisión	Año emisión
1	Abel	ME	2010	HO-RU	2012
2	Alamar	ME	2009	PL-UK	2011-2012
3	American Visa	BO,ME	2005	AU	2010-2012
4	Amores perros	ME	2000	AL-AU-RM-RU	2010-2011-2012
5	Arráncame la vida	ME	2008	AU	2011
6	Bajo la sal	ME	2008	AU	2012
7	Boogie, el aceitoso	AR,ME	2009	PL	2012
8	Cansada de besar sapos	ME	2006	AU-BE-HO-IR-PL-RU-SU	2010-2011-2012
9	Casi divas	ME	2008	SU	2010
10	Cero y van cuatro	ME	2004	AU	2011
11	Charm school	ME	2007	PL	2012
12	Cinco días sin Nora	ME	2008	RU	2010
13	Crónicas	EQ,ME	2004	AU-BE-HU	2010-2012
14	Cumbia callera	ME	2007	RU	2010-2011
15	Déficit	ME	2007	UK	2010-2011-2012
16	Deseo	ME	2011	AU	2012
17	Desierto adentro	ME	2008	AU	2011
18	El brassier de Emma	ME	2007	HU	2010
19	El traspatio	ME	2009	BE	2011-2012
20	Fuera del cielo	ME	2006	AU-HU-PL-RM	2011-2012
21	Gaturro	AR,ME	2010	RU	2011
22	Imaginum	ME	2005	RM-SD	2010
23	La nana	CL,ME	2009	AL-HO-PL-SU	2010-2011-2012
24	La última mirada	ME	2006	HU	2010
25	La última y nos vamos	ME	2009	AU	2011
26	Las buenas hierbas	ME	2010	JA	2012
27	Llamando a un ángel	ME	2008	RU	2010-2011
28	Los herederos	ME	2008	AL	2012

29	Los que se quedan	ME	2008	AU	2012
30	Malos hábitos	ME	2007	AU-BE	2010-2011
31	Marcelino pan y vino	ME	2010	AL	2012
32	Matando cabos	ME	2004	AU	2010
33	Miss bala	ME	2011	UK	2012
34	Morirse en domingo	ME	2006	AU	2011
35	Nesio	ME	2008	AU	2011
36	Niñas mal	ME	2007	RU	2011-2012
37	Párpados azules	ME	2007	AU	2010-2012
38	Perfume de violetas, nadie te oye	ME	2001	PL	2010
39	Satanás	CO,ME	2007	AU	2011
40	Sexo, amor y traición	BR,ME	2004	AL	2010-2012
41	Sin ella	ME	2010	RU	2011-2012
42	Sin ton ni Sonia	ME	2003	RM	2010
43	Sólo Dios sabe	BR,ME	2006	SU	2011
44	Somos lo que hay	ME	2010	AU	2012
45	Temporada de patos	ME	2004	SU	2011
46	Tequila	ME	2011	RU	2012
47	Todo incluido	CL,ME	2008	PL	2012
48	Voy a explotar	ME	2008	IR	2011-2012



PARAGUAY

Las televisiones incluidas en el estudio de Paraguay son: Red Guaraní, Telefuturo, Panavisión, S.N.T., El Trece, Hispanoamérica y la Televisión Pública de Paraguay.

Entre 2010 y 2012, la ficción registró un tiempo promedio de emisión del 20,3% en el conjunto de cadenas paraguayas analizadas. El género audiovisual que acumuló el mayor tiempo de programación fue el del entretenimiento con el 27,4%.

El tiempo medio dedicado a los programas de ficción por las cadenas de Paraguay incluye la programación de un largometraje, un capítulo de una telenovela y otro de una serie (con o sin continuidad argumental).

Cuadro 3.2.81

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales paraguayos

Géneros	2010	2011	2012	Promedio
Ficción	22,7	19,9	18,4	20,3
Deportes	5	4,9	4,2	4,7
Informativos	17,6	16,4	17,9	17,3
Entretenimiento	20,5	30,4	31,4	27,4
Otros	34,2	28,4	28,1	30,2

Cuadro 3.2.82

Tiempo medio diario dedicado por los canales paraguayos a los géneros audiovisuales

Género	2010	2011	2012
RED GUARANI			
Documental	35:03	34:54	35:34
Infantil	28:14	22:58	22:52
Películas	89:21	73:00	106:26
Teleserios	25:50	45:56	57:30
TELEFUTURO			
Documental	63:05	35:19	41:48
Infantil	36:39	43:30	42:42
Novela	66:05	63:02	59:30
Películas	116:10	111:19	111:16
Teleserios	60:38	65:48	67:40
PARAVISION			
Documental	59:30	59:28	57:11
Infantil	28:11	28:39	28:49
Miniseries	*	45:10	44:25
Novela	86:12	60:47	63:34
Películas	123:55	121:32	124:32
Teleserios	51:13	52:01	52:43
S.N.T. CH 9			
Documental	53:12	47:05	149:24

Infantil	31:24	31:48	29:13
Miniseries	*	*	51:09
Novela	59:47	62:30	61:50
Películas	113:27	118:48	117:21
Teleserios	50:21	50:49	52:11
EL TRECE			
Documental	51:46	59:12	56:51
Infantil	44:03	49:22	52:47
Películas	117:01	116:12	113:01
Teleserios	40:01	54:39	45:48
HISPANOAMERICA			
Documental	43:12	45:46	54:46
Infantil	37:49	73:26	116:34
Novela	55:44	59:49	57:54
Películas	121:46	119:31	118:16
Teleserios	44:21	51:32	44:00
TV PUBLICA			
Documental	*	38:30	40:32
Infantil	*	*	29:32
Novela	*	*	98:00
Películas	*	*	96:12
Teleserios	*	*	67:00

Los rankings totales de audiencia de Paraguay reflejan el dominio del fútbol en las cadenas S.N.T. y Telefuturo. Las emisiones más vistas corresponden a los encuentros disputados por Paraguay en la Copa América 2011, con un máximo de casi el 26% de audiencia. El resto de eventos que también acumularon gran popularidad fueron el Mundial de Sudáfrica 2010 y las eliminatorias de clasificación para el Mundial de Brasil de 2014.

Cuadro 3.2.83

Ranking de audiencia. Paraguay 2010

N°	Emisión	Programa	Canal	Audiencia	Share
1	Mundial Sudáfrica: PAR VS JAP	Deportes	S.N.T. C9	16,8	61,4
2	Mundial Sudáfrica: PAR VS ESP	Deportes	S.N.T. C9	16,1	60,0
3	Mundial Sudáfrica: ITA VS PAR	Deportes	S.N.T. C9	14,2	49,5
4	Mundial Sudáfrica: PAR VS NZE	Deportes	S.N.T. C9	12,8	57,3
5	Mundial Sudáfrica: PAR VS ESQ	Deportes	S.N.T. C9	12,5	56,6
6	Mundial Sudáfrica: ITA VS NZE	Deportes	S.N.T. C9	11,0	53,0
7	Mundial Sudáfrica: ITA VS PAR	Deportes	Telefuturo	10,0	34,2
8	Mundial Sudáfrica: MEX VS ARG	Deportes	S.N.T. C9	10,0	46,4
9	Concierto de apertura Mundial Sudáfrica	Musicales	Telefuturo	9,9	33,8
10	Mundial Sudáfrica (final): HOL VS ESP	Deportes	S.N.T. C9	9,8	48,0

Cuadro 3.2.84

Ranking de audiencia. Paraguay 2011

N°	Emisión	Género	Canal	Audiencia	Share
1	Copa América ARG SF: PAR VS VEN	Deportes	Telefuturo	25,8	70,1
2	Copa América ARG CF: BRA VS PAR	Deportes	Telefuturo	24,5	76,1

3	Copa América ARG: PAR VS URU	Deportes	Telefuturo	23,8	81,7
4	Copa América ARG: PAR VS ECU	Deportes	Telefuturo	19,5	67,3
5	Copa América ARG: PAR VS VEN	Deportes	Telefuturo	19,1	67,7
6	Copa América ARG: CHI VS VEN	Deportes	Telefuturo	16,8	49,7
7	Copa América ARG: BRA VS PAR	Deportes	Telefuturo	16,5	74,1
8	Fútbol amistoso: PAR VS BOL	Deportes	Telefuturo	15,4	51,3
9	Copa América ARG: ARG VS URU	Deportes	Telefuturo	14,0	56,8
10	Eliminatorias BRA14: PAR VS EC	Deportes	S.N.T. C9	13,9	43,7

Cuadro 3.2.85

Ranking de audiencia. Paraguay 2012

Nº	Emisión	Género	Canal	Audiencia	Share
1	Eliminatorias BRA14: PAR VS VEN	Deportes	Telefuturo	13,0	41,3
2	Eliminatorias BRA14: PAR VS VEN	Deportes	S.N.T. C9	12,8	40,5
3	Eliminatorias BRA14: ARG VS PAR	Deportes	S.N.T. C9	12,0	42,3
4	Especial homenaje Mario Gómez	Evento	Telefuturo	11,5	43,2
5	Rojo la gran Gala	Entretenimiento	Telefuturo	11,5	47,2
6	Baila conmigo Paraguay	Entretenimiento	Telefuturo	10,4	47,7
7	Eliminatorias BRA14: ARG VS PAR	Deportes	Telefuturo	10,3	36,4
8	Fútbol amistoso: PAR VS GUA	Deportes	Telefuturo	9,8	43,1
9	Eliminatorias BRA14: PAR VS PER	Deportes	Telefuturo	9,7	41,6
10	Fútbol amistoso: PAR VS PAN	Deportes	Telefuturo	9,7	37,1

Las emisiones televisivas más populares (excluidas las deportivas) se programaron en las cadenas Telefuturo, El trece y S.N.T. Los programas más vistos fueron el largometraje *La pasión de Cristo* (9,2%) y los programas de entretenimiento *Baila conmigo Paraguay 2011* (10%) y el *Especial homenaje Mario Gómez* (11,5%).

La producción de ficción con más audiencia fue la telenovela brasileña *El profeta* (8,8%). Además, se incluyeron en estos ranking de emisiones de las telenovelas *Victorinos* (7,4%) y *¿Dónde está Elisa?* (7,1%).

Cuadro 3.2.86

Ranking de programas. Paraguay 2010

Nº	Emisión	Género	Canal	Audiencia	Share
1	La pasión de Cristo	Cine	Telefuturo	9,2	47,7
2	La película 2ª función	Cine	Telefuturo	8,9	38,8
3	Calle 7	Entretenimiento	El Trece	8,9	35,7
4	Calle 7	Entretenimiento	El Trece	8,8	33,2
5	El profeta	Telenovela	S.N.T. C9	8,8	36,3
6	Héroes II	Deportes	Telefuturo	8,1	28,5
7	Nacho libre	Cine	Telefuturo	7,8	38,2
8	Baila conmigo Paraguay 2010	Entretenimiento	Telefuturo	7,7	34,9
9	Victorinos	Telenovela	S.N.T. C9	7,4	32,3
10	Los Simpsons: la película	Cine	Telefuturo	7,2	26,9

Cuadro 3.2.87

Ranking de programas. Paraguay 2011

Nº	Emisión	Género	Canal	Audiencia	Share
1	Baila conmigo Paraguay 2011	Entretenimiento	Telefuturo	10,0	38,7
2	Show de Yingo Expo 2011	Entretenimiento	El Trece	9,4	35,1
3	Encuentro presidencial	Informativo	S.N.T. C9	9,4	38,0
4	La pasión de Cristo	Cine	Telefuturo	8,4	41,1
5	Transformers	Cine	Telefuturo	8,4	29,2
6	El caballero de la noche	Cine	Telefuturo	7,5	28,7
7	Apocalypso	Cine	Telefuturo	7,4	41,5
8	Yingo	Entretenimiento	El Trece	7,2	29,0
9	Futbol de primera Paraguay	Deportes	Telefuturo	7,2	40,0
10	Los Simpsons	Serie	Telefuturo	7,2	29,3

Cuadro 3.2.88

Ranking de programas. Paraguay 2012

Nº	Emisión	Género	Canal	Audiencia	Share
1	Especial homenaje Mario Gómez	Entretenimiento	Telefuturo	11,5	43,2
2	Rojo la gran gala	Entretenimiento	Telefuturo	11,5	47,2
3	Baila conmigo Paraguay 2012	Entretenimiento	Telefuturo	10,4	47,7
4	Rojo homenaje Mati Gabidu	Entretenimiento	Telefuturo	9,0	31,6
5	Tormenta de fuego	Cine	Telefuturo	8,2	40,8
6	24 horas edición especial	Informativo	S.N.T. C9	8,2	30,8
7	La película, 3ª función	Cine	Telefuturo	8,2	43,5
8	Los dos hijos de Francisco	Cine	Telefuturo	8,1	50,9
9	Crepúsculo	Cine	Telefuturo	7,9	37,6
10	Nacer para morir	Cine	Telefuturo	7,9	38,9

Cuadro 3.2.89

Ranking de ficción. Paraguay 2010

Nº	Emisión	Género	Canal	Audiencia	Share
1	La pasión de Cristo	Cine	Telefuturo	9,2	47,7
2	La película 2ª función	Cine	Telefuturo	8,9	38,8
3	El profeta	Telenovela	S.N.T. C9	8,8	36,3
4	Nacho libre	Cine	Telefuturo	7,8	38,2
5	Victorinos	Telenovela	S.N.T. C9	7,4	32,3
6	Los Simpsons: la película	Cine	Telefuturo	7,2	26,9
7	Los mejores estrenos de 2009	Cine	Telefuturo	7,1	40,1
8	Los Simpsons	Serie	Telefuturo	6,4	21,8
9	La película 1ª función	Cine	Telefuturo	6,3	34,1
10	Los Simpsons	Serie	Telefuturo	6,2	30,6

Cuadro 3.2.90

Ranking de ficción. Paraguay 2011

Nº	Emisión	Género	Canal	Audiencia	Share
1	La pasión de Cristo	Cine	Telefuturo	8,4	41,1
2	Transformers	Cine	Telefuturo	8,4	29,2

3	El caballero de la noche	Cine	Telefuturo	7,5	28,7
4	Apocalypto	Cine	Telefuturo	7,4	41,5
5	Los Simpsons	Serie	Telefuturo	7,2	29,3
6	Donde esta Elisa	Telenovela	S.N.T. C9	7,1	33,9
7	La película 2ª función	Cine	Telefuturo	6,9	30,6
8	Iron Man	Cine	Telefuturo	6,7	26,4
9	Jesús	Cine	Telefuturo	6,6	46,8
10	Los Simpsons: la película	Cine	Telefuturo	6,5	21,7

Cuadro 3.2.91

Ranking de ficción. Paraguay 2012

Nº	Emisión	Género	Canal	Audiencia	Share
1	Tormenta de fuego	Cine	Telefuturo	8,2	40,8
2	La película 3ra función	Cine	Telefuturo	8,2	43,5
3	Los dos hijos de Francisco	Cine	Telefuturo	8,1	50,9
4	Crepúsculo	Cine	Telefuturo	7,9	37,6
5	Nacer para morir	Cine	Telefuturo	7,9	38,9
6	La pasión de Cristo	Cine	Telefuturo	7,8	32,8
7	Jesús	Cine	Telefuturo	7,6	30,9
8	Gi Joe: el origen de Cobra	Cine	Telefuturo	7,3	29,5
9	Apocalypto	Cine	Telefuturo	7,2	34,9
10	2012	Cine	Telefuturo	7,2	52,8



PORTUGAL

Las televisiones incluidas en el estudio de Portugal son: SIC, TVI y las cadenas públicas de la Televisión Portuguesa, RTP1 y RTP2.

El peso de la ficción nacional de estreno frente a la ficción iberoamericana representó el 31% en títulos, el 43,1% en emisiones y el 43,9% en tiempo de emisión. El país que aportó la mayor parte de la ficción a las cadenas de televisión portuguesas fue Brasil.

Cuadro 3.2.92

Distribución de la Ficción de estreno por territorio de origen. Portugal

Territorio	2010			2011		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Nacional	31	1.741	1.351	28	1.372	942
Iberoamericano	16	1.322	1.032	12	1.244	925
Total	47	3.063	2.383	40	2.616	1.867

Cuadro 3.2.93

Distribución acumulada de la ficción de estreno por origen. Portugal. Periodo 2010-2011

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	1	1,1	118	2,1	91	2,1
Brasil	27	31,0	2.448	43,1	1.866	43,9
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	0	0,0	0	0,0	0	0,0
EE.UU.	0	0,0	0	0,0	0	0,0
México	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	59	67,8	3.113	54,8	2.293	54,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	87		5.679		4.250	

Las franjas de tarde y de *prime time* acumularon la mayor parte de la programación de la ficción de estreno en las televisiones portuguesas. El subgénero audiovisual más común fue el de las telenovelas. Los títulos de ficción nacional de estreno se programó mayoritariamente en la franja de *prime time*.

Cuadro 3.2.94

Distribución de la ficción de estreno por franjas horarias. Portugal

AÑO 2010

Franjas	Nacional		Iberoamericano		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	16	6	118	92	134	98

Tarde	297	274	710	697	1.007	971
Prime Time	1.428	1.071	494	243	1.922	1.314
Nocturno	-	-	-	-	-	-
Total	1.741	1.351	1.322	1.032	3.063	2.383

AÑO 2011

Franjas	Nacional		Iberoamericano		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	97	59	-	-	97	59
Tarde	293	203	770	627	1.063	829
Prime Time	977	678	313	222	1.290	901
Nocturno	5	2	161	76	166	78
Total	1.372	942	1.244	925	2.616	1.867

Cuadro 3.2.95

Distribución de la ficción de estreno por subgéneros. Portugal

AÑO 2010

Formatos	Nacional			Iberoamericano		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	8	1.182	883	13	1.176	923
Serie	12	501	411	3	146	109
Miniserie	7	19	23	-	-	-
Telefilme	-	-	-	-	-	-
Otros	4	39	34	-	-	-
Total	31	1.741	1.351	16	1.322	1.032

AÑO 2011

Formatos	Nacional			Iberoamericano		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	8	942	631	11	1.161	883
Serie	11	363	258	-	-	-
Miniserie	4	14	13	-	-	-
Telefilme	1	1	2	-	-	-
Otros	4	52	38	1	83	42
Total	28	1.372	942	12	1.244	925

Cuadro 3.2.96

Distribución de títulos de la ficción nacional de estreno por franjas. Portugal

AÑO 2012

Formatos	Mañana	Tarde	Prime Time	Nocturno	Total
Telenovela	-	-	8	-	8
Serie	1	4	7	-	12
Miniserie	-	1	6	-	7
Telefilme	-	-	-	-	-
Otros	-	-	4	-	4
Total	1	5	25	-	31

AÑO 2011

Formatos	Mañana	Tarde	Prime Time	Nocturno	Total
Telenovela	1	-	7	-	8
Serie	2	4	4	1	11

Miniserie	-	-	4	-	4
Telefilme	-	-	1	-	1
Otros	-	-	4	-	4
Total	3	4	20	1	28

Las emisiones televisivas más populares (excluidas las deportivas) se programaron en las cadenas TVI, SIC y RTP1. Los programas más populares entre 2010 y 2012 fueron las telenovelas portuguesa *Deixa que te leve* (20,4%) y *Espirito Indomavel* (18,8%) y el informativo *Telejornal* (27,7%).

Los cuadros que completan el análisis de Portugal incluyen los títulos de la ficción de estreno en canales portugueses y los títulos de ficción portugueses difundidos en canales extranjeros.

Cuadro 3.2.97

Ranking de programas. Portugal. Año 2010

Nº	Título de la emisión	Género	País	Cadena	Fecha	Hora	Aud. (%)	Sh. (%)
1	Deixa que te leve	Telenovela	Portugal	TVI	21/03/2010	22:49	20,4	58,6
2	Mar de paixao	Telenovela	Portugal	TVI	15/03/2010	21:12	18,4	47,2
3	Jornal da notte	Noticias	Portugal	SIC	21/03/2010	21:17	18,3	43,5
4	Meu amor	Telenovela	Portugal	TVI	23/10/2010	22:24	18,1	53,7
5	Casa dos segredos - Gala	Reality	Portugal	TVI	31/12/2010	21:57	17,7	60,5
6	Telejornal	Noticias	Portugal	RTP1	29/06/2010	21:30	17,3	45,9
7	Espirito indomavel	Telenovela	Portugal	TVI	30/09/2010	21:41	17,3	44,9
8	Reporter TVI	Magazine	Portugal	TVI	08/02/2010	20:58	15,3	35,6
9	Vidas contadas	Magazine	Portugal	RTP1	18/10/2010	21:00	14,8	34,0
10	Presidenciais 2011	Política	Portugal	RTP1	29/12/2010	20:45	14,6	34,9

Cuadro 3.2.98

Ranking de programas. Portugal. Año 2011

Nº	Título de la emisión	Género	País	Cadena	Fecha	Hora	Aud. (%)	Sh. (%)
1	Espirito Indomavel	Telenovela	Portugal	TVI	25/02/2011	21:45	18,8	45,8
2	Peso Pesado	Reality	Portugal	SIC	01/05/2011	21:34	18,3	44,7
3	Frente a frente	Política	Portugal	RTP1	20/05/2011	20:57	16,8	44,2
4	Anjo Meu	Telenovela	Portugal	TVI	22/03/2011	21:34	16,5	39,6
5	Casa dos segredos	Reality	Portugal	TVI	20/12/2011	21:44	16,4	38,9
6	Perdidos na tribo: Famosos	Reality	Portugal	TVI	15/05/2011	21:37	16,3	41,7
7	Telejornal	Noticias	Portugal	RTP1	15/11/2011	19:59	16,2	40,1
8	Portugal tem talento	Reality	Portugal	SIC	30/01/2011	21:47	16,1	38,5
9	Laços de sangue	Telenovela	Portugal	SIC	02/10/2011	21:20	16,0	37,4
10	Grande Reportagem	Magazine	Portugal	SIC	30/01/2011	21:22	15,2	34,8

Cuadro 3.2.99

Ranking de programas. Portugal. Año 2012

Nº	Título de la emisión	Género	País	Cadena	Fecha	Hora	Aud. (%)	Sh. (%)
1	Telejornal	Noticias	Portugal	RTP1	21/06/2012	21:42	27,7	51,8
2	Jornal da noite	Noticias	Portugal	SIC	27/06/2012	22:28	24,5	48,3
3	A tua cara nao me e estranha	Reality	Portugal	TVI	10/06/2012	21:40	21,6	49,1
4	Casa dos segredos	Reality	Portugal	TVI	08/11/2012	21:45	20,6	40,6

5	Dancin Days	Telenovela	Portugal	SIC	08/10/2012	21:29	18,7	35,3
6	Gabriela	Telenovela	Portugal	SIC	12/09/2012	22:17	17,7	35,8
7	Jornal das 8	Noticias	Portugal	RTP1	30/12/2012	20:07	17,2	34,4
8	Louco amor	Telenovela	Portugal	TVI	13/06/2012	21:40	16,6	34,5
9	Rosafogo	Telenovela	Portugal	SIC	30/06/2012	22:41	16,1	40,2
10	Momentos de mundança	Documental	Portugal	SIC	22/10/2012	21:03	15,7	30,2

Cuadro 3.2.100

Títulos de Ficción estrenados en canales portugueses. Periodo 2010-2012

Nº	Título	Origen	Género	Cadena	Año emisión
1	37	Portugal	Miniserie	TVI	2010
2	A familia Mata	Portugal	Comedia	SIC	2011
3	A ilha dos escravos	Portugal	Telefilme	RTP1	2011
4	A minha familia	Portugal	Sitcom	RTP1	2010
5	A noite do fim do mundo	Portugal	Miniserie	RTP1	2010
6	Anjo meu	Portugal	Telenovela	TVI	2011
7	Araguaia	Brasil	Telenovela	SIC	2011
8	Armadilha	Brasil	Telenovela	SIC	2010
9	Camilo, o presidente	Portugal	Sitcom	SIC	2010
10	Campeoes e detectives	Portugal	Serie	TVI	2010-2011
11	Caras e bocas	Brasil	Telenovela	SIC	2010
12	Carga pesada	Brasil	Serie	RTP1	2010
13	Casos da vida	Portugal	Miniserie	TVI	2011
14	Cenas de um casamento	Portugal	Sitcom	SIC	2010
15	Chamas da vida	Brasil	Telenovela	RTP1	2010
16	Cidade despida	Portugal	Serie	RTP1	2010
17	Ciranda de pedra	Brasil	Telenovela	SIC	2010
18	Conta-me como foi	Portugal	Serie	RTP1	2010-2011
19	Deixa que te leve	Portugal	Telenovela	TVI	2010
20	Destino imortal	Portugal	Miniserie	TVI	2010
21	Dias felizes	Portugal	Miniserie	TVI	2010
22	Ele e ela	Portugal	Sitcom	TVI	2010
23	Escrito nas estrelas	Brasil	Telenovela	SIC	2010-2011
24	Espirito indomavel	Portugal	Telenovela	TVI	2010-2011
25	Insensato coração	Brasil	Telenovela	SIC	2011
26	Laços de sangue	Portugal	Telenovela	SIC	2010-2011
27	Liberdade 21	Portugal	Serie	RTP1	2010-2011
28	Lua vermelha	Portugal	Serie	SIC	2010-2011
29	Mar da paixao	Portugal	Telenovela	TVI	2010-2011
30	Maternidade	Portugal	Serie	RTP1	2011
31	Meu amor	Portugal	Telenovela	TVI	2010
32	Morangos com açúcar	Portugal	Serie	TVI	2010-2011
33	Morde e assopra	Brasil	Telenovela	SIC	2011
34	Negocio da China	Brasil	Telenovela	SIC	2010-2011
35	Noite sangrenta	Portugal	Miniserie	RTP1	2010
36	O amor e um sonho	Portugal	Miniserie	TVI	2011
37	O direito de nascer	Brasil	Telenovela	RTP1	2011
38	O dom	Portugal	Miniserie	TVI	2011
39	O mundo de Patty	México	Serie	SIC	2010

40	O que se passou foi isto	Portugal	Serie	RTP1	2010
41	O segredo de Miguel Zuzarte	Portugal	Miniserie	RTP1	2010
42	O ultimo tesouro	Portugal	Serie	RTP1	2011
43	Os compadres	Portugal	Comedia	RTP1	2011
44	Pai a força	Portugal	Serie	RTP1	2010-2011
45	Paraíso	Brasil	Telenovela	SIC	2010
46	Passione	Brasil	Telenovela	SIC	2010-2011
47	Perfeito coração	Portugal	Telenovela	SIC	2010
48	Poder paralelo	Brasil	Telenovela	RTP1	2010-2011
49	Redenção	Portugal	Miniserie	TVI	2011
50	Regresso a Sizalinda	Portugal	Serie	RTP1	2010
51	Remedio santo	Portugal	Telenovela	TVI	2011
52	República	Portugal	Miniserie	RTP1	2010
53	Revelação	Brasil	Telenovela	RTP1	2011
54	Ribeirao do tempo	Brasil	Serie	RTP1	2010-2011
55	Rosa fogo	Portugal	Telenovela	SIC	2011
56	Sagrada familia	Portugal	Comedia	RTP1	2011
57	Sangue do meu sangue	Brasil	Telenovela	RTP1	2010
58	Sedução	Portugal	Telenovela	TVI	2010-2011
59	Sentimentos	Portugal	Telenovela	TVI	2010
60	Tempo final	Portugal	Miniserie	RTP1	2011
61	Ti-ti-ti	Brasil	Telenovela	SIC	2010-2011
62	Toma la, da ca	Brasil	Serie	SIC	2010-2011
63	Velhos amigos	Portugal	Serie	RTP1	2011
64	VIII: vive o teu verao	Portugal	Serie	TVI	2011
65	Viver a vida	Brasil	Telenovela	SIC	2010
66	Viver e facil	Portugal	Comedia	RTP1	2011
67	Voo direto	Portugal	Serie	RTP1	2011

Cuadro 3.2.101

Títulos de Ficción portugueses estrenados en canales extranjeros. Periodo 2010-2012

Nº	Título	Origen	Año	Género	Cadena	Año emisión
1	Belle epoque	ES, PO	1992	Largometraje	AL-ES	2012
2	Barcelona, ciutat neutral	ES, PO	2011	Miniserie	ES	2011
3	Belle toujours	PO	2006	Largometraje	ES	2011-2012
4	Conexión	ES, PO	2012	Miniserie	ES	2012
5	Do outro lado do mundo	PO	2008	Largometraje	ES	2012
6	El extraño caso de Angélica	ES, FR, PO	2010	Largometraje	IT	2011
7	El misterio Galíndez	CU, ES, FR, IT, PO, UK	2003	Largometraje	PL	2010
8	Engañarse y rascarse imposible parar	PO	2006	Largometraje	US	2011
9	Fados	ES, PO	2007	Largometraje	HU-PL-RU	2010-2011
10	Hijos del viento	ES, IT, ME, PO	1998	Largometraje	RM	2010-2011
11	Ilusiones ópticas	CL, FR, PO	2009	Largometraje	AU-RU	2011-2012
12	Inconscientes	AL, ES, IT, PO	2004	Largometraje	PL	2011
13	La caja	ES, PO	2006	Largometraje	RM	2010-2011
14	La mala hora	AR, BR, PO	2004	Largometraje	PL-RU	2010-2011
15	La noche de los girasoles	ES, FR, PO	2006	Largometraje	AU	2010-2012
16	Lena	ES, PO	2001	Largometraje	AL	2011-2012
17	Luna roja	PO	2010	Telenovela	PE	2012

18	Misterios de Lisboa	BR, FR, PO	2010	Miniserie	GR	2012
19	Seres queridos	AR, ES, PO, UK	2004	Largometraje	IT-SU	2010
20	Singularidades de una chica rubia	ES, FR, PO	2009	Largometraje	AL-FR	2012





URUGUAY

Las televisiones incluidas en el estudio de Uruguay son: Montecarlo TV, Saeta, Teledoce y la televisión pública TNU.

Entre 2010 y 2011, la Ficción registró un tiempo promedio de emisión del 26,7% en el conjunto de cadenas uruguayas analizadas.

El peso de la ficción nacional de estreno frente a la ficción iberoamericana representó el 6% en títulos y un 1,6% en emisiones y tiempo de emisión. Los países que aportaron el mayor volumen de ficción a las cadenas de televisión uruguayas fueron México y Argentina.

Cuadro 3.2.102
Porcentaje de títulos de cada género y tiempo de emisión en las canales uruguayos

Géneros	Títulos de ficción		
	2010	2011	Promedio
Ficción	31,0	29,9	30,5
Información	6,8	6,1	6,5
Entretenimiento	24,0	20,5	22,3
Deportivo	9,8	9,4	9,6
Servicio	6,5	1,9	4,2
Géneros	Tiempo de emisión		
	2010	2011	Promedio
Ficción	29,7	23,7	26,7
Información	19,9	20,7	20,3
Entretenimiento	19,1	26,3	22,7
Deportivo	4,2	3,3	3,8
Servicio	10,8	8,2	9,5

Cuadro 3.2.103
Distribución de la ficción de estreno por territorio de origen. Uruguay

Territorio	2010			2011		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Nacional	3	43	47	2	54	47
Iberoamericano	34	2.691	2.629	44	3.406	3.211
Total	37	2.734	2.676	46	3.460	3.258

Cuadro 3.2.104
Distribución acumulada de la ficción de estreno por origen. Uruguay. Periodo 2010-2011

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	14	16,9	1.247	20,1	1.301	21,9
Brasil	9	10,8	818	13,2	732	12,3
Chile	6	7,2	276	4,5	268	4,5
Colombia	10	12,0	760	12,3	720	12,1

Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	5	6,0	208	3,4	213	3,6
EE.UU.	4	4,8	321	5,2	287	4,8
México	19	22,9	1.560	25,2	1.453	24,5
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	5	6,0	97	1,6	94	1,6
Venezuela	5	6,0	427	6,9	417	7,0
Otros	6	7,2	480	7,7	449	7,6
Total	83		6.194		5.934	

Las franjas de tarde y de *prime time* acumularon la mayor parte de la programación de la ficción de estreno en las televisiones uruguayas, pero también la franja nocturna acumuló un volumen significativo de emisiones. El subgénero audiovisual más habitual fue el de las telenovelas.

Cuadro 3.2.105

Distribución de la ficción de estreno por franjas horarias. Uruguay

AÑO 2010						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	-	-	150	142	150	142
Tarde	-	-	1.465	1.398	1.465	1.398
Prime Time	13	13	478	419	491	432
Nocturno	30	34	598	670	628	704
Total	43	47	2.691	2.629	2.734	2.676
AÑO 2011						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	-	-	382	343	382	343
Tarde	-	-	1.196	1.104	1.196	1.104
Prime Time	41	36	1.083	1.061	1.124	1.097
Nocturno	13	11	745	703	758	714
Total	54	47	3.406	3.211	3.460	3.258

Cuadro 3.2.106

Distribución de la ficción de estreno por subgéneros. Uruguay

AÑO 2010						
Formatos	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	-	-	-	29	2.582	2.543
Serie	2	31	36	5	109	86
Miniserie	1	12	11	-	-	-
Telefilme	-	-	-	-	-	-
Otros	-	-	-	-	-	-
Total	3	43	47	34	2.691	2.629
AÑO 2011						
Formatos	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	-	-	-	30	2.448	2.260

Serie	1	41	36	10	861	874
Miniserie	-	-	-	4	97	103
Telefilme	-	-	-	-	-	-
Otros	1	13	11	-	-	-
Total	2	54	47	44	3.406	3.211

Las producciones de ficción de estreno programadas en Saeta y Teledoce fueron las más populares en 2010 y 2011. Los *rankings* de audiencia estuvieron dominados por la telenovela chilena *¿Dónde está Elisa?* (9,9%) y la producción brasileña *Vivir la vida* (15,2%).

Los cuadros que completan el análisis de Uruguay incluyen los títulos de la ficción de estreno en los canales de televisión uruguayos y los títulos de largometrajes uruguayos emitidos en televisiones de países no iberoamericanos.

Cuadro 3.2.107

Ranking de audiencia de ficción. Año 2010

Nº	Título	País	Cadena	Estreno	Audiencia	Share
1	¿Dónde está Elisa?	Chile	Saeta	03/03/2010	9,9	29,7
2	Porque te quiero así	Uruguay	Saeta	20/07/2010	9,0	27,0
3	Malparida	Argentina	Teledoce	03/05/2010	7,9	25,1
4	Acuarela del amor	Brasil	Teledoce	31/05/2010	7,5	29,3
5	La niñera	EE.UU.	Saeta	03/11/2010	6,8	32,4
6	Ciudad Paraíso	Brasil	Teledoce	22/07/2010	6,8	32,4
7	Águila Roja	España	Saeta	28/05/2010	6,5	20,1
8	Alguien que me quiera	Argentina	Teledoce	08/02/2010	6,3	20,2
9	Mujeres de lujo	Chile	Saeta	14/07/2010	6,3	20,0
10	Más sabe el diablo	Colombia	Montecarlo	22/03/2010	6,2	19,1

Cuadro 3.2.108

Ranking de audiencia de ficción. Año 2011

Nº	Título	País	Cadena	Estreno	Audiencia	Share
1	Vivir la vida	Brasil	Teledoce	30/05/2011	15,2	27,2
2	Los únicos	Argentina	Teledoce	14/02/2011	14,9	25,2
3	Herederos de una venganza	Argentina	Teledoce	24/01/2011	14,3	30,2
4	Adicciones	Uruguay	Teledoce	29/06/2011	14,1	25,9
5	Cuna de gato	Brasil	Teledoce	03/10/2011	13,5	30,3
6	Malparida	Argentina	Teledoce	03/01/2011	12,8	26,8
7	Mar de amor	México	Teledoce	03/01/2011	12,3	31,8
8	Passione	Brasil	Teledoce	24/10/2011	12,0	25,6
9	La reina del sur	Colombia, USA	Montecarlo	16/06/2011	12,0	19,6
10	La niñera	EE.UU.	Saeta	03/01/2011	11,9	22,6

Cuadro 3.2.109

Títulos de ficción estrenados en canales uruguayos. Periodo 2010-2011

Nº	Título	Origen	Género	Año Emisión	Cadena
1	Acuarela del amor	Brasil	Telenovela	2010	Teledoce
2	Adicciones	Uruguay	Serie	2011	Teledoce
3	Águila Roja	España	Serie	2010-2011	Saeta

4	Aída	España	Sitcom	2010	Saeta
5	Alguien que me quiera	Argentina	Telenovela	2010	Teledoce
6	Amar en tiempos revueltos	España	Serie	2011	TV Nacional
7	Amar y temer	Colombia	Serie	2011	Montecarlo
8	Bella Calamidades	Colombia	Telenovela	2010-2011	Montecarlo
9	Betty la fea	Colombia	Telenovela	2011	Teledoce
10	Botineras	Argentina	Telenovela	2010	Montecarlo
11	Calle luna calle sol	Venezuela	Telenovela	2011	Teledoce
12	Catalina	Colombia	Telenovela	2010	Montecarlo
13	Charly en el aire	Uruguay	Serie	2010	Montecarlo
14	Chepe fortuna	Colombia	Telenovela	2011	Montecarlo
15	Cita a ciegas	España	Serie	2011	TV Nacional
16	Ciudad paraíso	Brasil	Telenovela	2010	Teledoce
17	Corazón salvaje	México	Telenovela	2010-2011	Montecarlo
18	Correr el riesgo	Uruguay	Serie	2010	Montecarlo
19	Cuando me enamoro	México	Telenovela	2011	Saeta
20	Cuna de gato	Brasil	Telenovela	2011	Teledoce
21	Dance! La fuerza del corazón	Uruguay		2011	Saeta
22	Dónde está Elisa?	Chile	Telenovela	2010	Saeta
23	El cartel de los sapos	Colombia	Telenovela	2011	Montecarlo
24	El clon	EE.UU.	Telenovela	2010	Teledoce
25	El elegido	Colombia	Telenovela	2011	Montecarlo
26	El guardián de tu amor	Colombia	Telenovela	2010-2011	Saeta
27	El hombre de tu vida	Argentina	Serie	2011	Montecarlo
28	El laberinto de Alicia	Chile	Telenovela	2011	Saeta
29	El profeta	Brasil	Telenovela	2010	Teledoce
30	El señor de la querencia	Chile	Telenovela	2010	Montecarlo
31	En nombre del amor	México	Telenovela	2010	Teledoce
32	Gata salvaje	Venezuela	Telenovela	2011	Saeta
33	Herederos de una venganza	Argentina	Telenovela	2011	Teledoce
34	Impostores	Argentina	Serie	2011	Teledoce
35	India, una historia de amor	Brasil	Serie	2010-2011	Teledoce
36	Juan Querendón	México	Telenovela	2010	Saeta
37	Juro que te amo	México	Telenovela	2010	Saeta
38	La fuerza del destino	México	Telenovela	2011	Montecarlo
39	La niñera	Argentina	Serie	2010-2011	Saeta
40	La Pola	Colombia	Telenovela	2011	Saeta
41	La reina del sur	Colombia, España, USA	Serie	2011	Montecarlo
42	La traición	Colombia, USA	Telenovela	2010	Saeta
43	Llena de amor	México	Telenovela	2010-2011	Montecarlo
44	Los únicos	Argentina	Serie	2011	Teledoce
45	Malparida	Argentina	Telenovela	2010-2011	Teledoce
46	Mar de amor	México	Telenovela	2010-2011	Teledoce
47	Más sabe el diablo	EE.UU.	Telenovela	2010	Montecarlo
48	Mi pecado	México	Telenovela	2011	Teledoce
49	Mujeres asesinas	México	Telenovela	2010	Montecarlo
50	Mujeres de lujo	Chile	Telenovela	2010	Saeta
51	Niní	Argentina	Telenovela	2010	Montecarlo
52	Nuevo rico, nuevo pobre	Colombia	Telenovela	2010-2011	Montecarlo
53	Parejas	Brasil	Telenovela	2011	Montecarlo

54	Passione	Brasil	Telenovela	2011	Teledoce
55	Patricia Marcos: desaparecida	España	Serie	2011	Montecarlo
56	Pecadora	USA, Venezuela	Telenovela	2010-2011	Saeta
57	Porque te quiero así	Uruguay	Telenovela	2011	Saeta
58	Primera dama	Chile	Telenovela	2011	Montecarlo
59	S.O.S. Sexo y otros secretos	México	Telenovela	2010	Montecarlo
60	Salvador de mujeres	Colombia, Venezuela	Telenovela	2010	Saeta
61	Sirvienta a domicilio	Brasil	Telenovela	2011	Teledoce
62	Soy tu dueña	México	Telenovela	2010-2011	Montecarlo
63	Sr. y Sra. Camas	Argentina	Serie	2011	Montecarlo
64	Teresa	México	Telenovela	2010-2011	Montecarlo
65	Toda una dama	Venezuela	Telenovela	2010	Montecarlo
66	Torrente, un torbellino de pasiones	Venezuela	Telenovela	2011	Montecarlo
67	Triunfo del amor	México	Telenovela	2011	Montecarlo
68	Victorinos	Colombia, USA	Serie	2011	Montecarlo
69	Vivir la vida	Brasil	Telenovela	2011	Teledoce

Cuadro 3.2.110

Largometrajes uruguayos emitidos en canales extranjeros. Periodo 2010-2012

N°	Título	Origen	Año	País de emisión	Año emisión
1	El baño del Papa	BR, FR UG	2007	BE-HU-UK-US	2010-2011-2012
2	El cuarto de Leo	AR, UG	2009	HU-US	2011-2012
3	El custodio	AL, AR, FR, UG	2006	AU	2012
4	El último tren	AR, ES, UG	2002	BE	2010
5	Gigante	AL, AR, ES, UG	2009	RU	2011-2012
6	La casa muda	UG	2010	SC-US	2011-2012
7	La punta del diablo	AR, UG, VE	2006	US	2010
8	Mal día para pescar	ES, UG	2009	AU	2012
9	Soy Cuba	CU, UG	1964	FR	2012
10	Whisky	AL, AR, ES, UG	2004	IT-IR-UK	2010-2011-2012



VENEZUELA

Las televisiones incluidas en el estudio de Venezuela son: Canal I, Globovisión, La Tele, Meridiano, Televen, TV Familia, Vale TV, Venevisión y las cadenas públicas ANTV, Tele Sur, Televes, VTV y Covetel.

Entre 2010 y 2011, la Ficción registró un promedio de emisiones del 17% en el conjunto de cadenas venezolanas analizadas. El género audiovisual más habitual fue el informativo (43,5%).

El peso de la ficción nacional de estreno frente a la ficción iberoamericana representó el 17,2% en títulos, 12,5% en emisiones y 11,4% en tiempo de emisión. Los países que aportaron un mayor volumen de ficción de estreno a las cadenas de televisión venezolanas fueron Colombia y México.

Cuadro 3.2.111

Porcentaje de emisiones de cada género en canales venezolanos

Géneros	2010	2011	Promedio
Ficción	19,0	15,0	17,0
Información	45,0	42,0	43,5
Entretenimiento	19,0	12,0	15,5
Deportivo	10,0	8,0	9,0
Otros	7,0	23,0	15,0

Cuadro 3.2.112

Distribución de la ficción de estreno por territorio de origen. Venezuela

Ficción	2010			2011		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Nacional	9	380	379	13	899	641
Iberoamericana	58	5.429	5.222	48	3.544	2.706
Total	67	5.809	5.601	61	4.443	3.347

Cuadro 3.2.113

Distribución acumulada de la ficción de estreno por origen. Venezuela. Periodo 2010-2011

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	3	2,3	517	5,0	399	4,5
Brasil	4	3,1	408	4,0	404	4,5
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	40	31,3	2.957	28,8	2.647	29,6
Ecuador	1	0,8	120	1,2	120	1,3
España	0	0,0	0	0,0	0	0,0
EE.UU.	15	11,7	1.090	10,6	975	10,9
México	27	21,1	2.669	26,0	2.405	26,9
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	1	0,8	9	0,1	7	0,1
Venezuela	22	17,2	1.279	12,5	1.020	11,4
Otros	15	11,7	1.203	11,7	971	10,9
Total	128		10.252		8.948	

Las franjas de tarde y de *prime time* acumularon la mayor parte de la programación de la ficción de estreno en las televisiones venezolanas, pero también la franja nocturna acumuló un volumen significativo de emisiones. El subgénero audiovisual más habitual fue el de las telenovelas. La Ficción nacional se estrenó en su mayor parte en la franja de *prime time*.

Cuadro 3.2.114

Distribución de la ficción de estreno por franjas horarias. Venezuela

AÑO 2012

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	30	15	-	-	30	15
Tarde	45	45	2.287	2.222	2.332	2.267
Prime Time	240	254	1.647	1.623	1.887	1.877
Nocturno	65	65	1.495	1.377	1.560	1.442
Total	380	379	5.429	5.222	5.809	5.601

AÑO 2011

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	-	-	-	-	-	-
Tarde	151	113	1.299	1.035	1.450	1.148
Prime Time	730	521	1.167	847	1.897	1.368
Nocturno	18	7	1.078	824	1.096	831
Total	899	641	3.544	2.706	4.443	3.347

Cuadro 3.2.115

Distribución de la ficción de estreno por subgéneros. Venezuela

AÑO 2010

Formatos	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	4	319	319	54	5.004	4.797
Serie	3	56	55	2	401	401
Miniserie	1	5	5	2	24	24
Telefilme	-	-	-	-	-	-
Otros	1	-	-	-	-	-
Total	9	380	379	58	5.429	5.222

AÑO 2011

Formatos	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	6	518	389	33	3.154	2.351
Serie	2	104	69	7	143	109
Miniserie	1	4	3	7	77	49
Telefilme	-	-	-	-	-	-
Otros	4	273	180	1	170	197
Total	13	899	641	48	3.544	2.706

Cuadro 3.2.116
Distribución de los títulos de ficción nacional por franjas. Venezuela

AÑO 2010					
Formatos	Mañana	Tarde	Prime Time	Nocturno	Total
Telenovela	-	1	2	1	4
Serie	1	-	2	-	3
Miniserie	-	-	-	1	1
Telefilme	-	-	-	-	-
Otros	-	-	1	-	1
Total	1	1	5	2	9

AÑO 2011					
Formatos	Mañana	Tarde	Prime Time	Nocturno	Total
Telenovela	-	1	5	-	6
Serie	-	-	2	-	2
Miniserie	-	-	1	-	1
Telefilme	-	-	-	-	-
Otros	-	-	3	1	4
Total	-	1	11	1	13

Los programas de Venevisión y Televisión fueron los más populares en Venezuela durante el periodo 2010-2012. Los *rankings* de audiencia estuvieron dominados por el evento *Miss Venezuela 2010* (14,7%), la telenovela venezolana *La viuda joven* (15,2%) y el *variety América celebra a Chespirito* (10,3%).

Los cuadros que completan el análisis de Venezuela incluyen los títulos de la ficción de estreno en los canales de televisión venezolanos, los títulos de ficción y largometrajes venezolanos difundidos en canales extranjeros.

Cuadro 3.2.117
Ranking de programas de Venezuela. Año 2010

Nº	Título de la emisión	Género	País	Cadena	Fecha	Hora	Aud. (%)	Sh. (%)
1	Miss Venezuela 2010	Evento	Venezuela	Venevisión	28/10/2010	19:00	14,7	55,1
2	Miss Universo 2010	Evento	EE.UU.	Venevisión	23/08/2010	19:58	14,5	47,1
3	Más sabe el diablo	Telenovela	EE.UU.	Televen	27/07/2010	20:59	11,6	40,3
4	Clausura Mundial Sudáfrica	Evento	Sudáfrica	Venevisión	11/07/2010	12:08	10,8	48,4
5	A que te ríes	Comedia	Venezuela	Venevisión	14/11/2010	20:59	10,6	42,8
6	La guerra de los sexos	Concurso	Venezuela	Venevisión	07/11/2010	20:46	10,0	36,1
7	¿Dónde está Elisa?	Telenovela	EE.UU.	Televen	04/10/2010	20:59	9,9	35,7
8	A corazón abierto	Serie	Colombia	Venevisión	11/08/2010	19:54	9,8	34,9
9	El clon	Telenovela	EE.UU.	Televen	27/07/2010	21:59	9,8	40,7
10	Súper Sábado Sensacional	Variety	Venezuela	Venevisión	06/11/2010	15:28	9,7	47,9

Cuadro 3.2.118
Ranking de programas de Venezuela. Año 2011

Nº	Título de la emisión	Género	País	Cadena	Fecha	Hora	Aud. (%)	Sh. (%)
1	La viuda joven	Telenovelas	Venezuela	Venevisión	07/09/2011	21:04	15,2	57,8
2	Miss Universo 2011	Evento	Brasil	Venevisión	12/09/2011	20:14	11,9	43,4
3	Los secretos de la viuda	Noticias	Venezuela	Venevisión	07/09/2011	20:00	11,4	45,6
4	La mujer perfecta	Telenovelas	Venezuela	Venevisión	14/03/2011	21:00	11,0	41,6

5	A que te ríes	Comedia	Venezuela	Venevisión	09/12/2011	19:49	10,9	45,1
6	Cadena nacional	Talk Show	Venezuela	Venevisión	31/08/2011	20:58	9,4	37,2
7	El árbol de Gabriel	Telenovelas	Venezuela	Venevisión	08/09/2011	21:00	9,1	37,4
8	Miss Venezuela 2011	Evento	Venezuela	Venevisión	15/10/2011	18:57	8,9	38,5
9	Nuestra Belleza Latina	Reality	Méjico	Venevisión	23/05/2011	18:56	8,8	34,8
10	Pequeños Gigantes	Reality	Méjico	Venevisión	19/09/2011	20:26	8,6	33,3

Cuadro 3.2.119

Ranking de programas de Venezuela. Año 2012

N°	Título de la emisión	Género	País	Cadena	Fecha	Hora	Aud. (%)	Sh. (%)
1	América celebra a Chespirito	Variety	México	Venevisión	18/03/2012	18:37	10,3	42,9
2	Miss Venezuela 2012	Evento	Venezuela	Venevisión	30/08/2012	19:30	10,2	43,8
3	A que te ríes	Comedia	Venezuela	Venevisión	18/03/2012	20:58	10,0	41,1
4	Nuestra belleza latina	Entertainment	México	Venevisión	07/05/2012	20:56	8,2	33,5
5	La guerra de los sexos	Concurso	Venezuela	Venevisión	06/05/2012	18:55	8,0	31,6
6	Válgame Dios	Telenovela	Venezuela	Venevisión	12/09/2012	14:03	7,9	42,9
7	Democracia 2012	Político	Venezuela	Venevisión	07/10/2012	21:49	7,7	27,0
8	Natalia del Mar	Telenovela	Venezuela	Venevisión	05/01/2012	14:05	7,5	39,2
9	Mi ex me tiene ganas	Telenovela	Venezuela	Venevisión	16/05/2012	21:00	7,4	31,8
10	Miss Universo 2012	Evento	Venezuela	Venevisión	19/12/2012	20:20	7,4	32,7

Cuadro 3.2.120

Ranking de audiencia de la ficción. Año 2010

N°	Título	País	Cadena	Estreno	Audiencia	Share
1	La mujer perfecta	Venezuela	Venevisión	01/09/2010	8,5	51,0
2	Soy tu dueña	México	Venevisión	29/06/2010	8,3	47,0
3	El clon	EE.UU.	Televen	12/05/2010	8,1	52,2
4	¿Dónde está Elisa?	EE.UU.	Televen	27/07/2010	8,0	48,3
5	Más sabe el diablo	EE.UU.	Televen	14/12/2009	7,4	55,6
6	Chepe Fortuna	Colombia	Televen	12/11/2010	7,4	37,5
7	Doña Bárbara	EE.UU.	Televen	21/09/2009	7,3	49,5
8	El capo	Colombia	Televen	13/09/2010	7,1	34,6
9	A corazón abierto	EE.UU.	Venevisión	19/05/2010	6,9	47,7
10	Rosario Tijeras	Colombia	Venevisión	06/10/2010	6,9	44,8

Cuadro 3.2.121

Ranking de audiencia de la ficción. Año 2011

N°	Título	País	Cadena	Estreno	Audiencia	Share
1	La viuda joven	Venezuela	Venevisión	16/03/2011	7,2	29,5
2	La mujer perfecta	Venezuela	Venevisión	01/09/2011	6,5	26,7
3	Pasión Vallenata	Colombia	Venevisión	19/07/2011	5,9	24,5
4	La leyenda continúa	Colombia	Venevisión	28/06/2011	5,8	23,2
5	Chepe Fortuna	Colombia	Televen	12/11/2010	5,7	23,6
6	Eva Luna	EE.UU.	Venevisión	03/05/2011	5,7	27,6
7	Oye Bonita	Colombia	Venevisión	03/01/2011	5,6	33,1
8	Tierra de cantores	Colombia	Venevisión	06/05/2011	5,6	23,2
9	Natalia del mar	Venezuela	Venevisión	28/06/2011	5,5	33,6
10	La fuerza del destino	México	Venevisión	05/05/2011	5,5	32,8

Cuadro 3.2.122

Títulos de ficción estrenados en canales venezolanos. Periodo 2010-2011

Nº	Título	Origen	Género	Año Emisión	Cadena
1	A corazón abierto	Colombia	Telenovela	2010	Venevisión
2	A mano limpia	Colombia	Telenovela	2011	Venevisión
3	Abigail	Venezuela	Telenovela	2010	Canal I
4	Agua en la boca	Brasil	Telenovela	2011	Televen
5	Alguien te mira	USA	Telenovela	2011	Televen
6	Alma indomable	Venezuela	Telenovela	2010	Venevisión
7	Amar de nuevo	México	Telenovela	2011	Televen
8	Amor en custodia	Colombia	Telenovela	2010-2011	Venevisión
9	Amor sincero	Colombia	Telenovela	2010	Venevisión
10	Amor urbano	Venezuela	Serie	2010	Venevisión
11	Amor, mentiras y vídeo	Colombia	Serie	2011	Televen
12	Angélica	México	Telenovela	2010	Televen
13	Aurora	USA	Telenovela	2010	Televen
14	Aurora	USA	Telenovela	2011	Televen
15	Bella Calamidades	Colombia	Telenovela	2010	Televen
16	Betty la fea	USA	Telenovela	2010	Televen
17	Broma pesada	Colombia	Miniserie	2011	Venevisión
18	Cada quien su santo	México	Serie	2010	Televen
19	Camaleones	México	Telenovela	2010	Venevisión
20	Casi ángeles	Argentina	Serie	2010	Canal I
21	Chepe Fortuna	Colombia	Telenovela	2010-2011	Televen
22	Cielo Rojo	México	Telenovela	2011	Televen
23	Como una ola	Brasil	Telenovela	2010	Canal I
24	Corazón salvaje	México	Telenovela	2010	Venevisión
25	Corazones extremos	Venezuela	Serie	2010-2011	Venevisión
26	Crónicas extraordinarias	Venezuela	Serie	2011	TVES
27	Cuando me enamoro	México	Telenovela	2010-2011	Venevisión
28	Cuando quiero llorar no lloro	Colombia	Telenovela	2010	Televen
29	Decisiones de mujeres	USA	Serie	2010	Televen
30	Dónde está Elisa?	Chile	Telenovela	2010	Televen
31	Doña Bárbara	USA	Telenovela	2010	Televen
32	Doña Bella	Colombia	Telenovela	2010	La Tele
33	El árbol de Gabriel	Venezuela	Telenovela	2011	Venevisión
34	El baile de la vida	Colombia	Telenovela	2011	TVES
35	El capo	Colombia	Telenovela	2010	Televen
36	El Chavo	México	Serie	2010	Venevisión
37	El clon	USA	Telenovela	2010	Televen
38	El cuerpo del deseo	México	Telenovela	2010	Canal I
39	El encantador	Colombia	Serie	2011	Televen
40	El fantasma de Elena	USA	Telenovela	2010-2011	Televen
41	El príncipe del café	Corea del Sur	Telenovela	2010	TVES
42	El rey de la estafa	Colombia	Miniserie	2011	Venevisión
43	Ellas son... la alegría del hogar	México	Telenovela	2010	Venevisión
44	Frecuencia 04	Argentina	Telenovela	2011	La Tele
45	Gabriel, amor inmortal	USA	Miniserie	2010-2011	Venevisión
46	Gabriela, giros del destino	Colombia	Telenovela	2010-2011	Televen
47	Harina de otro costal	Venezuela	Telenovela	2010	Venevisión

48	Historias del más acá	Venezuela	Serie	2011	TVES
49	Hotel de locuras	Venezuela	Telenovela	2011	TVES
50	Juana de arco	USA	Miniserie	2010	TVES
51	Juegos prohibidos	Colombia	Telenovela	2010	Televen
52	La bella Ceci y el imprudente	Colombia	Telenovela	2010	Venevisión
53	La bruja	Colombia	Serie	2011	Venevisión
54	La casa de al lado	USA	Telenovela	2011	Televen
55	La esclava Isaura	Brasil	Telenovela	2010	TVES
56	La escuela del agujero negro	Canadá	Serie	2010	TVES
57	La ex	Colombia	Telenovela	2010	Canal I
58	La favorita	Brasil	Telenovela	2010	Televen
59	La fuerza del destino	México	Telenovela	2011	Venevisión
60	La leyenda continua	Colombia	Miniserie	2011	Venevisión
61	La loba	México	Telenovela	2010	Televen
62	La mujer perfecta	Venezuela	Telenovela	2010-2011	Venevisión
63	La oveja negra	Uruguay	Serie	2011	TVES
64	La Pola	Colombia	Telenovela	2011	Televen
65	La que no podía amar	México	Telenovela	2011	Venevisión
66	La quiero a morir	Colombia	Telenovela	2010	Venevisión
67	La rosa de Guadalupe	México	Serie	2010	Venevisión
68	La única opción	Venezuela	Miniserie	2011	TVES
69	La viuda joven	Venezuela	Telenovela	2011	Venevisión
70	Lalola	Perú	Telenovela	2011	La Tele
71	Las detectivas y el Víctor	Colombia	Telenovela	2010-2011	Venevisión
72	Las muñecas de la mafia	Colombia	Telenovela	2010	Televen
73	Lo que callamos las mujeres	México	Serie	2010	Televen
74	Los Aparicio	México	Telenovela	2010	Televen
75	Los Barriga	Perú	Telenovela	2010	Televen
76	Los miserables	Francia, USA	Miniserie	2010	TVES
77	Los protegidos	Colombia	Telenovela	2010	Venevisión
78	Los Roldán	Argentina	Telenovela	2010	La Tele
79	Los tres Villalobos	Cuba	Telenovela	2010	TVES
80	Mar de amor	México	Telenovela	2010	Venevisión
81	Mariana y Scarlet	Colombia	Telenovela	2010-2011	Venevisión
82	Más sabe el diablo	USA	Telenovela	2010	Televen
83	Mi pecado	México	Serie	2010	Venevisión
84	Milagros de amor	Colombia	Telenovela	2010-2011	La Tele
85	Miranda regresa, la serie	Venezuela	Serie	2010	TVES
86	Motivados por la música	Venezuela	Serie	2011	TVES
87	Mujer, casos de la vida real	México	Serie	2010	Venevisión
88	Mujeres al límite	Colombia	Serie	2011	Venevisión
89	N.P.S. No puede ser	Venezuela	Sitcom	2011	Venevisión
90	Nadie es eterno en el mundo	Colombia	Telenovela	2010	Televen
91	Natalia del mar	Venezuela	Telenovela	2011	Venevisión
92	Niños ricos, pobres padres	USA	Serie	2010	Televen
93	Ojo por ojo	México	Telenovela	2010	Televen
94	Oye bonita	Colombia	Telenovela	2010-2011	Venevisión
95	Padres e Hijos	Colombia	Serie	2011	Televen
96	Pasión de gavilanes	Colombia	Telenovela	2010	Canal I
97	Pasión Vallenata	Colombia	Miniserie	2011	Venevisión

98	Pecadora	Venezuela	Telenovela	2010	Venevisión
99	Perro amor	USA	Telenovela	2010	Televen
100	Pobre diabla	México	Telenovela	2010	Venevisión
101	Por la plata baila el mono	México	Telenovela	2010-2011	Televen
102	Porque te quiero te mato	Colombia	Miniserie	2011	Venevisión
103	Prófugas del destino	México	Telenovela	2010-2011	Venevisión
104	Que el cielo me explique	Venezuela	Telenovela	2011	Televen
105	Rafaela	México	Telenovela	2011	Venevisión
106	Rosario Tijeras	Colombia	Telenovela	2010	Venevisión
107	Rosas y espinas	Venezuela	Telenovela	2011	Televen
108	Salvador de mujeres	Venezuela	Telenovela	2010	Venevisión
109	Señora	México	Telenovela	2010	Canal I
110	Sortilegio	México	Telenovela	2010	Venevisión
111	Soy tu dueña	México	Telenovela	2010	Venevisión
112	Teresa	México	Telenovela	2010-2011	Venevisión
113	Tierra de cantores	Colombia	Miniserie	2011	Venevisión
114	Tomasa te quiero	Venezuela	Telenovela	2010	Venevisión
115	Triunfo del amor	México	Telenovela	2011	Venevisión
116	Trópico	R. Dominicana	Telenovela	2010	La Tele
117	Trópico amargo	Francia	Serie	2010	TVES
118	Tu voz estéreo	Colombia	Serie	2010	Televen
119	Un esposo para Estela	Venezuela	Telenovela	2010	Venevisión
120	Un gancho al corazón	México	Telenovela	2010	Televen
121	Una joya en el palacio	Corea del Sur	Telenovela	2010	La Tele
122	Vals de primavera	Corea del Sur	Telenovela	2010	TVES
123	Vidas prestadas	Perú	Telenovela	2010	La Tele
124	Vivir la vida	Brasil	Telenovela	2010	Televen
125	Vuélveme a querer	México	Telenovela	2010	Televen
126	Xica da Silva	Brasil	Telenovela	2010	La Tele
127	Zacatillo, un lugar en tu corazón	México	Telenovela	2010	Venevisión

Cuadro 3.2.123

Títulos de ficción venezolanos estrenados en canales extranjeros

Nº	Título	Origen	Año	Género	País emisión	Año emisión
1	Acorralada	US, VE	2007	Telenovela	CL-ES	2010-2011-2012
2	Alma indomable	US, VE	2008	Telenovela	CO-ES	2010
3	Amor comprado	US, VE	2007	Telenovela	PE	2010
4	Amor mío	VE	1997	Telenovela	ME	2010-2011
5	Ángel rebelde	US, VE	2004	Telenovela	ES	2010-2011
6	Calle luna, calle sol	VE	2009	Telenovela	PE	2012
7	Calypso	VE	1999	Telenovela	ES	2011-2012
8	Cásate y verás	VE	2006	Serie	PE	2010-2011
9	Corazón apasionado	US, VE	2011	Telenovela	CL-CO-ES	2011-2012
10	Emperatriz	VE	1990	Telenovela	RM	2012
11	Gata salvaje	VE	2002	Telenovela	AR-CO-ES-PE	2010-2011-2012
12	Kassandra	VE	1992	Telenovela	RM	2011
13	La mujer perfecta	VE	2010	Serie	US	2012
14	La revancha	VE	2000	Telenovela	ES	2011
15	La viuda joven	VE	2010	Telenovela	ES-PE-US	2011-2012

16	Mi gorda bella	VE	2002	Telenovela	CL-CO-US	2010-2011-2012
17	Mujer secreta	VE	1999	Serie	HU	2012
18	Natalia del mar	VE	2011	Telenovela	ES	2012
19	Olvidarte jamás	VE	2006	Telenovela	ES-PE-RM	2010-2011
20	Pecadora	US, VE	2010	Telenovela	CO-ES-PE	2010-2011-2012
21	Pobre millonaria	VE	2008	Telenovela	ES	2011
22	Qué clase de amor	VE	2009	Telenovela	US	2012
23	Rebeca	US, VE	2003	Telenovela	ES-PE	2010-2011-2012
24	Sacrificio de mujer	VE	2011	Telenovela	CL-ES-US	2011-2012
25	Se solicita príncipe azul	VE	2005	Telenovela	US	2011-2012
26	Secreto de amor	US, VE	2001	Telenovela	CL-ES	2010-2011
27	Si me miran tus ojos	VE	2009	Telenovela	PE	2011
28	Somos tu y yo	VE	2007	Telenovela	CO-US	2010-2011
29	Soñar no cuesta nada	US, VE	2005	Telenovela	CO-ES	2010-2012
30	Sueño con tu amor	VE	2006	Telenovela	ES	2011
31	Toda una dama	VE	2007	Telenovela	CO-ES-PE	2010-2012
32	Torrente, un torbellino de pasiones	VE	2008	Telenovela	US	2010
33	Valeria	US, VE	2008	Telenovela	ES	2010

Cuadro 3.2.124

Largometrajes venezolanos emitidos en canales extranjeros

N°	Título	Origen	Año	País emisión	Año emisión
1	Caracas amor a muerte	VE	1997	HU	2012
2	Crónica de un subversivo latinoamericano	ME, VE	1975	US	2011
3	De mujer a mujer	CO, ME, VE	1986	US	2010
4	Día naranja	AR, CO, VE	2009	PL	2012
5	El valle (¿te importa la vida?)	VE	1997	HU	2010-2011
6	Hermano	VE	2010	RU	2012
7	La edad de la peseta	CU, ES, VE	2006	HU	2010
8	La punta del diablo	AR, UG, VE	2006	US	2010
9	Libertador Morales, el justiciero	VE	2009	US	2011
10	Maroa	ES, VE	2005	HU	2010-2011
11	Mujer de fuego	CO, ME, VE	1988	US	2011
12	Secuestro express	VE	2005	AU-RM	2010-2011



ESTADOS UNIDOS

Las televisiones incluidas en el estudio de Estados Unidos (habla hispana) son: Azteca América, Telefutura, Telemundo, Univisión, Estrella TV y V-Me.

El peso de la ficción nacional de estreno frente a la ficción iberoamericana representó el 23,3% en títulos, 21,5% en emisiones y 20,3% en tiempo de emisión. Los países que aportaron un mayor volumen de ficción de estreno a las cadenas de televisión americanas fueron México y Colombia.

Cuadro 3.2.125

Distribución de la ficción de estreno por territorio de origen. USA

Territorio	2010			2011		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Nacional	17	935	911	11	847	837
Iberoamericana	45	3.265	3.387	47	3.249	3.462
Total	62	4.200	4.298	58	4.096	4.299

Cuadro 3.2.126

Distribución acumulada de la Ficción de estreno por origen. USA. Periodo 2010-2011

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Brasil	4	3,3	215	2,6	211	2,5
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	18	15,0	1.143	13,8	1.161	13,5
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	0	0,0	0	0,0	0	0,0
EE.UU.	28	23,3	1.782	21,5	1.748	20,3
México	60	50,0	4.354	52,5	4.663	54,2
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	9	7,5	799	9,6	811	9,4
Otros	1	0,8	3	0,0	3	0,0
Total	120		8.296		8.597	

Las franjas de tarde y de *prime time* acumularon la mayor parte de la programación de la ficción de estreno en las televisiones americanas. El género de ficción más habitual fue el de las telenovelas. La Ficción nacional se estrenó en su mayor parte en la franja de *prime time*.

Cuadro 3.2.127

Distribución de la ficción de estreno por franjas horarias. USA

AÑO 2010

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	-	-	396	412	396	412

Tarde	*	-	1.345	1.403	1.345	1.403
Prime Time	933	910	1.316	1.365	2.249	2.275
Nocturno	2	1	208	207	210	208
Total	935	911	3.265	3.387	4.200	4.298

AÑO 2011

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	-	-	155	155	155	155
Tarde	-	-	1.417	1.554	1.417	1.554
Prime Time	847	837	1.348	1.410	2.195	2.247
Nocturno	-	-	329	343	329	343
Total	847	837	3.249	3.462	4.096	4.299

Cuadro 3.2.128

Distribución de la ficción de estreno por subgéneros. USA

AÑO 2010

Subgéneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	13	918	896	30	2.589	2.698
Serie	1	7	7	11	184	192
Miniserie	1	8	8	1	2	7
Telefilm	-	-	-	-	-	-
Otros	2	2	1	3	490	490
Total	17	935	911	45	3.265	3.387

AÑO 2011

Subgéneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	10	832	823	31	2.627	2.811
Serie	-	-	-	11	244	272
Miniserie	-	-	-	1	6	6
Telefilm	-	-	-	-	-	-
Unitario	1	15	14	4	372	373
Total	11	847	837	47	3.249	3.462

Cuadro 3.2.129

Distribución de títulos de ficción iberoamericana por franjas. USA

AÑO 2012

Subgéneros	Mañana	Tarde	Prime Time	Nocturno	Total
Telenovela	4	9	28	2	43
Serie	-	-	10	2	12
Miniserie	-	1	1	-	2
Telefilme	-	-	-	-	-
Otros	-	2	1	2	5
Total	4	12	40	6	62

AÑO 2011

Subgéneros	Mañana	Tarde	Prime Time	Nocturno	Total
Telenovela	2	9	28	2	41
Serie	-	2	6	3	11

Miniserie	-	-	-	1	1
Telefilme	-	-	-	-	-
Otros	-	2	1	2	5
Total	2	13	35	8	58

Los programas con más audiencia entre 2010 y 2012 fueron la entrega de los Premios de Cine de la academia americana y la ceremonia de apertura de los Juegos Olímpicos 2012. Esta última emisión fue la que consiguió el registró más elevado con casi un 15% de la audiencia. Las cadenas que aglutinaron los programas más populares fueron la ABC, CBS, NBC y FOX.

Cuadro 3.2.130

Ranking de programas. Estados Unidos. Año 2010

Nº	Título de la emisión	Género	País	Cadena	Fecha	Hora	Aud. (%)	Sh. (%)
1	Academy Awards	Evento	USA	ABC	07/03/2010	20:30	14,5	34,2
2	Undercover Boss	Reality	USA	CBS	07/02/2010	22:13	13,5	32,5
3	Winter Olympic Opening Ceremony	Evento	Canadá	NBC	12/02/2010	20:00	11,6	30,3
4	American Idol (Idols)	Reality	USA	FOX	12/01/2010	20:00	11,1	24,8
5	Grammy Awards	Evento	USA	CBS	31/01/2010	20:00	9,1	21,4
6	Dancing with the Stars	Reality	USA	ABC	23/11/2010	21:00	8,6	20,1
7	NCIS	Serie	USA	CBS	05/01/2010	20:00	8,1	18,9
8	NCIS: Los Ángeles	Serie	USA	CBS	05/01/2010	21:00	6,9	16,0
9	Two and a half men	Sitcom	USA	CBS	08/02/2010	21:00	6,6	14,3
10	The Mentalist	Serie	USA	CBS	11/03/2010	22:00	6,5	17,7

Cuadro 3.2.131

Ranking de programas. Estados Unidos. Año 2011

Nº	Título de la emisión	Género	País	Cadena	Fecha	Hora	Aud. (%)	Sh. (%)
1	Academy Awards	Evento	USA	ABC	27/02/2011	20:30	13,1	30,6
2	Two and a Half Men	Sitcom	USA	CBS	19/09/2011	21:00	11,3	25,1
3	American Idol (Idols)	Reality	USA	FOX	25/05/2011	20:00	10,5	26,2
4	Glee	Serie	USA	FOX	06/02/2011	22:39	10,2	26,2
5	Grammy Awards	Evento	USA	CBS	13/02/2011	20:00	9,3	23,2
6	Oscar's Red Carpet Live	Evento	USA	ABC	27/02/2011	20:00	9,1	22,0
7	NCIS	Serie	USA	CBS	01/02/2011	20:00	8,5	19,0
8	Dancing with the Stars	Reality	USA	ABC	28/03/2011	20:00	8,1	19,2
9	New Year's Rockin Eve	Evento	USA	ABC	31/12/2011	23:30	8,0	26,4
10	Macys Thanksgiving Parade	Evento	USA	NBC	24/11/2011	9:00	7,8	27,4

Cuadro 3.2.132

Ranking de programas. Estados Unidos. Año 2012

Nº	Título de la emisión	Género	País	Cadena	Fecha	Hora	Aud. (%)	Sh. (%)
1	London 2012: Opening Ceremony	Evento	UK	NBC	27/07/2012	20:00	14,7	39,8
2	Grammy Awards	Evento	USA	CBS	12/02/2012	20:00	14,4	32,5
3	Academy Awards	Evento	USA	ABC	26/02/2012	20:30	13,8	30,9
4	The Voice	Reality	USA	NBC	05/02/2012	22:19	13,7	32,4
5	London 2012: Closing Ceremony	Evento	UK	NBC	12/08/2012	20:30	11,1	26,6
6	American Idols	Reality	USA	FOX	18/01/2012	20:00	8,6	20,1

7	NCIS	Serie	USA	CBS	07/02/2012	20:00	8,5	20,2
8	Oscar's red carpet live	Evento	USA	ABC	26/02/2012	20:00	8,4	19,6
9	Macys Thanksgiving Parade	Evento	USA	NBC	22/11/2012	9:00	7,8	27,2
10	New Year's Rockin Eve	Evento	USA	ABC	31/12/2012	23:30	7,7	24,4

La ficción de estreno con más éxito se programó en Univisión. Las producciones más populares fueron las mexicanas. Las emisiones más vistas correspondieron a la producción mexicana *Soy tu dueña* (22,5%) y la serie americana *Eva Luna* (20,9%).

Los cuadros que completan el análisis de Estados Unidos incluyen los títulos de la ficción de estreno difundidos en los canales americanos de habla hispana y los títulos de ficción en canales extranjeros.

Cuadro 3.2.133

Ranking de audiencia de la Ficción iberoamericana. USA. Año 2010

Nº	Título	País	Cadena	Estreno	Audiencia	Share
1	Soy tu dueña	México	Univisión	01/06/2010	22,5	34,0
2	Sortilegio	México	Univisión	28/12/2009	22,0	33,0
3	Hasta que el dinero nos separe	México	Univisión	18/01/2010	19,1	30,0
4	En nombre del amor	México	Univisión	08/07/2009	18,3	29,0
5	Eva Luna	USA	Univisión	01/11/2010	16,1	25,0
6	Mi pecado	México	Univisión	08/03/2010	13,6	25,0
7	Mujeres asesinas	México	Univisión	28/01/2010	14,6	23,0
8	Llena de amor	México	Univisión	09/08/2010	12,1	21,0
9	La rosa de Guadalupe	México	Univisión	01/01/2008	11,4	21,0
10	Un gancho al corazón	México	Univisión	24/06/2009	9,6	25,0

Cuadro 3.2.134

Ranking de audiencia de la Ficción iberoamericana. USA. Año 2011

Nº	Título	País	Cadena	Estreno	Audiencia	Share
1	Eva Luna	USA	Univisión	07/01/2011	20,9	30,4
2	Triunfo del amor	México	Univisión	03/01/2011	20,6	30,8
3	La fuerza del destino	México	Univisión	02/08/2011	20,2	30,4
4	Teresa	México	Univisión	30/03/2011	18,2	28,4
5	Una familia con suerte	México	Univisión	04/10/2011	16,0	25,0
6	La reina del sur	Col., Esp., USA	Telemundo	28/02/2011	13,8	20,8
7	Llena de amor	México	Univisión	07/01/2011	13,5	22,0
8	La rosa de Guadalupe	México	Univisión	27/02/2011	12,1	20,0
9	Mujeres asesinas	México	Univisión	13/01/2011	12,0	19,0
10	Cuando me enamoro	México	Univisión	20/04/2011	12,0	21,0

Cuadro 3.2.135

Títulos de Ficción estrenados en canales USA. Periodo 2010-2011

Nº	Título	Origen	Género	Año Emisión	Cadena
1	A corazón abierto	Colombia	Serie	2010-2011	Telemundo
2	Al caer la noche	México	Serie	2011	Azteca América
3	Alguien te mira	USA	Telenovela	2010-2011	Telemundo
4	Alma indomable	Venezuela	Telenovela	2010	Univisión
5	América	USA	Telenovela	2010	Telemundo

6	Amor de mis amores	Colombia	Telenovela	2010	Telefutura
7	Amores de luna	USA	Telenovela	2010	Telemundo
8	Asuntos internos	USA	Telenovela	2010	Telefutura
9	Atrévete a soñar	México	Telenovela	2010-2011	Univisión
10	Aurora	USA	Telenovela	2010-2011	Telemundo
11	Camaleones	México	Telenovela	2010-2011	Univisión
12	Cartel II	Colombia	Telenovela	2010	Telemundo
13	Central de Abastos	México	Serie	2011	Univisión
14	Cielo Rojo	México	Telenovela	2011	Azteca América
15	Como dice el dicho	México	Serie	2011	Univisión
16	Corazón salvaje	México	Telenovela	2010	Univisión
17	Correo de Inocentes	Colombia	Telenovela	2011	Telefutura
18	Cuando me enamoro	México	Telenovela	2011	Univisión
19	Decisiones	México	Serie	2010	Telemundo
20	Decisiones extremas	USA	Serie	2011	Telemundo
21	Dónde está Elisa?	USA	Telenovela	2010	Telemundo
22	Doña Bella	Colombia	Telenovela	2010-2011	Telefutura
23	Dos hogares	México	Telenovela	2011	Univisión
24	Drenaje profundo	México	Serie	2010-2011	Azteca América
25	El capo	Colombia	Telenovela	2010	Telefutura
26	El clon	USA	Telenovela	2010	Telemundo
27	El encanto del águila	México	Miniserie	2011	Univisión
28	El equipo	México	Serie	2011	Univisión
29	El fantasma de Elena	USA	Telenovela	2010	Telemundo
30	El milagro de los santos	México	Serie	2011	Azteca América
31	El pantera	México	Serie	2011	Univisión
32	El pantera 3	México	Serie	2010	Univisión
33	El Shaka	México	Serie	2011	Estrella TV
34	El último matrimonio feliz	Venezuela	Telenovela	2011	Telefutura
35	En nombre del amor	México	Telenovela	2010	Univisión
36	Esperanza del corazón	México	Telenovela	2011	Univisión
37	Eva Luna	USA	Telenovela	2010-2010	Univisión
38	Flor salvaje	USA	Telenovela	2011	Telemundo
39	Gritos de muerte y libertad	México	Serie	2010	Univisión
40	Hasta que el dinero nos separe	México	Telenovela	2010	Univisión
41	Herederos del monte	USA	Telenovela	2011	Telemundo
42	Hermanos y detectives	México	Telenovela	2010	Univisión
43	Historias de los santos	México	Unitario	2010	Azteca América
44	Historias delirantes	México	Serie	2010-2010	Estrella TV
45	India	Brasil	Telenovela	2010-2011	Telefutura
46	La casa de al lado	USA	Telenovela	2011	Telemundo
47	La diosa coronada	Colombia	Miniserie	2010	Telemundo
48	La favorita	Brasil	Telenovela	2010	Telemundo
49	La fuerza del destino	México	Telenovela	2011	Univisión
50	La loba	México	Telenovela	2010	Azteca América
51	La Pola	Colombia	Telenovela	2011	Telefutura
52	La reina del sur	Col., Esp., USA	Telenovela	2011	Telemundo
53	La rosa de Guadalupe	México	Serie	2010-2011	Univisión
54	La shaka	México	Serie	2010	Estrella TV
55	La verdad oculta	México	Telenovela	2011	Univisión

56	La viuda joven	Colombia	Telenovela	2011	Telefutura
57	Llena de amor	México	Telenovela	2010-2011	Univisión
58	Lo que llamamos las mujeres	México	Serie	2010-2011	Azteca América
59	Locas de amor	México	Telenovela	2010-2011	Univisión
60	Mar de amor	México	Telenovela	2010-2011	Univisión
61	Más sabe el diablo	USA	Telenovela	2010	Telemundo
62	Mi corazón insiste	USA	Telenovela	2011	Telemundo
63	Mi gorda bella	Venezuela	Telenovela	2010	Telemundo
64	Mi pecado	México	Telenovela	2010	Univisión
65	Mujer comprada	México	Telenovela	2010-2011	Azteca América
66	Mujeres al límite	Colombia	Serie	2011	Telemundo
67	Mujeres asesinas	México	Serie	2010-2011	Univisión
68	Muñecas de la mafia	Colombia	Telenovela	2010	Telefutura
69	Ni contigo... ni sin ti	México	Telenovela	2011	Univisión
70	Niña de mi corazón	México	Telenovela	2011	Univisión
71	Niños ricos, pobres padres	USA	Telenovela	2010	Telemundo
72	Operación Jaque	Col., Esp.	Miniserie	2010	Telefutura
73	Para volver a amar	México	Telenovela	2011	Univisión
74	Pecadora	Venezuela	Telenovela	2010	Univisión
75	Perro amor	USA	Telenovela	2010	Telemundo
76	Pura sangre	Colombia	Telenovela	2010	Telefutura
77	Rafaela	México	Telenovela	2011	Univisión
78	Regreso a la Guaca	Colombia	Telenovela	2010	Telefutura
79	Reto de mujer	Colombia	Telenovela	2011	Telefutura
80	Rosario Tijeras	Colombia	Telenovela	2010	Telefutura
81	Sacrificio de mujer	Venezuela	Telenovela	2011	Univisión
82	Salvador de mujeres	Colombia	Telenovela	2011	Telefutura
83	Se solicita príncipe azul	Venezuela	Telenovela	2011	Telefutura
84	Sin tetas no hay paraíso	Colombia	Telenovela	2010	Telemundo
85	Somos tu y yo	Venezuela	Telenovela	2011	Telefutura
86	Sortilegio	México	Telenovela	2010	Univisión
87	Soy tu dueña	México	Telenovela	2010	Univisión
88	Teresa	México	Telenovela	2011	Univisión
89	Terminales	México	Telenovela	2010-2011	Univisión
90	Tiempo final	Colombia	Telenovela	2010	Univisión
91	Tormenta en el paraíso	México	Telenovela	2010	Univisión
92	Torrente, un torbellino de pasiones	Venezuela	Telenovela	2010	Univisión
93	Triunfo del amor	México	Telenovela	2011	Univisión
94	Un gancho al corazón	México	Telenovela	2010	Univisión
95	Un sueño llamado Salsa	USA	Telenovela	2010-2011	Telefutura
96	Una familia con suerte	México	Telenovela	2011	Univisión
97	Una Maid en Manhattan	USA	Telenovela	2011	Telemundo
98	Verdad oculta	México	Telenovela	2010	Univisión
99	Victorinos	USA	Telenovela	2010	Telemundo
100	Vida entera	Venezuela	Telenovela	2010	Univisión
101	Zacatillo	México	Telenovela	2011	Univisión

Cuadro 3.2.136

Títulos de Ficción estadounidenses emitidos en canales extranjeros. Periodo 2010-2012

Nº	Título	Origen	Año	Género	País de emisión	Año de emisión
1	Acorralada	US, VE	2007	Telenovela	CL-ES	2010-2011-2012
2	Alma indomable	US, VE	2008	Telenovela	CO-ES	2010-2011-2012
3	Amar de nuevo	ME, US	2011	Telenovela	CL-ES	2011-2012
4	Amarte así, frijolito	AR, US	2005	Telenovela	CO-ES	2010
5	Amor comprado	US, VE	2007	Telenovela	PE	2010
6	Ángel rebelde	US, VE	2004	Telenovela	ES	2010
7	Anita no te rajes	CO, US	2004	Telenovela	US	2012
8	Así es la vida	CO, US	2007	Telenovela	CO	2010-2011
9	Bajo las riendas del amor	ME, US	2007	Telenovela	US	2012
10	Capadocia	ME, US	2007	Serie	VE	2012
11	Casado con hijos	CL, US	2006	Serie	CL	2011-2012
12	Corazón apasionado	US, VE	2011	Telenovela	CL-CO-ES-VE	2011-2012
13	Decisiones	CO, ME, US	2005	Telenovela	CO-PE	2010-2011-2012
14	Decisiones extremas	CO, US	2011	Telenovela	PE-US	2011-2012
15	Doña Bárbara	CO, US	2008	Telenovela	CL-CO-US	2010-2011-2012
16	El cuerpo del deseo	CO, ME, US	2005	Telenovela	CL-CO	2010-2011-2012
17	El juramento	ME, US	2008	Telenovela	RM	2010-2011-2012
18	El Zorro	CO, US	2007	Telenovela	CO-ES	2010
19	Inocente de ti	ME, US	2004	Telenovela	CO	2010
20	La familia P. Luche	ME, US	2003	Sitcom	ME-US	2010-2012
21	La prisionera	CO, ME, US	2004	Telenovela	CL	2012
22	La reina del Sur	CO, ES, US	2011	Serie	CL-CO-ES-ME-PE-RM-RU-US	2011-2012
23	La traición	CO, US	2008	Telenovela	RM-RU	2010-2011
24	La viuda de blanco	ME, US	2006	Telenovela	ME-RM	2010
25	Los herederos del monte	CO, US	2011	Telenovela	AR-ME-PE-RM	2011-2012
26	Los héroes del norte	CO, US	2011	Telenovela	ME	2012
27	Marina	ME, US	2006	Telenovela	CL-HU-ME	2010-2011-2012
28	Niños ricos, pobres padres	CO, US	2009	Telenovela	CL-PE	2010-2011
29	Ojo por ojo	CO, US	2010	Telenovela	PE	2011
30	Olvidarte jamás	US, VE	2006	Telenovela	ES-PE	2011
31	Pecadora	US, VE	2010	Telenovela	CO-ES-PE	2010-2011
32	Rebeca	US, VE	2003	Telenovela	PE	2010-2011
33	Rebeca	US, VE	2003	Telenovela	ES	2010-2011-2012
34	Rosa Diamante	ME, US	2012	Telenovela	ME-US	2012
35	Secreto de amor	US, VE	2001	Telenovela	CL-ES	2010-2011
36	Sin senos no hay paraíso	CO, ME, US	2008	Telenovela	AR-CL-US	2010-2011-2012
37	Soñar no cuesta nada	US, VE	2005	Telenovela	CO	2012
38	Tierra de pasiones	CO, ME, US	2006	Telenovela	HU	2011
39	Un sueño llamado Salsa	CO, US	2010	Telenovela	US	2010-2011
40	Valeria	US, VE	2008	Telenovela	ES	2010
41	Victoria	CO, US	2007	Telenovela	CL-PE-ME	2010-2011-2012
42	Victorinos	CO, US	2009	Serie	CO	2010
43	Zapata: amor en rebeldía	ME, US	2004	Miniserie	US	2012

CONCLUSIONES DEL PANORAMA DE FICCIÓN POR PAISES

MERCADO IBEROAMERICANO

- El porcentaje promedio de tiempo dedicado por las televisiones iberoamericanas a los programas de ficción representa el **26,7%** del tiempo total de programación.
- El porcentaje más elevado de tiempo dedicado a la ficción corresponde a los canales de televisión de Ecuador (**42,4%**) y Chile (**37,7%**).
- La ficción nacional de estreno frente a la ficción Iberoamericana (no nacional), difundida en los países iberoamericanos, representa el **35,6%** en número de emisiones y el **32,8%** en horas de programación.
- Los países iberoamericanos con los mayores porcentajes de emisiones de ficción nacional frente a la ficción iberoamericana (no nacional) son: Brasil (**80,4%**), México (**77,7%**), España (**65,7%**) y Colombia (**65,5%**).
- Los países con los mayores porcentajes de emisiones de ficción iberoamericana frente a la ficción nacional son Uruguay (**98,4%**), Ecuador (**91,3%**) y Venezuela (**87,5%**).
- Los países con los mayores volúmenes de programación de ficción de estreno emitida en la muestra de países son: Venezuela (8.948 horas), Chile (6.457 horas) y Estados Unidos (8.597 horas).
- Los países que más ficción de estreno aportaron a las parrillas del conjunto de canales de televisión de la muestra son: México (21.660 emisiones), Colombia (11.380 emisiones), Brasil (9.789 emisiones) y Estados Unidos (7.880 emisiones).
- Los países que más ficción de estreno exportaron dentro del mercado iberoamericano (número de emisiones, peso que representa respecto al total de ficción producida por dicho país y el destino mayoritario de los títulos estrenados) son los siguientes:
 1. **México:** 17.693 emisiones (81,6%). Países receptores: Estados Unidos (60 títulos), Chile (35 títulos) y Venezuela (27 títulos).
 2. **Colombia:** 7.249 emisiones (63,6%). Países receptores: Venezuela (40 títulos), Ecuador (29 títulos) y Estados Unidos (18 títulos).
 3. **Estados Unidos:** 6.098 emisiones (77,3%). Países receptores: Chile (22 títulos), Venezuela (15 títulos), México (10 títulos).
 4. **Brasil:** 5.788 emisiones (59,1%). Países receptores: Portugal (27 títulos), Chile (13 títulos) y Argentina (11 títulos).
 5. **Venezuela:** 2.696 emisiones (67,8%). Países receptores: Ecuador (13 títulos), Estados Unidos (9 títulos) y Uruguay (5 títulos).
 6. **Argentina:** 2.616 emisiones (47,3%). Países receptores: Uruguay (14 títulos), Brasil (3 títulos) y Venezuela (3 títulos).
- La Telenovela es el género mayoritario entre los títulos de ficción estrenados en los canales de televisión iberoamericanos, con el **60%** del total de títulos analizados.
- Las franjas de tarde y *prime time* acumularon el **81%** de la programación de la ficción de estreno en el conjunto de países iberoamericanos.

- Los países con más programación de ficción de estreno en la franja de tarde son: Chile (6.621 emisiones), Venezuela (3.797 emisiones) y Argentina (3.054 emisiones).
- Los países con más programación de ficción de estreno en la franja de *prime time* son: Estados Unidos (4.444 emisiones), Venezuela (3.799 emisiones), Ecuador (3.215 emisiones) y Portugal (3.212 emisiones).
- Los países con un mayor porcentaje de programación en *prime time* (superior al 50%), respecto al total son: Portugal (56,7%), Estados Unidos (53,6%) y México (51,4%).
- La ficción nacional se programó en la franja de *prime time* de forma mayoritaria en el conjunto de países y obtuvo los porcentajes de audiencia más elevados.
- Las emisiones con una mayor audiencia (superior al 30%) son: *Passione* (Globo, 43,9%) y *Viver a vida* (Globo, 39,2%) en Brasil, y *A corazón abierto* (RCN, 40,1% y 35,6%) en Colombia.
- Las emisiones con un mayor *share* (superior el 50%) son: *Passione* (Globo, 67,1%) y *Viver a vida* (Globo, 62,2%) en Brasil; *Deixa que te leve* (TVI, 58,6%) en Portugal y *La viuda joven* (Venevisión, 57,8%) en Venezuela.
- Los títulos presentes en los *top-10* de un mayor número de países iberoamericanos son: la coproducción hispano-colombiana *La Reina del Sur* (Colombia, Ecuador, México, Uruguay y USA) y la telenovela mexicana *La fuerza del destino* (Argentina, México, Venezuela y USA).

MERCADO EUROPEO

- Las series iberoamericanas de ficción se difundieron, principalmente, en países como Eslovenia, Hungría, Italia, Polonia, Rumanía y Rusia.
- Las cadenas europeas de televisión que más series iberoamericanas difundieron son: PoP TV (Eslovenia), Italia 1 (Italia), TV2 (Hungría), TVN7 (Polonia), Acasa (Rumanía), Domashny (Rusia).
- Cabe destacar a los siguientes países como los que más series de ficción exportaron a los países europeos:
 - Argentina.
 - Brasil.
 - Colombia.
 - España.
 - México.
 - Venezuela.
- Las series iberoamericanas en España se difundieron mayoritariamente a través de las televisiones autonómicas, en lugar de las televisiones de ámbito nacional.
- Los largometrajes iberoamericanos tuvieron una mayor repercusión que las series de ficción, ya que se emitieron en un mayor número de países europeos.
- Las cadenas europeas que más largometrajes iberoamericanos difundieron son: Sky Cinema (Alemania, Italia y Reino Unido), Prime (Bélgica), Canal + (Países nórdicos), Cinecinema (Francia), Film1 (Países Bajos), HBO (Hungría, Polonia y República Checa), TVR1 y TVR2 (Rumanía) y NTV y PRM (Rusia).
- Los países que más largometrajes exportaron a los países europeos son:
 - Argentina.

- Brasil.
- España.
- México.

· El porcentaje de coproducción iberoamericana entre los títulos de largometrajes que llegan al mercado europeo es mayor que para las series de ficción:

1. **Argentina:** 28,5% frente al 15%.
2. **Brasil:** 10% frente al 2%.
3. **Colombia:** 69% frente al 22%.
4. **México:** 19% frente al 10%.
5. **Venezuela:** 58% frente al 30%.



LA MARCHA IMPLACABLE
DE LA TELENVELA

La marcha implacable de la telenovela

Por Alfredo Troncoso Muñoz

A mediados de los 80 un fenómeno insólito se registraba en los hogares mexicanos: la telenovela local desplazaba a las series americanas del *prime time*. Contra todo pronóstico, 25 años más tarde, el dominio de la telenovela no sólo forma parte del panorama mediático mexicano y latinoamericano, sino que ya nos hemos acostumbrado a encontrarla también compitiendo por el *prime time*, en latitudes tan distintas como China, Francia e incluso USA, por mencionar sólo algunas de las más insospechadas.

Para quien recuerda sus humildes orígenes en los horarios de las cadenas locales en los que no alcanzaba el presupuesto para comprar contenidos americanos, esta situación sigue siendo sorprendente. También para quienes crecieron acostumbrados a su dominio pero pensando que se trataba de una curiosidad regional, irrelevante para los mercados globales.

En efecto, las características mismas del género, —programación de lunes a viernes, procesos de producción y postproducción acelerados, narrativas simples, preponderancia de las intrigas de la trama sobre el desarrollo de los personajes, tono actoral claramente melodramático, apego absoluto al final feliz— inspiraron por muchos años el escepticismo de una industria internacional reacia a reconocer la universalidad de un fenómeno que juzgaba como meramente local: ¿Cómo podrían esos cuentos de hadas tan abiertamente emotivos generar implicación en audiencias acostumbradas a historias y emociones mucho más matizadas? ¿Cómo pensar que esas “inocentes” oposiciones entre pobres y ricos, buenos y malos, mujeres y machos, podrían encontrar un lugar en sociedades acostumbradas a descifrar narrativas más complejas y ambiguas? ¿Cómo, para acabar pronto, esperar que ese género híper emocional tan propio de la cultura popular hispanoamericana, fuese capaz de seducir a sociedades tan distintas económica y/o culturalmente?

Los hechos hablan por sí solos y quien sigue haciéndose esas preguntas a pesar de la evidencia tendrá que enfrentarlos. No sólo las cifras extraordinarias que generan las inmensas utilidades globales de un negocio portentosamente rentable, también, enfrentar prejuicios sobre la presunta ingenuidad del género. Empecemos por la segunda parte, sólo a partir de ahí tendrán sentido los números.

Un género apenas legitimado: Lo que sí hace la telenovela

Hasta bien entrados los 80, México importaba mucha más programación de la que exportaba. Hoy el superávit es tan notablemente positivo que algunos estudiosos de los flujos internacionales de comunicación que le han seguido la pista al famoso “Informe Mc Bride”, aquel que señalaba un orden internacional de la comunicación fatalmente “colonialista”, han concluido con buena dosis de ironía que con la telenovela asistimos a un fenómeno de “imperialismo cultural a la inversa”.

Cabría entonces esperar que un género que por sí solo revirtió el otrora lamentable déficit comercial de la industria mediática hispanoparlante gozaría ya de incuestionable prestigio. Lo cierto es, sin embargo, que no es sino hasta bien entrados los 90 que la telenovela se convierte en objeto de estudio legítimo para quien quiere hacer sentido de la cultura popular mexicana, regional y global.

Pero con el nuevo milenio, surgió una incipiente tradición, iniciada, es cierto, en las escuelas de comunicación de Estados Unidos, que en lugar de dedicarse a enumerar todo aquello que la telenovela no hace — no desarrolla personajes moralmente ambiguos con grandes arcos de transformación dramática, no invierte fuertes sumas en valores de producción espectaculares, no se construye a base de interpretaciones actorales altamente naturalistas, y, en pocas palabras, no sigue la pauta marcada por las cada día más complejas y más “cinematográficas” series de ficción estadounidenses— dedica sus mejores esfuerzos a ponderar lo que sí hace la telenovela, mejor aún, a ponderar lo que con ella hacen sus audiencias.

En efecto, después de los esfuerzos inaugurales de Mc Anany y La Pastina, esfuerzos que pusieron el dedo en la llaga al señalar que en América Latina ni la academia ni la industria editorial prestaban atención a un fenómeno cultural que ocupaba a millones de personas y generaba ganancias millonarias. Señalaron, con envidiable sentido común, que más allá de preferencias estéticas, el fenómeno era demasiado significativo como para seguir ignorándolo. Con el ulterior crecimiento del género más allá de sus fronteras regionales, estas razones se han vuelto inobjetable: hay que dar cuenta de lo que sí está haciendo bien un género capaz de implicar a millones en sociedades tan diversas como la rusa, la china y la estadounidense.

El efecto Sheherzade

Decía Gianfranco Bettini a fines del siglo pasado que una de las grandes riquezas de la telenovela era su relativa pobreza visual. Es decir, lejos de invocar la supuesta pasividad de las audiencias telenoveleras, el semiólogo italiano celebraba su actividad interpretativa.

Por ahí se ha desarrollado el discurso sobre el género, siguiendo las pistas de un espectador activo que decide si y cuándo cortarle la cabeza al narrador.

Lejos de sentirse ofendido con la sencillez del género, su público sabe que es él quien manda y que está ante una narrativa popular, tan popular que le da exactamente lo que quiere: los arquetipos de siempre y siempre consolador final feliz que, entre otras cosas le sirvió de sello al cine clásico de Hollywood, y que Tolkien, en su célebre ensayo sobre los cuentos de hadas, llamó “eucastástrofe”: un atisbo de gozo, un anhelo del corazón, que por un momento, al cumplirse, proporciona consuelo moral o emocional.

Ante las telenovelas, empoderado pero seducido, como el sultán ante la bella Sherezade, el público asiste a la crónica de un desenlace anunciado. Inútilmente dirán sus detractores que se trata siempre de la misma historia, una Cenicienta con mil caras, pues lo que cautiva al público son, precisamente, esas mil caras: historias cautivadoras que pueden adaptarse a cualquier mercado y cualquier época.

Y nada de públicos pasivos o de atención periférica. Si algo han dejado claro los estudios de los últimos 15 años es que la pasión global generada por las telenovelas reposa sobre una febril actividad interpretativa, la actividad de un espectador omnisciente.

Es cierto que no se requiere de grandes poderes abductivos, o de un gran bagaje cultural, para inferir rápidamente quiénes son los buenos, quiénes los malos, ni siquiera para simpatizar con la heroína y compadecer bondadosamente su ignorancia de la trama. Uno llega con poca cosa a la telenovela, pero esto no significa que no haga nada con ella. Por el contrario, sucede con el adepto a la telenovela lo que con el adepto al fútbol: aunque requiere poco tiempo entender las reglas básicas del juego, se requiere de gran práctica, casi erudición, para gozar una jugada refinada.

Supongamos la siguiente escena. Llega el héroe contento y con flores a casa de la heroína. Ésta le pide que espere y él se siente. De repente, ve algo horrendo. La contra toma hace ver que el objeto de su espanto es un cenicero con una colilla. Un no iniciado inferirá que el héroe detesta el tabaco, si acaso, sospechará de la presencia de otro hombre, su rival tal vez. Quien haya visto más episodios, y más telenovelas, recordará el pasado turbio (¡aunque siempre inocente!) de la heroína, sabrá sin que ningún manual de retórica se lo diga que uno de los *topos* más comunes del género es aquel que declara que la pobreza lo absuelve casi todo.

Recordará la codicia del enemigo, un hombre mal encarado e intrigante, de preferencia gordo, calvo y bigotón; enternecido, él preparará una coartada: el intrigante gordo somete a la heroína a despiadado chantaje. El héroe no sabe nada de esto por eso su mirada es tan significativa, porque la respuesta al espanto está en el espectador omnisapiente que arde en deseos de entrar en escena y revelarlo todo.

Agréguese a esto el conocimiento del público de las circunstancias extra textuales, desde el salario de los actores, sus amoríos y problemas de salud, y tendremos una fruición interpretativa difícilmente imaginable para el no adepto.

Bonus: telenovela y liveness

Hay quien habla del ocaso de la televisión tradicional en la época del *on demand* hecho posible por los medios digitales. Como lo demuestran algunos de los últimos éxitos de Televisa, las nuevas tecnologías no son más que plataformas adicionales para extender la actividad en torno al género que produce y coproduce en cinco continentes.

La telenovela es un género profundamente social, no sólo en su repertorio de personajes directamente ligado al imaginario de la gran tradición narrativa latinoamericana – realismo y fatalismo mágico, colectivismo, contención -, sino en la misma actividad que genera en sus fans.

Si adoptamos la definición de fan de Bielby como “una persona que lleva su interpretación más allá del texto, a sus mismas acciones”, entonces encontraremos que la telenovela está particularmente bien equipada para la época de las redes sociales.

El síndrome de “*no sense of place*”, comúnmente invocado por los estudiosos de la programación *on demand*, no tiene sentido ante el sentido de “*liveness*” generado por la telenovela.

Según John Ellis, el futuro de la televisión tradicional yace en el tipo de programación que se transmite *live* o, en su defecto, aquel que produce un “efecto *liveness*”, a saber, la consciencia de estar apreciando una misma narrativa al mismo tiempo que otros cuantos millones.

Más que contenidos, las telenovelas son entonces eventos, eventos que permiten la conexión de millones de personas en torno a una misma trama conocida en sus grandes líneas, llena de claves conversacionales en sus detalles.

Mucho más que una reliquia de la época de oro de la TV, la telenovela señala el rumbo de la TV evento. Esto lo prueban con creces las producciones y co-producciones actuales de Televisa en USA, China, Francia y Brasil.

Veamos un caso brasileño para cerrar con evidencia fresca.

Después del éxito de la versión mexicana de Rebelde – un verdadero evento *liveness* también en México -, y después del éxito de una co-producción local de “La Bella más Fea” – franquicia que Televisa también vendió exitosamente en USA y China -, la empresa co-produjo *Rebelde-Río*.

Lanzada en marzo del 2011, para cuando los 256 episodios terminaron en marzo del 2012, *Rebelde* era ya un hito en la cultura popular del país. Desde el punto de vista económico, no se trataba sólo de los 9.2 puntos de rating que promedió y el 15.6 de share que garantizó ingresos tradicionales importantes en publicidad y *product placement*, sino de lo que generó a nivel *fandom*: premios, libros, discos, redes sociales, conciertos, productos de consumo...

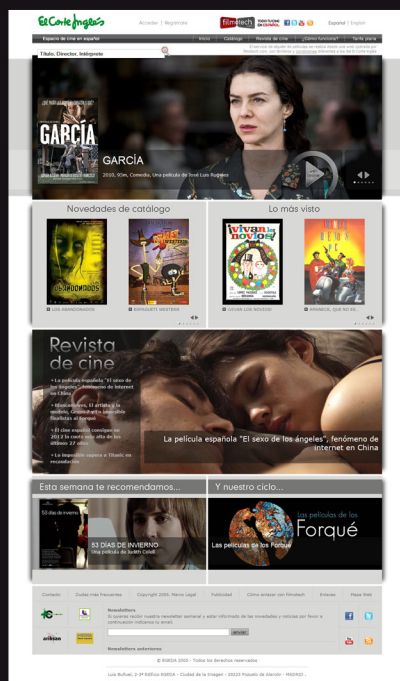
Desde el punto de vista de la relevancia cultural que sustenta su éxito comercial, la rebelde-manía brasileña es una de tantas demostraciones de la salud de un género que le debe su extraordinario crecimiento a una rigurosa disciplina mercadológica, cierto, pero ante todo, al progresivo perfeccionamiento de fortalezas narrativas que le permiten ir más allá de lo local, al territorio de universales emocionales.



EL CINE EN ESPAÑOL A UN CLICK



ciné



ASI DE FACIL:

EN STREAMING
SIN DESCARGAS
SIN RETRASOS

filmotech
.com

TODO TU CINE
EN ESPAÑOL

CAPITULO IV

PANORAMA TELEVISIVO Y DIGITAL EN IBEROAMÉRICA

PANORAMA GLOBAL

Los países que conforman Iberoamérica más España y Portugal suman 20,5 millones de kilómetros cuadrados de superficie, 642,7 millones de personas, 190,1 millones de hogares, casi 9 billones de dólares producto interior bruto y registran una renta per cápita promedio de 12.382 dólares.

La superficie conjunta de los territorios que conforman Iberoamérica, Norteamérica y la Unión Europea representan casi el 9% de la superficie mundial, el 20% de la población y el 48% del producto interior bruto mundial.

Cuadro 4.1.1

Datos geográficos, demográficos y económicos en Iberoamérica

Nº.	País	Superficie (km2)	Población	Hogares	PIB (bn USD)	PPP (USD)
1	Argentina	2.780.400	42.610.981	12.171.675	0,746	18.200
2	Bolivia	1.098.581	10.461.053	2.780.286	0,054	5.000
3	Brasil	8.514.877	201.009.622	67.569.688	2,362	12.000
4	Chile	756.102	17.216.945	5.180.768	0,319	18.400
5	Colombia	1.138.910	45.745.783	12.655.291	0,500	10.700
6	Costa Rica	51.100	4.695.942	1.266.418	0,058	12.600
7	Cuba	110.860	11.061.886	3.931.643	0,121	10.200
8	Ecuador	283.561	15.439.429	4.037.389	0,134	8.800
9	El Salvador	21.041	6.108.590	1.406.485	0,045	7.700
10	España	505.370	47.059.533	18.083.692	1,409	30.400
11	Guatemala	108.889	14.373.472	2.950.465	0,078	5.200
12	Honduras	112.090	8.448.465	1.731.092	0,037	4.600
13	México	1.964.375	116.220.947	28.159.000	1,761	15.300
14	Nicaragua	130.370	5.788.531	1.177.915	0,020	3.300
15	Panamá	75.420	3.559.408	912.590	0,056	15.300
16	Paraguay	406.752	6.623.252	1.615.309	0,041	6.100
17	Perú	1.285.216	29.849.303	7.563.165	0,325	10.700
18	Portugal	92.090	10.799.270	3.991.112	0,245	23.000
19	Puerto Rico	13.790	3.674.209	1.636.946	0,064	16.300
20	R. Dominicana	48.670	10.219.630	2.662.862	0,098	9.600

21	Uruguay	176.215	3.324.460	1.201.096	0,053	15.800
22	Venezuela	912.050	28.459.085	7.422.713	0,402	13.200
Total		20.586.729	642.749.796	190.107.600	8,928	12.382

Cuadro 4.1.2

Datos geográficos, demográficos y económicos en Iberoamérica, Norteamérica y UE-26

Nº	Territorio	Superficie (km2)	Población	PIB (bn USD)	PPP (USD)
1	Iberoamérica (España-Portugal)	20.586.729	642.749.796	8,93	12.382
2	Norteamérica (USA-Canadá)	19.811.345	351.236.778	17,17	46.600
3	Unión Europea (26 países)	3.882.501	451.195.815	14,74	31.512
4	Total Mundo	510.072.000	7.095.217.980	84,97	12.700

El panorama televisivo en Iberoamérica refleja que la transición digital de la TTV en los diferentes países se completará en 2021, el promedio de consumo de televisión por persona y día en 2012 es de 206 minutos, los canales incluidos en la muestra ascienden a 115 privados y 37 públicos y el promedio de la penetración de la TV de pago es casi del 42%.

La evolución del consumo de televisión en los territorios globales relacionados pone de manifiesto que el consumo más elevado tiene lugar en Norteamérica. En Iberoamérica, el visionado de televisión aumenta en 7 minutos en 2012, respecto a 2011 y en el total de los 92 territorios analizados este aumento es de un minuto.

Cuadro 4.1.3

Panorama Televisivo en Iberoamérica

Nº	País	Apagón analógico	Consumo TV (min.)	Cadenas privadas	Cadenas públicas	Penetración Pay TV (%)
1	Argentina	2019	258	4	1	79,5
2	Bolivia	2020	*	6	1	10,7
3	Brasil	2016	216	9	1	33,8
4	Chile	2018	220	6	1	54,1
5	Colombia	2019	212	4	3	56,9
6	Costa Rica	2018	202	6	1	63,3
7	Cuba	2021	*	0	5	*
8	Ecuador	2020	177	4	2	29,8
9	El Salvador	2019	*	4	1	32,1
10	España	2012	246	6	2	23,5
11	Guatemala	2018	163	6	1	26,6
12	Honduras	2021	*	4	1	34,8
13	México	2015	199	8	2	40,5
14	Nicaragua	2020	*	6	1	34,8
15	Panamá	2021	200	5	2	36,6
16	Paraguay	2016	152	6	1	16,0
17	Perú	2020	204	8	1	31,9
18	Portugal	2012	284	3	2	37,0
19	Puerto Rico	2015	244	3	2	66,0
20	R. Dominicana	2015	164	8	1	48,1
21	Uruguay	2017	203	3	1	56,4
22	Venezuela	2021	162	6	4	63,6
Total		*	206	115	37	41,7

Cuadro 4.1.4

Evolución del consumo de televisión en territorios globales

N°	Territorio	2011	2012	Diferencia
1	Iberoamérica (España-Portugal)	199	206	+7
2	Norteamérica (USA-Canadá)	267	265	-2
3	Unión Europea (26 países)	215	221	+6
4	Total Mundo (92 territorios)	197	196	+1

La evolución individual del consumo de televisión en los países en los que se dispone de medición refleja que Portugal fue el país donde más aumentó el consumo (+65 minutos) y Brasil en el que más disminuyó (-9 minutos).

Cuadro 4.1.5

Evolución del consumo de televisión. Iberoamérica

N°	País	2011	2012	Diferencia
1	Argentina	244	258	+14
2	Bolivia	*	*	*
3	Brasil	225	216	-9
4	Chile	227	220	-7
5	Colombia	220	212	-8
6	Costa Rica	177	202	+25
7	Cuba	*	*	*
8	Ecuador	181	177	-4
9	El Salvador	*	*	*
10	España	239	246	+7
11	Guatemala	153	163	+10
12	Honduras	*	*	*
13	México	200	199	-1
14	Nicaragua	*	*	*
15	Panamá	187	200	+13
16	Paraguay	159	152	-7
17	Perú	203	204	+1
18	Portugal	219	284	+65
19	Puerto Rico	246	244	-2
20	R. Dominicana	140	164	+24
21	Uruguay	194	203	+9
22	Venezuela	169	162	-7
	Promedio	199	206	+7

La cuota de pantalla de la televisión pública de los diferentes países iberoamericanos es casi tres veces inferior al promedio de audiencia de los canales líderes privados.

Audiencia del canal líder frente al canal público. Iberoamérica

N°	País	Canal líder	Share 2012 (%)	Canal público	Share 2012 (%)
1	Argentina	El Trece	14,3	Canal 7	3,6
2	Brasil	Globo	40,0	TVB	1,1
3	Chile	Univ. Católica	17,6	TVN	15,7

4	Colombia	Caracol	26,3	Señal Colombia	0,9
5	Costa Rica	RepreTel CH6	17,6	Sinart CH 13	1,8
6	Ecuador	Ecuavisa	22,4	TC TV	20,7
7	España	Telecinco	13,9	La 1 (TVE)	12,2
8	México	Canal 2 (Televisa)	22,5	Canal 11	1,3
9	Panamá	Telemetro	25,0	TVN-2	22,6
10	Paraguay	Telefuturo	26,2	TVP	0,5
11	Portugal	TVI	24,2	RTP1	13,9
12	Puerto Rico	WAPA TV	22,2	WIPR	2,3
13	Uruguay	Teledoce	26,0	TNU	3,0
14	Venezuela	Venevisión	23,9	VTV	6,2
Promedio			23,0		7,6

El panorama digital en Iberoamérica supone 131,5 millones de líneas telefónicas fijas, 689,7 líneas móviles, 287,3 millones de usuarios de Internet. La penetración del uso de la red asciende a casi un 41% y la de la banda ancha al 34,2%.

Cuadro 4.1.6
Panorama Digital. Iberoamérica

Nº	País	Líneas telefonía fija (mn)	Líneas telefonía móvil (mn)	Usuarios Internet (mn)	Penetración Internet (%)	Penetración banda ancha (%)
1	Argentina	10,14	55,00	28,00	66,4	48,8
2	Bolivia	0,87	8,35	3,08	30,0	20,5
3	Brasil	43,02	244,35	88,49	45,6	22,2
4	Chile	3,36	22,40	10,00	58,6	48,8
5	Colombia	7,12	46,20	26,93	59,5	45,7
6	Costa Rica	1,23	4,35	2,00	43,1	32,6
7	Cuba	1,19	1,31	2,57	23,2	0,1
8	Ecuador	2,21	15,33	6,66	43,8	37,6
9	El Salvador	1,03	8,31	1,49	24,5	12,0
10	España	19,86	52,59	31,60	67,2	67,0
11	Guatemala	1,62	20,71	2,28	16,2	11,8
12	Honduras	0,60	8,06	1,31	15,9	10,0
13	México	19,68	94,56	42,00	36,5	48,5
14	Nicaragua	0,28	4,82	0,78	13,7	8,7
15	Panamá	0,56	6,73	1,50	42,8	53,8
16	Paraguay	0,37	6,52	1,56	23,9	11,0
17	Perú	3,68	32,46	10,78	36,5	17,7
18	Portugal	4,53	12,33	5,95	61,0	60,0
19	Puerto Rico	0,82	3,10	1,77	48,0	91,7
20	R. Dominicana	1,04	8,77	4,64	45,6	14,5
21	Uruguay	0,96	4,75	1,85	55,9	37,0
22	Venezuela	7,33	28,78	12,09	41,0	53,3
Total		131,50	689,78	287,33	40,9	34,2

Los territorios globales relacionados (Iberoamérica, Norteamérica y UE) acumulan casi 500 millones de líneas fijas (41,6% del total mundial), 1.576,8 millones de líneas móviles (23,2% del total) y 894,4 millones de usuarios de Internet (37,2% del total). El promedio conjunto de la penetración de Internet en estos territorios relacionados es del 65%, casi el doble que el promedio mundial (34,3%).

Cuadro 4.1.7

Panorama Digital en Iberoamérica, Norteamérica y UE-26

Nº	Territorio	Líneas telefonía fija (mn)	Líneas telefonía móvil (mn)	Usuarios Internet (mn)	Penetración Internet (%)
1	Iberoamérica (España-Portugal)	131,5	689,78	287,33	40,9
2	Norteamérica (USA-Canadá)	164,2	317,68	273,66	80,6
3	Unión Europea (26 países)	203,5	569,34	333,50	73,6
4	Total Mundo (est.)	1.200,00	6.800,00	2.405,51	34,3

La audiencia de Internet refleja que Iberoamérica representa el 9% sobre el total de visitantes únicos mundiales, Norteamérica el 14% y Europa el 27%. El consumo online por usuario se eleva a 26,1 horas mensuales en Iberoamérica, sobre un promedio mundial de 23,4 horas.

El país iberoamericano con mayor audiencia es Brasil (62,12 millones de visitantes únicos), seguido de México (24,38 millones) y España (22,4 millones). El consumo online más elevado también corresponde a Brasil (35,6 horas mensuales por usuario), seguido de Argentina (24,1 horas) y España (23,3 horas).

Colombia y Venezuela son los países con el porcentaje de consumidores más jóvenes en Internet (casi el 50% pertenecen al grupo de edad comprendido entre 15 y 24 años). Además, junto con Perú, Chile y México, las personas entre 15 y 44 años consumen más del 80% del tiempo total de uso de Internet.

Cuadro 4.1.8

Audiencia y consumo en Internet por territorios globales

Nº	Territorio	Audiencia Internet (mn visitantes únicos)	Consumo online (horas mensuales por usuario)
1	Norteamérica	216.660	37,2
2	Iberoamérica	147.249	26,1
3	Asia-Pacífico	644.393	17,2
4	Europa	412.446	26,8
5	Oriente Medio-África	134.050	17,3
	Total	1.554.798	23,4

Cuadro 4.1.9

Audiencia y consumo online en Iberoamérica

Nº	País	Audiencia Internet (mn visitantes únicos)	Consumo online (horas mensuales por usuario)
1	Argentina	14,12	24,1
2	Brasil	62,12	35,6
3	Chile	5,74	19,5
4	Colombia	10,09	18,9
5	España	22,40	23,8
6	México	24,38	18,8
7	Perú	4,88	21,5
8	Puerto Rico	14,46	13,8
9	USA	215,00	37,2
10	Venezuela	5,79	17,2

Cuadro 4.1.10

Distribución del consumo online por grupos de edades en países iberoamericanos (%)

Nº	País	Edad 15-24	Edad 25-34	Edad 35-44	Edad 45-54	Edad 55+
1	Argentina	31,7	26,0	17,2	11,9	13,2
2	Brasil	31,6	27,5	18,2	11,4	6,4
3	Chile	39,8	24,7	16,1	11,8	7,5
4	Colombia	49,6	24,3	13,8	8,4	3,9
5	España	16,4	24,9	25,4	19,1	14,3
6	México	39,8	23,1	17,1	11,2	4,9
7	Perú	38,8	26,3	17,5	11,1	6,3
8	Puerto Rico	35,5	23,7	18,2	11,0	11,6
9	Venezuela	48,4	25,4	14,5	8,2	3,5



PANORAMA POR PAÍSES



ARGENTINA

Los datos más destacados del panorama televisivo y digital argentino son:

- La transición digital de la TTV se completará en 2019.
- Elevado consumo de televisión por persona y día (258 minutos).
- Importante penetración de la televisión de pago (79,5%).
- Uso extendido de Internet (66,4% de la población y 24,1 horas mensuales por persona).

Cuadro 4.2.1

Panorama televisivo y digital en Argentina

<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	42,61
Censo de hogares (millones)	12,17
Recepción de la señal televisiva	TT, CAB, SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2010-2019
Cadenas generalistas de ámbito nacional	5
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	258
Penetración televisión de pago (porcentaje)	79,5
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	10,14
Líneas telefonía móvil (millones)	55,00
Usuarios de Internet (millones)	28,00
Host de Internet (millones)	11,23
Penetración de Internet (porcentaje)	66,4
Audiencia Internet (millones visitantes únicos)	14,1
Horas online mensuales por usuario	24,1
Videos online mensuales por usuario	105,6

El elevado consumo de televisión en 2012 sitúa a Argentina en el puesto 17 del ranking mundial sobre un total de 92 territorios. Las cadenas más populares son El Trece (14,3%) y Telefé (12%) con una cuota conjunta superior al 26%. La televisión pública obtiene el 3,6%.

Cuadro 4.2.2

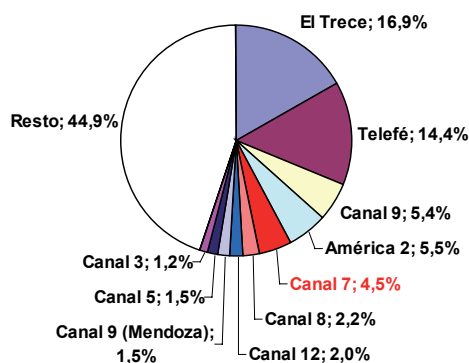
Consumo televisivo y cuota de cadenas en Argentina

<i>Consumo de televisión por persona (minutos)</i>			
Universo	2010	2011	2012
Personas 4+	249	244	258
Posición ranking mundial	21°	21°	17°
<i>Cuota de pantalla por canales (porcentaje)</i>			
Canal	2010	2011	2012
El Trece	13,5	14,4	14,3

Telefé	13,2	12,5	12,0
Canal 9	7,8	7,1	6,8
América 2	6,1	5,9	5,8
Canal 7 (pública)	3,8	3,8	3,6
Otros	55,6	56,3	57,5

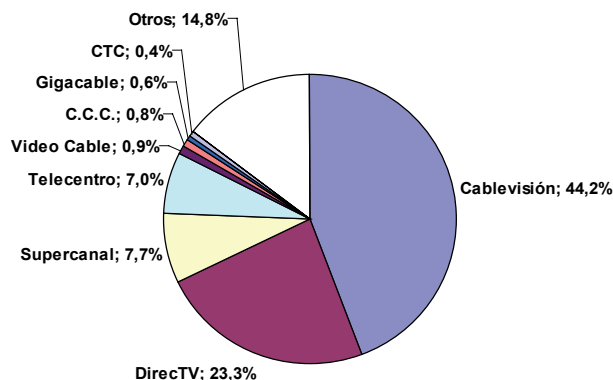
Las cadenas líderes en Argentina aumentan su cuota de pantalla en el *prime time*. La cuota conjunta supera el 31% (+5 puntos frente a la cuota anual). Individualmente, El Trece aumenta 2,6 puntos porcentuales y Telefé 2,4 puntos.

Gráfico 4.2.1
Cuota pantalla por canales en Prime Time (%). Argentina. 2012



Los operadores de televisión de pago Cablevisión (44,2%) y DirecTV (23,3%) acumulan el 67,5% del mercado total de abonados.

Gráfico 4.2.2
Porcentaje de abonados por operadores de TV de pago. Argentina. 2013



El uso del PC (portátil/fijo) para el acceso a Internet es el más común en Argentina (93,4%) seguido a mucha distancia del teléfono móvil/celular (5%).

El grupo de población comprendido entre 15 y 24 años es el que más tiempo de consumo online acumula. El porcentaje de consumo conjunto con el grupo de edad 24-34 años y 35-44 representa casi el 75%.

Gráfico 4.2.3
Porcentaje de acceso a Internet por dispositivos.
Argentina. 2013

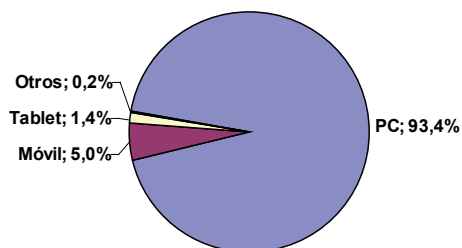
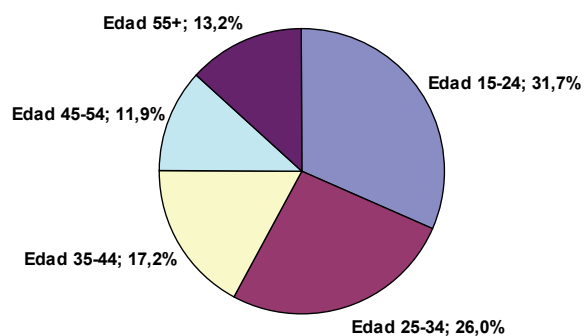


Gráfico 4.2.4
Porcentaje de consumo online por edades. Argentina. 2013





BOLIVIA

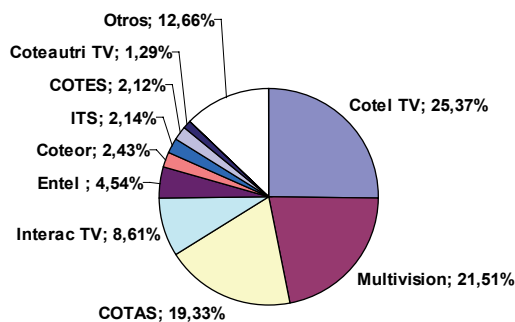
Los datos más destacados del panorama televisivo y digital boliviano son:

- La transición digital de la TTV se completará en 2020.
- La distribución de la señal terrestre se realiza a través de 6 cadenas privadas y una pública (Bolivisión).
- Escasa penetración de la televisión de pago (10,7%).
- Bajo uso de Internet (30% de la población) en comparación con los países de la región.

<i>Cuadro 4.2.3</i>	
<i>Panorama televisivo y digital en Bolivia</i>	
<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	10,46
Censo de hogares (millones)	2,78
Recepción de la señal televisiva	TT, CAB, SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2010-2020
Cadenas generalistas de ámbito nacional	7
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	*
Penetración televisión de pago (porcentaje)	10,7
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	0,87
Líneas telefonía móvil (millones)	8,35
Usuarios de Internet (millones)	3,08
Host de Internet (millones)	0,18
Penetración de Internet (porcentaje)	30,0

Los operadores de televisión de pago Cotel TV (25,3%), Multivisión (21,5%) y COTAS (19,3%) acumulan el 66,1% del mercado total de abonados.

Gráfico 4.2.5
Porcentaje de abonados por operadores de TV de pago. Bolivia. 2013





BRASIL

Los datos destacados del panorama televisivo y digital brasileño son:

- Compromiso de completar la transición digital de la TTV en 2016.
- Consumo medio de televisión (216 minutos por persona y día).
- Masivo uso de Internet (88,4 millones de usuarios únicos y 35,6 horas mensuales consumidas por usuario).

<i>Cuadro 4.2.4</i>	
<i>Panorama televisivo y digital en Brasil</i>	
<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	201,00
Censo de hogares (millones)	67,56
Recepción de la señal televisiva	DTT, TT, CAB, SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2007-2016
Cadenas generalistas de ámbito nacional	10
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	216
Penetración televisión de pago (porcentaje)	33,8
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	43,02
Líneas telefonía móvil (millones)	244,35
Usuarios de Internet (millones)	88,49
Host de Internet (millones)	26,57
Penetración de Internet (porcentaje)	45,6
Audiencia Internet (millones visitantes únicos)	62,1
Horas online mensuales por usuario	35,6
Videos online mensuales por usuario	176,6

El consumo de televisión en 2012 sitúa a Brasil en el puesto 43 del ranking mundial sobre un total de 92 territorios. El uso de la televisión disminuye en 9 minutos respecto a 2011.

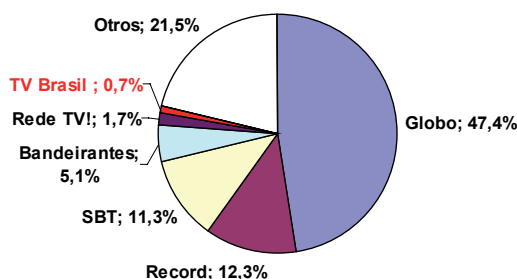
La cadena más popular es Globo (40%) que junto con Record (13,7%) y SBT (14%) acumulan una cuota conjunta superior al 67%. La televisión pública solo obtiene el 1,1%.

<i>Cuadro 4.2.5</i>			
<i>Consumo televisivo y cuota de cadenas en Brasil</i>			
<i>Consumo de televisión por persona (minutos)</i>			
Universo	2010	2011	2012
Personas 4+	222	225	216
Posición ranking mundial	36°	39°	43°
<i>Cuota de pantalla por canales (porcentaje)</i>			
Canal	2010	2011	2012
Globo	42,4	40,0	40,0
Record	16,0	16,0	13,7

SBT	13,3	14,0	14,0
Bandeirantes	5,2	5,0	4,9
Rede TV!	2,6	2,0	1,7
TV Brasil (pública)	1,3	1,0	1,1
Otros	19,2	22,0	24,6

Las cadena líder Globo aumenta su cuota de pantalla en el *prime time* (+7,4 puntos) a costa de sus rivales más directos (Record y SBT). La cuota conjunta en la franja de máximo consumo de las tres cadenas más vistas alcanza el 71% (+3,3 puntos, frente a la cuota total).

Gráfico 4.2.6
Cuota de pantalla de cadenas en Prime Time. Brasil. 2012



El uso del PC (portátil/fijo) para el acceso a Internet es el más común en Brasil (93,5%) seguido a mucha distancia del teléfono móvil/celular (4,4%).

El grupo de población de 15-24 años es el que más tiempo de consumo online acumula (31,6%). El porcentaje de consumo conjunto de las personas comprendidas entre 15 y 44 años representa el 77,3%.

Gráfico 4.2.7
Porcentaje de acceso a Internet por dispositivos. Brasil. 2013

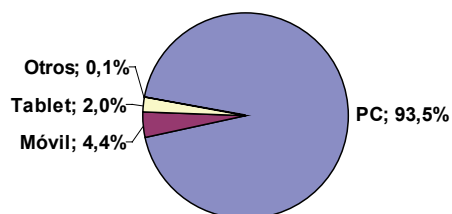
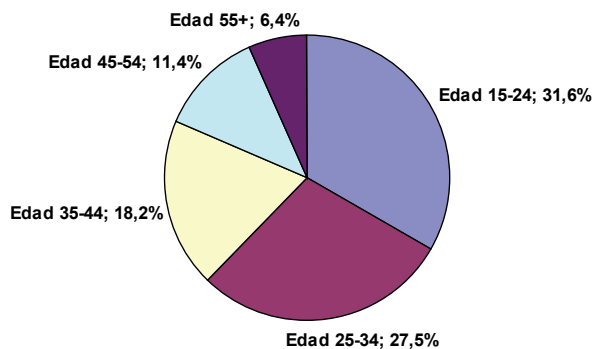


Gráfico 4.2.8
Porcentaje de consumo online por edades. Brasil. 2013





CHILE

Los datos destacados del panorama televisivo y digital chileno son:

- Compromiso de completar la transición digital de la TTV en 2018.
- El consumo de televisión asciende a 220 minutos por persona y día.
- La penetración de la TV de pago es del 63,9% y la de Internet del 58,6%.

<i>Cuadro 4.2.6</i>	
<i>Panorama televisivo y digital en Chile</i>	
<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	17,21
Censo de hogares (millones)	5,18
Recepción de la señal televisiva	TT, CAB, SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2011-2018
Cadenas generalistas de ámbito nacional	7
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	220
Penetración televisión de pago (porcentaje)	63,9
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	3,36
Líneas telefonía móvil (millones)	22,40
Usuarios de Internet (millones)	10,00
Host de Internet (millones)	2,15
Penetración de Internet (porcentaje)	58,6
Audiencia Internet (millones visitantes únicos)	5,7
Horas online mensuales por usuario	19,5
Videos online mensuales por usuario	144,0

El consumo de televisión por persona sitúa a Chile en el puesto 41 del ranking mundial sobre un total de 92 territorios. El visionado disminuye en 7 minutos respecto a 2011.

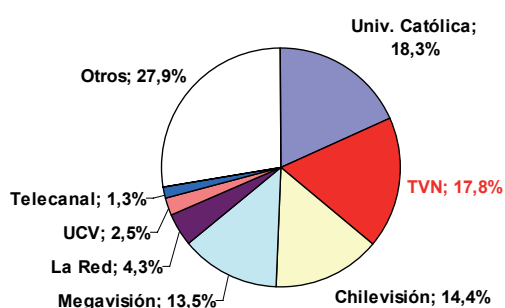
La cadena más popular es Universidad Católica (17,6%) que junto con Chilevisión (14%), Megavisión (13,8%) y el canal público TVN (15,7%) acumulan una cuota conjunta superior al 61%.

<i>Cuadro 4.2.7</i>			
<i>Consumo televisivo y cuota de cadenas en Chile</i>			
<i>Consumo de televisión por persona (minutos)</i>			
Universo	2010	2011	2012
Personas 4+	213	227	220
Posición ranking mundial	41°	36°	41°
<i>Cuota de pantalla por canales (porcentaje)</i>			
Canal	2010	2011	2012
Univ. Católica-CH 13	13,1	15,5	17,6
Chilevisión-CH11	17,1	17,9	14,0
Megavisión-CH9	17,6	15,9	13,8

TVN-CH7 (pública)	18,5	15,5	15,7
UCV-CH5	1,6	1,7	1,9
La Red-CH4	4,8	5,0	5,4
Telecanal	1,7	1,2	1,3
Otros	25,6	27,2	30,3

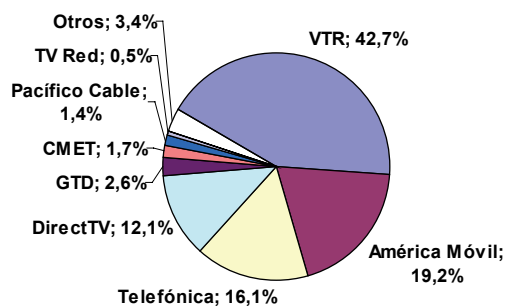
Las cadenas líderes Universidad Católica (18,3%) y TVN (17,8%) aumentan su cuota conjunta de pantalla en el *prime time* (+2,8 puntos). La cuota acumulada en la franja de máximo consumo de televisión por las cuatro cadenas más populares alcanza el 64% (+2,9 puntos frente a la cuota total).

Gráfico 4.2.10
Cuota de pantalla de cadenas en Prime Time. Chile. 2012



Los operadores de televisión de pago VTR (42,7%), América Móvil (19,2%), Telefónica (16,1%) y DirecTV (12,1%) acumulan el 90,1% del total de abonados.

Gráfico 4.2.11
Porcentaje de abonados por operadores de TV de pago. Chile. 2012



La utilización del PC (portátil/fijo) para el acceso a Internet es el más común en Chile (90,2%) seguido del teléfono móvil/celular (8,2%).

El grupo de población de 15-24 años es el que más tiempo de consumo online acumula (39,8%). El porcentaje de consumo conjunto de las personas comprendidas entre 15 y 44 años representa el 80,6%.

Gráfico 4.2.12
Porcentaje de acceso a internet por dispositivos. Chile. 2013

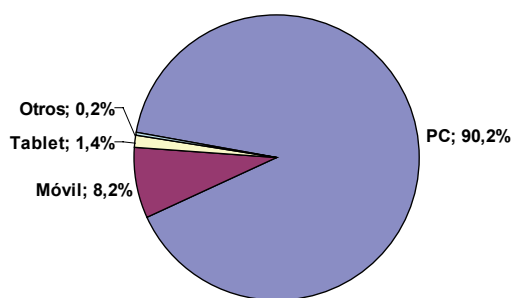
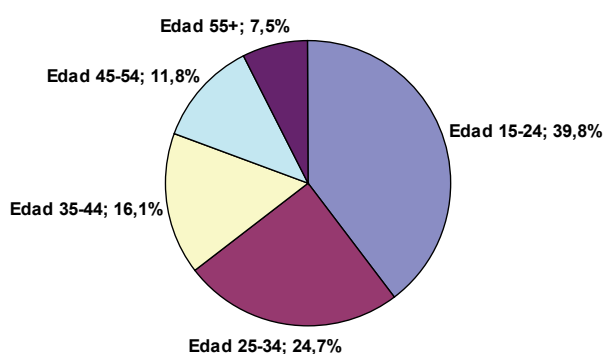


Gráfico 4.2.13
Porcentaje de consumo online por edades. Chile. 2013





COLOMBIA

Los datos destacados del panorama televisivo y digital colombiano son:

- Compromiso de completar la transición digital de la TTV en 2019.
- El consumo de televisión asciende a 212 minutos por persona y día.
- La penetración de la TV de pago es casi del 57% y la de Internet del 59,5%.

Cuadro 4.2.8

Panorama televisivo y digital en Colombia

<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	45,74
Censo de hogares (millones)	12,65
Recepción de la señal televisiva	TT, CAB, SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2011-2019
Cadenas generalistas de ámbito nacional	7
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	212
Penetración televisión de pago (porcentaje)	56,9
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	7,12
Líneas telefonía móvil (millones)	46,20
Usuarios de Internet (millones)	26,93
Host de Internet (millones)	4,41
Penetración de Internet (porcentaje)	59,5
Audiencia Internet (millones visitantes únicos)	10,0
Horas online mensuales por usuario	18,9

El consumo de televisión por persona sitúa a Colombia en el puesto 47 del ranking mundial sobre un total de 92 territorios. El visionado de televisión disminuye en 8 minutos respecto a 2011.

Las cadenas más populares son Caracol (26,3%) y RCN (24,3%), acumulando de forma conjunta más de un 50% de cuota de pantalla. La televisión pública Señal Colombia solo representa una cuota del 0,9%.

Cuadro 4.2.9

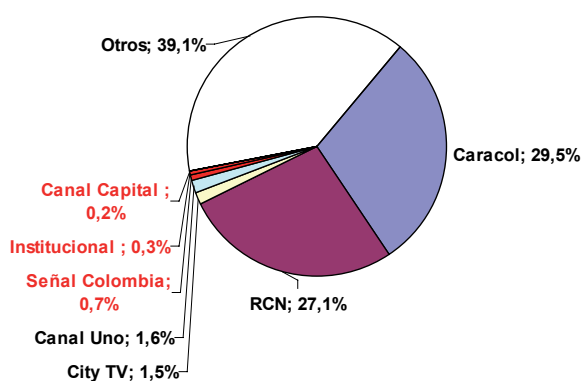
Consumo televisivo y cuota de cadenas en Colombia

<i>Consumo de televisión por persona (minutos)</i>			
Universo	2010	2011	2012
Personas 4+	*	220	212
Posición ranking mundial	*	41°	47°
<i>Cuota de pantalla por canales (porcentaje)</i>			
Canal	2010	2011	2012
Caracol	22,5	25,2	26,3
RCN	25,4	26,9	24,3
City TV	*	1,8	1,9

Canal Uno	1,2	1,0	0,9
Señal Colombia (pública)	1,3	0,9	0,9
Institucional (pública)	0,6	0,3	0,3
Canal Capital (pública)	*	0,3	0,2
Otros	51,0	43,6	45,2

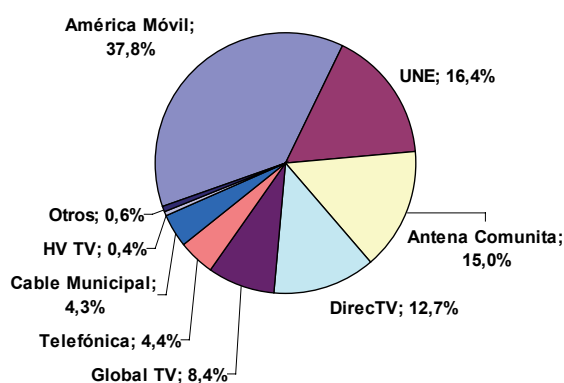
Las cadenas líderes Caracol (29,5%) y RCN (27,1%) aumentan su cuota individual y conjunta en el *prime time* (+6 puntos frente a la cuota total).

Gráfico 4.2.14
Cuota de cadenas en Prime Time. Colombia. 2012



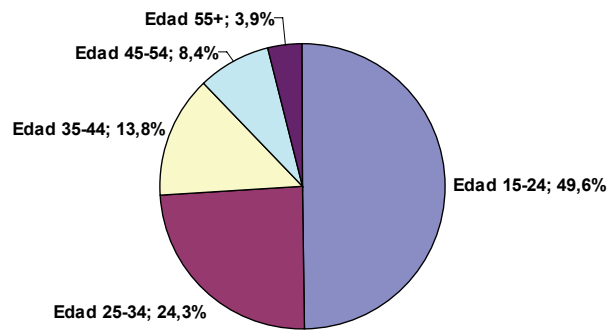
El mercado de la televisión de pago en Colombia está liderado por el operador América Móvil (37,8%) seguido de UNE (16,4%), Antena Comunita (15%) y DirecTV (12,7%)

Gráfico 4.2.15
Porcentaje de abonados por operadores de TV de pago. Colombia. 2012



El grupo de población de 15-24 años es el que más tiempo de consumo online acumula (49,6%). El porcentaje de consumo conjunto de las personas comprendidas entre 15 y 44 años representa el 87,7% en Colombia.

Gráfico 4.2.16
Porcentaje de consumo online por edades. Colombia. 2013





COSTA RICA

Los datos más destacados del panorama televisivo y digital costarricense son los siguientes:

- La transición digital de la TTV se completará en 2017.
- El consumo de televisión asciende a 202 minutos por persona y día.
- La penetración de la TV de pago supera el 60% y la de Internet es del 43,1%.

Cuadro 4.2.10

Panorama televisivo y digital en Costa Rica

<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	4,69
Censo de hogares (millones)	1,26
Recepción de la señal televisiva	TT, CAB, SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2011-2017
Cadenas generalistas de ámbito nacional	7
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	202
Penetración televisión de pago (porcentaje)	63,3
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	1,23
Líneas telefonía móvil (millones)	4,35
Usuarios de Internet (millones)	2,00
Host de Internet (millones)	0,14
Penetración de Internet (porcentaje)	43,1

El consumo de televisión sitúa a Costa Rica en el puesto 54 del ranking mundial sobre un total de 92 territorios. El visionado aumenta 25 minutos respecto a 2011.

Las cadenas más populares son Repretel Canal 6 (17,6%), Teletica Canal 7 (16,6%) y Repretel Canal 11 (12,5%), acumulando de forma conjunta casi un 47% de cuota de pantalla. La televisión pública Sinart Canal 13 solo representa el 1,8%.

Cuadro 4.2.11

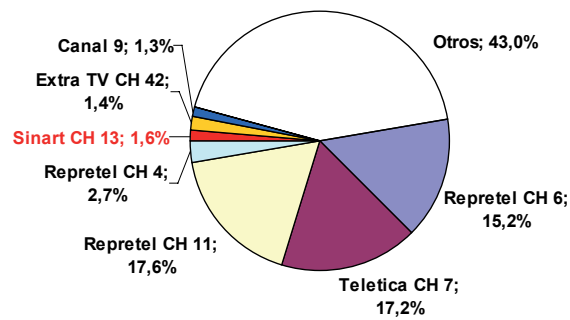
*Consumo televisivo y cuota de cadenas en Costa Rica**Consumo de televisión por persona (minutos)*

Universo	2011	2012
Personas 4+	177	202
Posición ranking mundial	71°	54°
<i>Cuota de pantalla por canales (porcentaje)</i>		
Canal	2011	2012
Repretel Canal 6	18,3	17,6
Teletica Canal 7	21,0	16,6
Repretel Canal 11	11,2	12,5
Repretel Canal 4	2,3	2,3
Sinart Canal 13 (pública)	1,7	1,8

Extra TV Canal 42	1,2	1,2
Canal 9	0,2	1,3
Otras	44,1	46,7

Las cadena líder Repretel CH 6 (15,2%) pierde cuota de pantalla en el *prime time* frente a sus rivales Teletica CH 7 (17,2%) y Repretel CH 11 (17,6%). La audiencia conjunta en la franja de máximo consumo de estas tres cadenas aumenta respecto a la audiencia anual (+3,3 puntos porcentuales).

Gráfico 4.2.17
Cuota de cadenas en Prime Time. Costa Rica. 2012





CUBA

Los datos más destacados del panorama televisivo y digital cubano son:

- El inicio de la digitalización de la televisión tendrá lugar a lo largo de 2013 y tiene previsto completarse en 2021.
- La distribución actual mayoritaria de la señal televisiva es terrestre.
- En el ámbito nacional operan cinco cadenas de propiedad pública.
- La penetración de Internet es del 23,2%.

<i>Cuadro 4.2.12</i>	
<i>Panorama televisivo y digital en Cuba</i>	
<i>Panorama Televisivo</i>	
Población (millones)	11.061.886
Hogares (millones)	3.931.643
Recepción de la señal televisiva	TT, SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2013-2021
Cadenas generalistas de ámbito nacional	5
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	1,19
Líneas telefonía móvil (millones)	1,31
Usuarios Internet (millones)	2,57
Internet hosts (millones)	0,003
Penetración Internet (%)	23,2



ECUADOR

Los datos más destacados del panorama televisivo y digital ecuatoriano son:

- La transición digital de la TTV se completará en 2020.
- El consumo de televisión asciende a 177 minutos por persona y día.
- La penetración de la TV de pago es del 30% y la de Internet supera el 43%.

Cuadro 4.2.13
Panorama televisivo y digital en Ecuador

<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	15,43
Censo de hogares (millones)	4,03
Recepción de la señal televisiva	TT, CAB, SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2010-2020
Cadenas generalistas de ámbito nacional	6
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	177
Penetración televisión de pago (porcentaje)	29,8
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	2,21
Líneas telefonía móvil (millones)	15,33
Usuarios de Internet (millones)	6,66
Host de Internet (millones)	0,17
Penetración de Internet (porcentaje)	43,8

El consumo de televisión por persona sitúa a Ecuador en el puesto 73 del ranking mundial sobre un total de 92 territorios. El visionado disminuye en 4 minutos respecto a 2011.

Las cadenas más populares son Ecuavisa (22,4%), Teleamazonas (20,4%), el canal público TC televisión (20,7% y Red Telesistema (18,7%), acumulando de forma conjunta un 82,2% de cuota de pantalla.

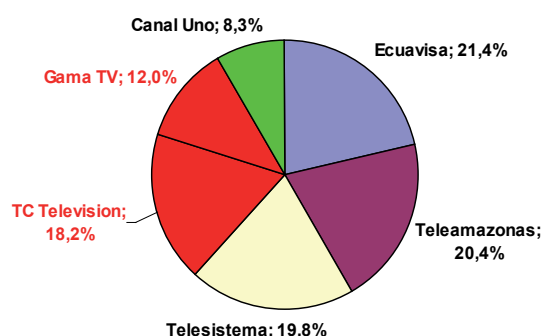
Cuadro 4.2.14
Consumo televisivo y cuota de cadenas en Ecuador
Consumo de televisión por persona (minutos)

Universo	2010	2011	2012
Personas 3+	*	181	177
Posición ranking mundial	*	69º	73º
<i>Cuota de pantalla por canales (porcentaje)</i>			
Canal	2010	2011	2012
Ecuavisa	19,8	16,2	22,4
Teleamazonas	18,2	15,8	20,4
TC Televisión (pública)	15,8	15,5	20,7
Red Telesistema	9,8	12,4	18,7
Gama TV (pública)	9,5	8,8	11,1

Canal Uno	4,9	5,2	6,8
Otras	22,0	26,1	0,0

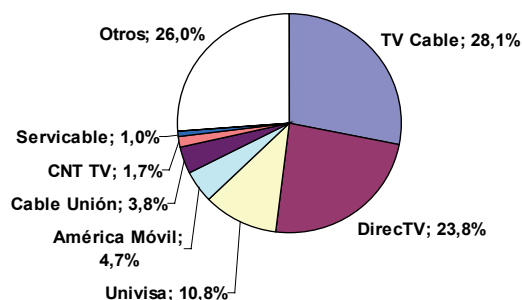
En el caso de Ecuador no todas las cadenas líderes aumentan su audiencia en el *prime time*: Ecuavisa (21,4%) y TC televisión (18,2%) pierden audiencia, Telemazonas (20,4%) mantiene su popularidad y Red Telesistema (19,8%) aumenta su audiencia. La cuota conjunta en el *prime time* disminuye ligeramente respecto a la total (-2,4 puntos porcentuales).

Gráfico 4.2.18
Cuota de pantalla de cadenas en Prime Time. Ecuador. 2012



El mercado de la televisión de pago en Ecuador está liderado por el operador TV Cable (28,1%) seguido por DirecTV (23,8%).

Gráfico 4.2.19
Porcentaje de abonados por operadores de TV de pago. Ecuador. 2012





EL SALVADOR

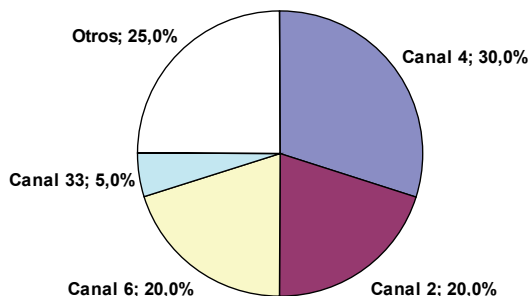
Los datos más destacados del panorama televisivo y digital salvadoreño son los siguientes:

- La transición digital de la TTV se completará en 2019.
- La penetración de la televisión de pago asciende al 32,1% y la de Internet supera al 24,5%.

<i>Cuadro 4.2.15</i>	
<i>Panorama televisivo y digital en El Salvador</i>	
<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	6,10
Censo de hogares (tmillones)	1,40
Recepción de la señal televisiva	TT, CAB, SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2017-2019
Cadenas generalistas de ámbito nacional	5
Penetración televisión de pago (porcentaje)	32,1
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	1,03
Líneas telefonía móvil (millones)	8,31
Usuarios de Internet (millones)	1,49
Host de Internet (millones)	0,02
Penetración de Internet (porcentaje)	24,5

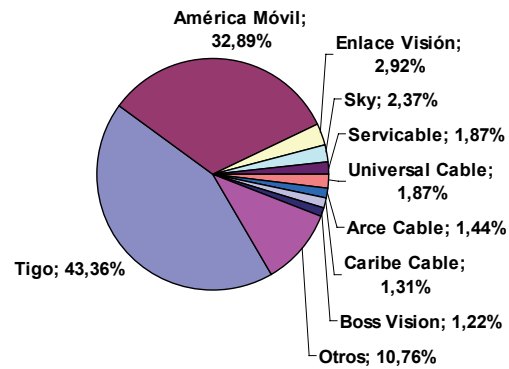
Los canales más populares en El Salvador son Canal 4 (30%), Canal 2 (20%), Canal 6 (20%) y Canal 33 (5%), acumulando una audiencia conjunta del 75%.

Gráfico 4.2.20
Cuota de pantalla de por canales. El Salvador. 2012



El mercado de la televisión de pago en Ecuador está liderado por el operador Tigo (43,3%) seguido por América Móvil (32,8%).

Gráfico 4.2.21
Porcentaje de abonados por operadores de televisión de pago. El Salvador. 2013





ESPAÑA

Los datos más destacados del panorama televisivo y digital español son los siguientes:

- La transición digital de la TTV se completó en 2012.
- El aprovechamiento del dividendo digital para potenciar servicios de telecomunicaciones se quiere concluir antes de 2015.
- El consumo de televisión asciende a 246 minutos por persona y día.
- La penetración de la TV de pago es del 23,5%, el uso de Internet afecta al 67,2% de la población y el consumo online mensual por usuario asciende a casi 24 horas.

<i>Cuadro 4.2.16</i>	
<i>Panorama televisivo y digital en España</i>	
<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	47,05
Censo de hogares (millones)	18,08
Recepción de la señal televisiva	DTT, CAB, SAT, IP
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2000-2010
Cadenas generalistas de ámbito nacional	6
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	246
Penetración televisión de pago (porcentaje)	23,5
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	19,86
Líneas telefonía móvil (millones)	52,59
Usuarios de Internet (millones)	31,60
Host de Internet (millones)	4,22
Penetración de Internet (porcentaje)	67,2
Audiencia Internet (millones visitantes únicos)	22,4
Horas online mensuales por usuario	23,8
Videos online mensuales por usuario	192,6

El consumo de televisión por persona sitúa a España en el puesto 22 del ranking mundial sobre un total de 92 territorios. El visionado aumenta en 7 minutos respecto a 2011.

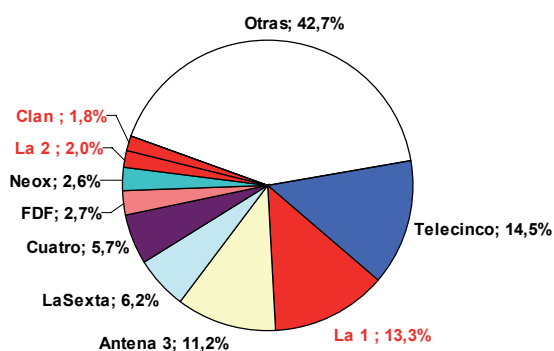
Las cadenas más populares son Telecinco (13,9%), Antena 3 (12,5%) y el canal público La 1 (12,2%), acumulando de forma conjunta un 38,6% de cuota de pantalla.

<i>Cuadro 4.2.17</i>			
<i>Consumo televisivo y cuota de cadenas en España</i>			
<i>Consumo de televisión por persona (minutos)</i>			
Universo	2010	2011	2012
Personas 4+	234	239	246
Posición ranking mundial	28°	25°	22°
<i>Cuota de pantalla por canales (porcentaje)</i>			
Canal	2010	2011	2012

Telecinco	14,6	14,2	13,9
Antena 3	11,7	11,5	12,5
La 1 (pública)	16,0	14,5	12,2
Cuatro	7,0	6,1	6,0
LaSexta	6,6	5,7	4,9
Clan (pública)	3,2	3,2	2,5
La 2 (pública)	3,1	2,6	2,5
Neox	2,2	2,7	2,6
Nova	1,5	1,5	1,6
FDF	1,5	2,6	2,9
Otras	32,6	35,4	38,4

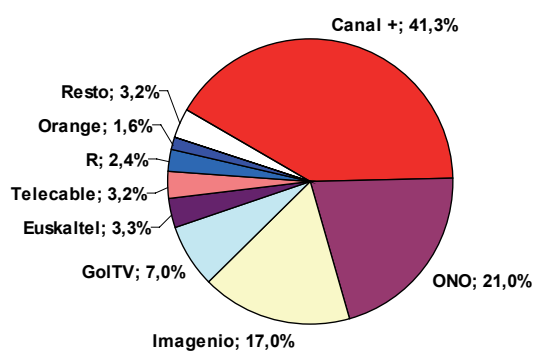
Las cadenas líderes Telecinco (14,5%) y La 1 (13,3%) aumentan su audiencia en el *prime time*. La cuota conjunta, incluyendo Antena 3 (11,2%), es del 39% (+0,4 puntos porcentuales frente al *share* anual).

Gráfico 4.2.22
Cuota de pantalla de cadenas en Prime Time. España. 2012



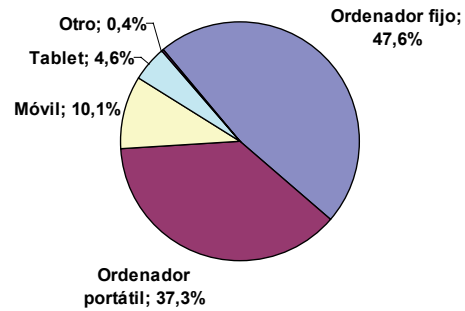
El mercado de la televisión de pago en España está liderado por el Canal + (41,3%), seguido de ONO (21%) e Imagenio-Telefónica (17%).

Gráfico 4.2.23
Porcentaje de abonados por operadores. España. 2012



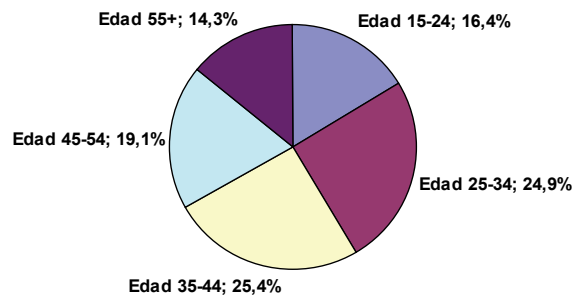
El uso del PC (portátil/fijo) para el acceso a Internet es el más corriente en España (84,9%) seguido del teléfono móvil/celular (10,1%) y del Tablet (4,6%).

Gráfico 4.2.24
Porcentaje de acceso a Internet por dispositivos. España. 2012



El grupo de población de 35-44 años es el que más tiempo de consumo online acumula (25,4%). El porcentaje de consumo conjunto de las personas comprendidas entre 15 y 44 años representa el 66,7%.

Gráfico 4.2.25
Porcentaje de acceso a Internet por edades. España. 2013





GUATEMALA

Los datos más destacados del panorama televisivo y digital guatemalteco son:

- La transición digital de la TTV se completará en 2018.
- El consumo de televisión asciende a 163 minutos por persona y día.
- La televisión pública está muy poco desarrollada en Guatemala.
- La penetración de la TV de pago es del 26,6% y la de Internet del 16,2%.

Cuadro 4.2.18

Panorama televisivo y digital en Guatemala

<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	14,37
Censo de hogares (millones)	2,95
Recepción de la señal televisiva	TT, CAB, SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2014-2018
Cadenas generalistas de ámbito nacional	7
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	163
Penetración televisión de pago (porcentaje)	26,6
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	1,62
Líneas telefonía móvil (millones)	20,71
Usuarios de Internet (millones)	2,28
Host de Internet (millones)	0,35
Penetración de Internet (porcentaje)	16,2

El consumo de televisión por persona sitúa a Guatemala en el puesto 85 del ranking mundial sobre un total de 92 territorios. El visionado de televisión aumenta en 10 minutos respecto a 2011.

Las cadenas más populares son Televisiete (13,2%), Canal 3 (9,9%), Trecevisión (6,7%) y Teleonce (6,3%), acumulando de forma conjunta un 36,1% de cuota de pantalla.

Cuadro 4.2.19

Consumo televisivo y cuota de cadenas en Guatemala

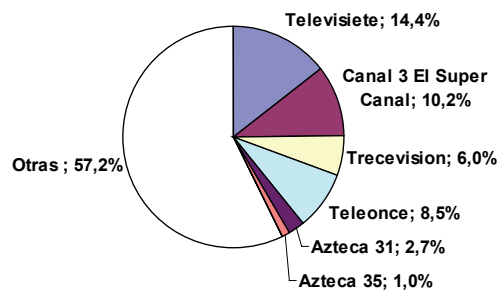
Consumo de televisión por persona (minutos)

Universo	2011	2012
Personas 3+	153	163
Posición ranking mundial	85°	85°
<i>Cuota de pantalla por canales (porcentaje)</i>		
Canal	2011	2012
Televisiete	15,6	13,2
Canal 3 El Super Canal	12,6	9,9
Trecevisión	9,1	6,7
Teleonce	7,1	6,3
Azteca 31	2,5	2,5

Azteca 35	0,7	0,8
Otras	52,4	60,6

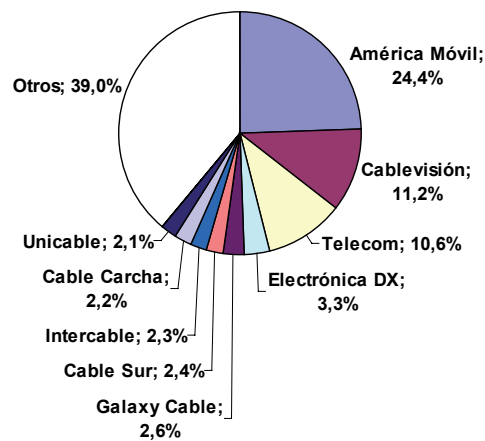
Las cadenas líderes Televisiete (14,4%), Canal 3 (10,2%) y Teleonce (8,5%) aumentan su audiencia en *prime time* mientras que Trecevisión (6%) pierde popularidad. La cuota conjunta es del 39,1% (+3 puntos porcentuales).

Gráfico 4.2.26
Cuota de cadenas en Prime time. Guatemala. 2012



El mercado de la televisión de pago en Guatemala está liderado por el operador América Móvil (24,4%), seguido de Cablevisión (11,2%) y Telecom (10,6%).

Gráfico 4.2.27
Porcentaje de abonados por operadores de TV de pago. Guatemala. 2012





HONDURAS

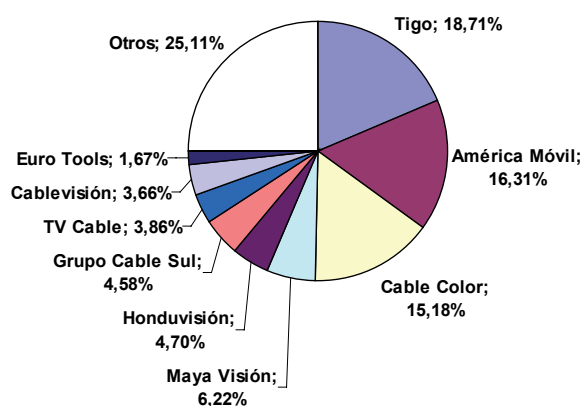
Los datos destacados del panorama televisivo y digital hondureño son:

- La transición digital de la TTV se completará en 2021.
- La distribución de la señal terrestre se realiza a través de cuatro cadenas privadas y una pública (TNH).
- La penetración de la TV de pago es del 34,8% y la de Internet del 15,9%.

El mercado de la televisión de pago en Honduras está liderado por el operador Tigo (18,75), seguido de América Móvil (16,3%) y Cable Color (15,1%).

<i>Cuadro 4.2.20</i>	
<i>Panorama televisivo y digital en Honduras</i>	
<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	8,44
Censo de hogares (millones)	1,73
Recepción de la señal televisiva	TT, CAB, SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2008-2021
Cadenas generalistas de ámbito nacional	5
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	*
Penetración televisión de pago (porcentaje)	34,8
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	0,60
Líneas telefonía móvil (millones)	8,06
Usuarios de Internet (millones)	1,31
Host de Internet (millones)	0,03
Penetración de Internet (porcentaje)	15,9

Gráfico 4.2.28
Porcentaje de abonados por operadores de TV de pago. Honduras.
2012





MEXICO

Los datos más destacados del panorama televisivo y digital mexicano son:

- La transición digital de la TTV se completará en 2015.
- El consumo de televisión por persona es de 199 minutos al día.
- La penetración de la TV de pago es del 40,5% y la de Internet del 36,5%.
- El consumo *online* mensual por usuario es de casi 19 horas y el número de videos visionados es de 125,4.

El consumo de televisión por persona sitúa a México en el puesto 60 del ranking mundial sobre un total de 92 territorios. El visionado de televisión disminuye en un minuto respecto a 2011.

Cuadro 4.2.21

Panorama televisivo y digital en México

<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	116,22
Censo de hogares (millones)	28,15
Recepción de la señal televisiva	DTT, TT, CAB, SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2004-2015
Cadenas generalistas de ámbito nacional	10
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	199
Penetración televisión de pago (porcentaje)	40,5
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	19,68
Líneas telefonía móvil (millones)	94,56
Usuarios de Internet (millones)	42,00
Host de Internet (millones)	16,23
Penetración de Internet (porcentaje)	36,5
Audiencia Internet (millones visitantes únicos)	24,3
Horas online mensuales por usuario	18,8
Videos online mensuales por usuario	125,4

Cuadro 4.2.22

Consumo televisivo y cuota de cadenas en México

<i>Consumo de televisión por persona (minutos)</i>			
Universo	2010	2011	2012
Personas 4+	199	200	199
Posición ranking mundial	53°	54°	60°
<i>Cuota de pantalla por canales (porcentaje)</i>			
Canal	2010	2011	2012
Canal 2 Nacional (Televisa)	20,9	20,5	22,5
Canal 5 Nacional (Televisa)	13,7	14,3	12,0
Canal 13 Nacional (TV Azteca)	12,0	12,5	10,7
Canal 7 Nacional (TV Azteca)	9,1	9,3	8,4

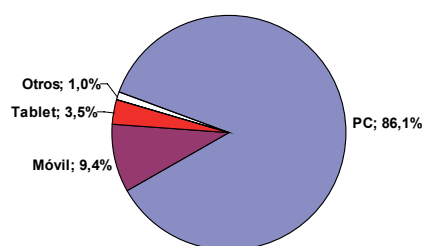
Canal 9 Nacional (Televisa)	8,3	7,5	5,3
Foro TV	0,6	1,6	1,6
Canal 11 (pública)	*	*	1,3
Canal 4 Nacional	2,0	*	*
Cadena 3	*	*	0,9
Canal 40 DF	*	*	0,5
Canal 22 DF (pública)	*	*	0,3
Otras	33,4	34,3	36,5

Las cadenas más populares son Canal 2-Televisa (22,5%), Canal 5-Televisa (12%) y Canal 13-TV Azteca (10,7%) y Canal 7-TV Azteca (8,4%), acumulando de forma conjunta un 53,6% de cuota de pantalla. La televisión pública en México tan solo tiene una cuota de pantalla del 1,3% (Canal 11).

Las cadenas líderes Canal 2 (25,6%) y Canal 7 (10,2%) ganan audiencia en el *prime time* con respecto al porcentaje anual, mientras que Canal 5 (10,7) y Canal 13 (10,5) pierden popularidad. La cuota conjunta de estas cuatro cadenas en el horario de máximo consumo es del 57% (+3,4 puntos porcentuales).

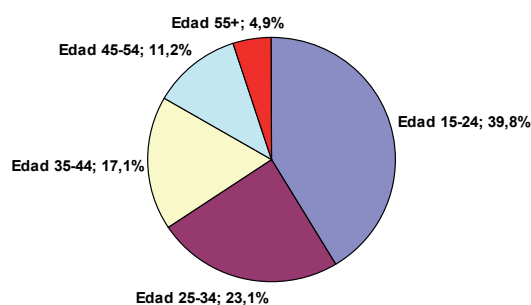
El uso del PC (portátil/fijo) para el acceso a Internet es el más común en México (86,1%) seguido del teléfono móvil/celular (9,4%) y del Tablet (3,5%).

Gráfico 4.2.30
Porcentaje de acceso a Internet por dispositivo. México. 2013



El grupo de población de 15-24 años es el que más tiempo de consumo online acumula (39,8%). El porcentaje de consumo conjunto de las personas comprendidas entre 15 y 44 años representa el 80%.

Gráfico 4.2.31
Porcentaje de acceso a internet por edades. México. 2013





NICARAGUA

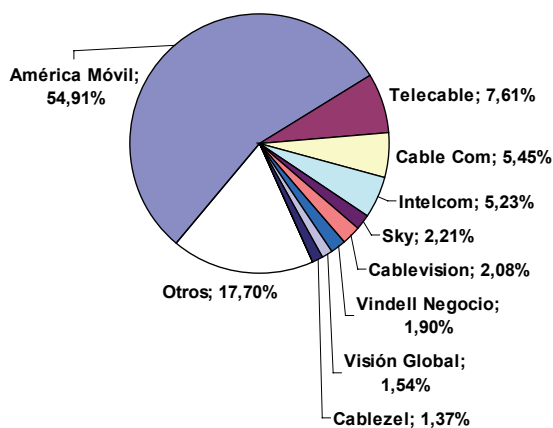
Los datos destacados del panorama televisivo y digital nicaragüense son:

- La transición digital de la TTV se completará en 2020.
- La distribución de la señal a nivel nacional se realiza a través de seis cadenas privadas y una pública (TPN).
- La penetración de la TV de pago es del 34,8% y la de Internet del 13,7%.

<i>Cuadro 4.2.23</i>	
<i>Panorama televisivo y digital en Nicaragua</i>	
<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	2,78
Censo de hogares (millones)	1,17
Recepción de la señal televisiva	TT, CAB, SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2014-2020
Cadenas generalistas de ámbito nacional	7
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	*
Penetración televisión de pago (porcentaje)	34,8
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	0,28
Líneas telefonía móvil (millones)	4,82
Usuarios de Internet (millones)	0,78
Host de Internet (millones)	0,29
Penetración de Internet (porcentaje)	13,7

El mercado de la televisión de pago en Nicaragua está liderado por el operador América Móvil (54,9%) y el resto del mercado está muy fragmentado.

Gráfico 4.2.32
Porcentaje de abonados por operadores de TV de pago. Nicaragua. 2013





PANAMA

Los datos destacados del panorama televisivo y digital panameño son:

- La transición digital de la TTV se completará en 2021.
- El consumo de televisión por persona es de 200 minutos al día.
- La penetración de la TV de pago es del 31,9% y la de Internet del 42,8%.

Cuadro 4.2.24

Panorama televisivo y digital en Panamá

<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	3,55
Censo de hogares (millones)	0,91
Recepción de la señal televisiva	TT, CAB, SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2011-2021
Cadenas generalistas de ámbito nacional	7
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	200
Penetración televisión de pago (porcentaje)	31,9
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	0,56
Líneas telefonía móvil (millones)	6,73
Usuarios de Internet (millones)	1,50
Host de Internet (millones)	0,01
Penetración de Internet (porcentaje)	42,8

El consumo de televisión por persona sitúa a Panamá en el puesto 59 del ranking mundial sobre un total de 92 territorios. El visionado de televisión aumenta en 13 minutos respecto a 2011.

Las cadenas con más audiencia son Telemetro (25%) y el canal público TVN-2 (22,6%) acumulando de forma conjunta un 47,6% de cuota de pantalla.

Cuadro 4.2.25

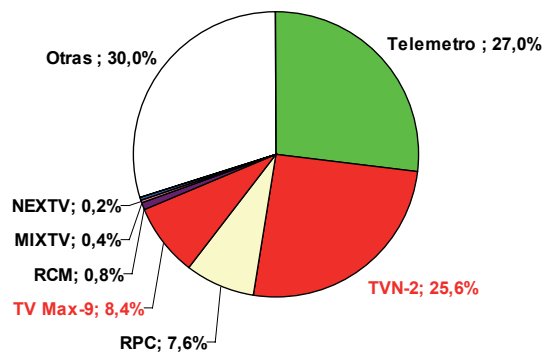
Consumo televisivo y cuota de cadenas en Panamá

<i>Consumo de televisión por persona (minutos)</i>		
Universo	2011	2012
Personas 3+	187	200
Posición ranking mundial	66°	59°
<i>Cuota de pantalla por canales (porcentaje)</i>		
Canal	2011	2012
Telemetro	22,9	25,0
TVN-CH 2	21,9	22,6
RPC	9,0	8,6
TV Max-CH 9	9,6	8,5
RCM	*	0,8

MIXTV	*	0,5
NEXTV	*	0,2
Otras	36,6	33,8

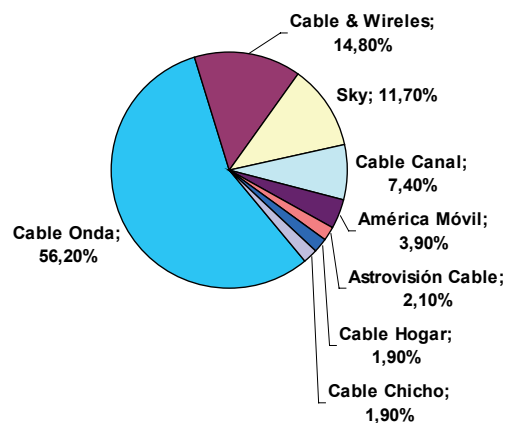
Las cadenas líderes Telemetro (27%) y TVN-2 (25,6%) ganan audiencia en el prime time con respecto al porcentaje anual. La cuota conjunta de estas dos cadenas el horario de máximo consumo es del 52,6% (+5 puntos porcentuales).

Gráfico 4.2.33
Cuota de cadenas en el Prime Time. Panamá. 2012



El mercado de la televisión de pago en Panamá está dominado por el operador Cable Onda (56,2%) y el resto del mercado está muy fragmentado.

Gráfico 4.2.34
Porcentaje de abonados por operadores de TV de pago. Panamá. 2012





PARAGUAY

Los datos destacados del panorama televisivo y digital paraguayo son:

- La transición digital de la TTV se completará en 2016.
- El consumo de televisión por persona es de 152 minutos al día.
- La penetración de la TV de pago es del 16% y la de Internet del 23,9%.

<i>Cuadro 4.2.33</i>	
<i>Panorama televisivo y digital en Paraguay</i>	
<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	6,62
Censo de hogares (millones)	1,61
Recepción de la señal televisiva	TT, CAB, SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2011-2016
Cadenas generalistas de ámbito nacional	7
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	152
Penetración televisión de pago (porcentaje)	16,0
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	0,37
Líneas telefonía móvil (millones)	6,52
Usuarios de Internet (millones)	1,56
Host de Internet (millones)	0,28
Penetración de Internet (porcentaje)	23,9

El consumo de televisión por persona sitúa a Paraguay en el puesto 88 del ranking mundial sobre un total de 92 territorios. El visionado disminuye en 7 minutos respecto a 2011.

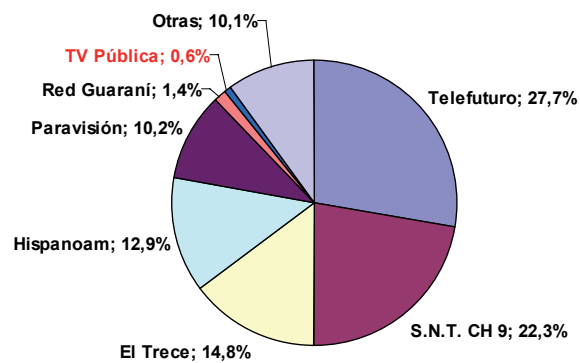
Las cadenas con más audiencia son Telefuturo (26,2%) y S.N.T. (22,1%), acumulando de forma conjunta un 48,3% de cuota de pantalla. La televisión pública no tiene mucho peso en Paraguay (0,5%).

<i>Cuadro 4.2.34</i>			
<i>Consumo televisivo y cuota de cadenas en Paraguay</i>			
<i>Consumo de televisión por persona (minutos)</i>			
Universo	2010	2011	2012
Personas 4+	137	159	152
Posición ranking mundial	82°	82°	88°
<i>Cuota de pantalla por canales (porcentaje)</i>			
Canal	2010	2011	2012
Telefuturo	24,0	24,8	26,2
S.N.T. CH 9	23,7	21,8	22,1
El Trece	15,5	16,7	14,1
Hispanoam	13,3	15,3	15,9
Paravisión	8,6	8,7	9,6

Red Guaraní	1,9	2,0	1,6
TV Pública	0,0	0,0	0,5
Otras	13,1	10,7	10,0

Las cadenas líderes Telefuturo (27,7%) y S.N.T. (22,3%) ganan audiencia en el *prime time* con respecto al porcentaje anual. La cuota conjunta de estas dos cadenas en el horario de máximo consumo es del 50% (+1,7 puntos porcentuales).

Gráfico 4.2.35
Cuota de cadenas en el Prime Time. Paraguay. 2012





PERU

Los datos destacados del panorama televisivo y digital peruano son:

- La transición digital de la TTV se completará en 2020.
- El consumo de televisión por persona es de 204 minutos al día.
- La penetración de la TV de pago es del 31,9% y la de Internet del 36,5%.
- La audiencia online de visitantes únicos asciende a 4,8 millones y el promedio de consumo *online* mensual es de 21,5 horas.

Cuadro 4.2.35

Panorama televisivo y digital en Perú

Panorama Televisivo	
Población estimada (millones)	29,84
Censo de hogares (millones)	7,56
Recepción de la señal televisiva	TT, CAB, SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2010-2020
Cadenas generalistas de ámbito nacional	9
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	204
Penetración televisión de pago (porcentaje)	31,9
Panorama Digital	
Líneas telefonía fija (millones)	3,68
Líneas telefonía móvil (millones)	32,46
Usuarios de Internet (millones)	10,78
Host de Internet (millones)	0,23
Penetración de Internet (porcentaje)	36,5
Audiencia Internet (millones visitantes únicos)	4,8
Horas online mensuales por usuario	21,5

El consumo de televisión por persona sitúa a Perú en el puesto 50 del ranking mundial sobre un total de 92 territorios. El visionado de televisión aumenta en 1 minuto respecto a 2011.

Cuadro 4.2.36

Consumo televisivo y cuota de cadenas en Perú

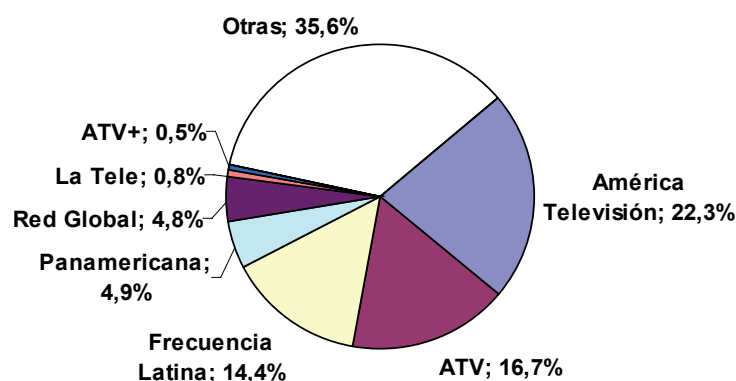
Consumo de televisión por persona (minutos)			
Universo	2010	2011	2012
Personas 4+	204	203	204
Posición ranking mundial	47°	50°	50°
Cuota de pantalla por canales (porcentaje)			
Canal	2010	2011	2012
América Televisión	24,5	21,3	20,3
ATV	14,9	13,3	13,9
Frecuencia Latina	13,0	13,2	13,3
Panamericana	4,9	5,6	4,4

Red Global	4,0	4,5	4,7
La Tele	1,5	0,9	1,1
ATV+	*	*	0,5
TNP (pública)	2,7	*	*
Otras	34,5	41,2	41,8

Las cadenas con más audiencia son América Televisión (20,3%), ATV (13,9%) y Frecuencia Latina (13,3%), acumulando de forma conjunta un 47,5% de cuota de pantalla. La televisión pública no tiene mucho peso en Perú.

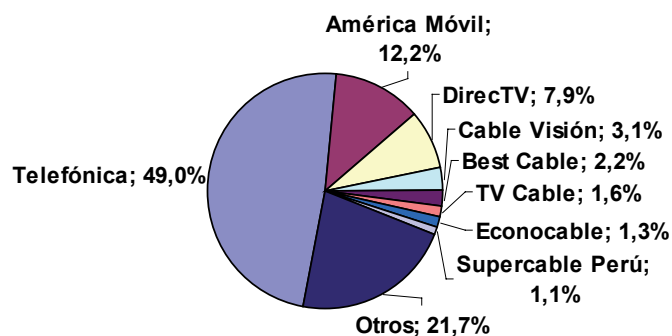
Las cadenas líderes América Televisión (22,3%), ATV (16,7%) y Frecuencia Latina (14,4%) ganan audiencia en el *prime time* con respecto al porcentaje anual. La cuota conjunta de las tres cadenas en este horario es del 53,4% (+5,9 puntos porcentuales).

Gráfico 4.2.36
Cuota de cadenas en Prime Time. Perú. 2012



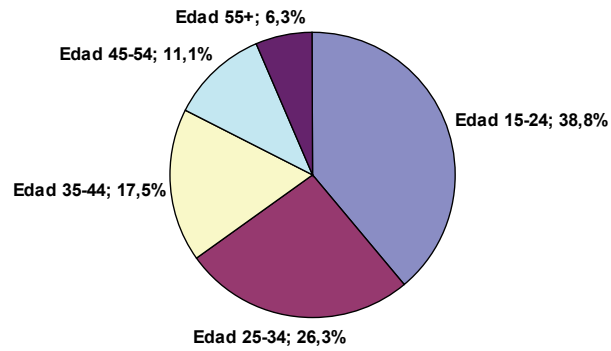
El operador de televisión de pago con más mercado en Perú es Telefónica con el 49% del total, seguido a gran distancia por América Móvil con el 12,2%.

Gráfico 4.2.37
Porcentaje de abonados por operadores de TV de pago. Perú. 2013



El grupo de población de 15-24 años es el que más tiempo de consumo online acumula (38,8%). El porcentaje de consumo conjunto de las personas comprendidas entre 15 y 44 años representa el 82,6%

Gráfico 4.2.38
Porcentaje de accesos a internet por edades. Perú. 2013





PORTUGAL

Los datos destacados del panorama televisivo y digital portugués son:

- La transición digital de la TTV se completó en 2012.
- El consumo de televisión por persona al día es muy elevado (284 minutos).
- La penetración de la TV de pago es del 37% y la de Internet del 55,2%.
- La audiencia de visitantes únicos asciende a 4,7 millones y el promedio de consumo online mensual es de 20,6 horas.

Cuadro 4.2.37

Panorama televisivo y digital en Portugal

<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	10,79
Censo de hogares (millones)	3,99
Recepción de la señal televisiva	DTT, CAB, SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2009-2012
Cadenas generalistas de ámbito nacional	5
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	284
Penetración televisión de pago (porcentaje)	37,0
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	4,53
Líneas telefonía móvil (millones)	12,33
Usuarios de Internet (millones)	5,95
Host de Internet (millones)	3,74
Penetración de Internet (porcentaje)	55,2
Audiencia Internet (millones visitantes únicos)	4,7
Horas online mensuales por usuario	20,6

El consumo de televisión por persona sitúa a Portugal en el décimo puesto del ranking mundial sobre un total de 92 territorios. El visionado de televisión aumenta en 65 minutos respecto a 2011.

Cuadro 4.2.38

Consumo televisivo y cuota de cadenas en Portugal

<i>Consumo de televisión por persona (minutos)</i>			
Universo	2010	2011	2012
Personas 4+	210	219	284
Posición ranking mundial	43°	42°	10°
<i>Cuota de pantalla por canales (porcentaje)</i>			
Canal	2010	2011	2012
TVI	27,5	25,7	24,2
RTP1 (pública)	24,2	22,7	13,9
SIC	23,4	21,6	21,7
RTP2 (pública)	5,3	4,5	3,4

SIC Noticias	2,1	2,5	1,5
AXN	1,3	1,3	1,7
Panda	1,2	1,2	1,6
Fox	1,1	1,2	1,3
Hollywood	1,1	1,3	2,1
Disney Channel	*	*	2,3
RTP Noticias (pública)	0,8	*	*
Otras	12,0	18,0	26,3

Las cadenas con más audiencia en Portugal son TVI (24,2%), SIC (21,7%) y el canal público RTP1 (13,9%), acumulando de forma conjunta casi un 60% de cuota de pantalla.

Las cadenas líderes TVI (28,2%) y SIC (25,4%) ganan audiencia en el *prime time* mientras que RTP1 (12,3%) pierde algo de cuota en este horario. El porcentaje conjunto de estas tres cadenas en la franja de máxima audiencia es del 65,9% (+6,1 puntos porcentuales).



PUERTO RICO

Los datos destacados del panorama televisivo y digital portorriqueño son:

- La transición digital de la TTV se completará en 2015.
- El consumo de televisión por persona al día es elevado (244 minutos).
- La penetración de la TV de pago es del 66% y la de Internet del 48%.
- La audiencia de visitantes únicos en la red asciende a 1,4 millones y el promedio de consumo online mensual es de casi 14 horas.

Cuadro 4.2.39

Panorama televisivo y digital en Puerto Rico

<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	3,67
Censo de hogares (millones)	1,63
Recepción de la señal televisiva	DTT, CAB, SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2009-2015
Cadenas generalistas de ámbito nacional	5
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	244
Penetración televisión de pago (porcentaje)	66,0
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	0,82
Líneas telefonía móvil (millones)	3,10
Usuarios de Internet (millones)	1,77
Host de Internet (millones)	0,00
Penetración de Internet (porcentaje)	48,0
Audiencia Internet (millones visitantes únicos)	1,4
Horas online mensuales por usuario	13,8

El consumo de televisión por persona sitúa a Puerto Rico en el puesto 23 del ranking mundial sobre un total de 92 territorios. El visionado de televisión disminuye en dos minutos respecto a 2011.

Cuadro 4.2.40

Consumo televisivo y cuota de cadenas en Puerto Rico

Consumo de televisión por persona (minutos)

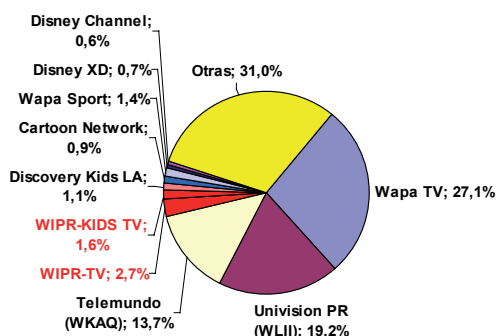
Universo	2010	2011	2012
Personas 2+	254	246	244
Posición ranking mundial	19°	19°	23°
<i>Cuota de pantalla por canales (porcentaje)</i>			
Canal	2010	2011	2012
Wapa TV	21,1	21,5	22,2
Univision PR (WLII)	22,4	20,1	19,4
Telemundo PR (WKAQ)	12,8	13,5	13,7
WIPR-PRTV (pública)	2,7	2	2,3

Discovery Kids LA	2,0	1,9	1,4
WIPR-KIDS TV (pública)	1,8	2,1	2,3
Disney Channel	1,6	1,3	1,0
Cartoon Network	1,4	1,4	1,1
Wapa Sport	1,2	1,1	1,1
Disney XD	*	*	0,9
Nick	1,2	*	*
Punto2 WKAQ	*	1,8	*
Otras	31,8	33,3	34,6

Las cadenas con más audiencia son Wapa TV (22,2%), Univisión PR (19,4%) y Telemundo PR (13,7%), acumulando de forma conjunta un 55,3% de cuota de pantalla. La televisión pública no tiene mucho peso en Puerto Rico (WIPR: 2,3%).

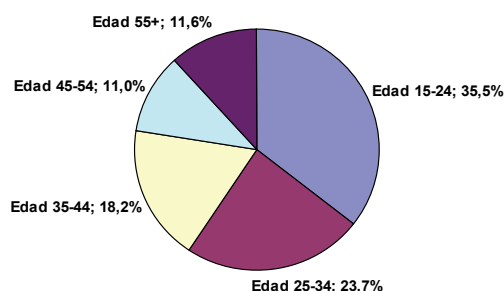
La cadena líder Wapa TV (27,1%) gana audiencia en el *prime time* mientras que sus competidoras Univisión (19,2%) y Telemundo (13,7%) mantienen su cuota en dicha franja. El porcentaje conjunto de los tres canales es del 65,9% (+4,7 puntos porcentuales frente a la cuota anual).

Gráfico 4.2.39
Cuota de cadenas en Prime Time. Puerto Rico. 2012



El grupo de población de 15-24 años es el que más tiempo de consumo *online* en Internet acumula (35,5%). El consumo conjunto de las personas comprendidas entre 15 y 44 años representa el 77,4%

Gráfico 4.2.40
Porcentaje de acceso a internet por edades. Puerto Rico. 2013





REPUBLICA DOMINICANA

Los datos destacados del panorama televisivo y digital dominicano son:

- La transición digital de la TTV se completará en 2015.
- El consumo de televisión por persona al día es de 164 minutos.
- La penetración de la TV de pago es del 48,1% y la de Internet del 45,6%.

<i>Cuadro 4.2.41</i>	
<i>Panorama televisivo y digital en República Dominicana</i>	
<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	10,21
Censo de hogares (millones)	2,66
Recepción de la señal televisiva	TT-CAB-SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2009-2015
Cadenas generalistas de ámbito nacional	9
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	164
Penetración televisión de pago (porcentaje)	48,1
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	1,04
Líneas telefonía móvil (millones)	8,77
Usuarios de Internet (millones)	4,64
Host de Internet (millones)	0,40
Penetración de Internet (porcentaje)	45,6

El consumo de televisión por persona sitúa a la República Dominicana en el puesto 84 del ranking mundial sobre un total de 92 territorios. El visionado de televisión aumenta en 24 minutos respecto a 2011.

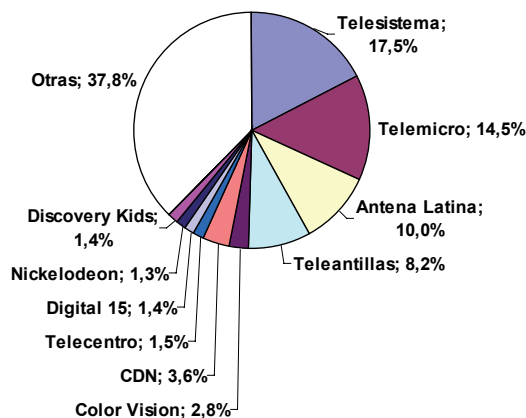
<i>Cuadro 4.2.42</i>			
<i>Consumo televisivo y cuota de cadenas en República Dominicana</i>			
<i>Consumo de televisión por persona (minutos)</i>			
Universo	2010	2011	2012
Personas 4+	137	140	164
Posición ranking mundial	82°	89°	84°
<i>Cuota de pantalla por canales (porcentaje)</i>			
Canal	2010	2011	2012
Telesistema	16,2	14,8	17,4
Antena Latina	12,2	12,6	11,5
Telemicro	11,2	10,3	12,7
Teleantillas	8,3	9,0	7,7
Color Vision	4,1	3,4	3,4
CDN	2,7	3,6	3,6
Telecentro	2,2	1,6	1,7

Digital 15	2,2	3,6	1,7
AME	1,3	*	*
CertTV (pública)	1,3	*	*
Nickelodeon	*	1,5	1,3
Discovery Kids	*	1,4	1,7
Otras	38,3	39,7	37,3

Las cadenas con más audiencia son Telesistema (17,4%), Antena Latina (11,5%), Telemicro (12,7%) y Teleantillas (7,7%), acumulando de forma conjunta un 49,3% de cuota de pantalla. La televisión pública no tiene mucho peso en la República Dominicana.

Las cadenas líderes Telesistema (17,5%), Telemicro (14,5%) y Teleantillas (8,2%) ganan audiencia en el *prime time* mientras que Antena Latina retrocede ligeramente (10%). El porcentaje conjunto de los cuatro canales en este horario, de máximo consumo, es del 50,2% (+0,9 puntos frente a la cuota anual).

Gráfico 4.2.41
Cuota de pantalla de cadenas en Prime Time. República Dominicana





URUGUAY

Los datos destacados del panorama televisivo y digital uruguayo son:

- La transición digital de la TTV se completará en 2015.
- El consumo de televisión por persona al día es de 203 minutos.
- La penetración de la TV de pago es del 56,4% y el uso de Internet del 55,9%.

<i>Cuadro 4.2.43</i>	
<i>Panorama televisivo y digital en Uruguay</i>	
<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	3,32
Censo de hogares (millones)	1,20
Recepción de la señal televisiva	TT, CAB, SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2013-2015
Cadenas generalistas de ámbito nacional	4
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	203
Penetración televisión de pago (porcentaje)	56,4
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	0,96
Líneas telefonía móvil (millones)	4,75
Usuarios de Internet (millones)	1,85
Host de Internet (millones)	1,03
Penetración de Internet (porcentaje)	55,9

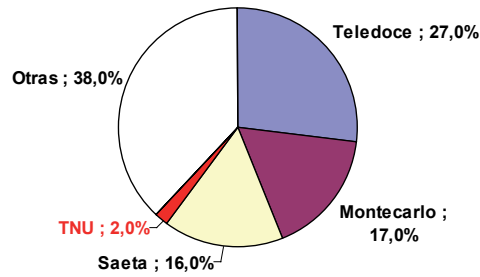
El consumo de televisión por persona sitúa a Uruguay en el puesto 53 del ranking mundial sobre un total de 92 territorios. El visionado de televisión aumenta en 9 minutos respecto a 2011.

<i>Cuadro 4.2.44</i>		
<i>Consumo televisivo y cuota de cadenas en Uruguay</i>		
<i>Consumo de televisión por persona (minutos)</i>		
Universo	2011	2012
Personas 4+	194	203
Posición ranking mundial	61°	53°
<i>Cuota de pantalla por canales (porcentaje)</i>		
Canal	2011	2012
Teledoce (canal 13)	27,0	26,0
Montecarlo (Canal 4)	19,0	16,0
Saeta (Canal 10)	17,0	15,0
TNU (Canal 5) (pública)	3,0	3,0
Otras	34,0	40,0

Las cadenas con más audiencia son Teledoce (26%), Montecarlo (16%) y Saeta (15%), acumulando de forma conjunta un 57%. La televisión pública no tiene mucho mercado en Uruguay (TNU: 2%).

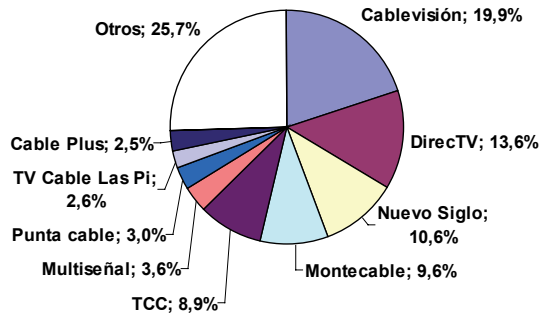
Las cadenas líderes Teledoce (27%), Montecarlo (17%) y Saeta (16%) ganan audiencia en el *prime time*. El porcentaje conjunto de los tres canales en este horario es del 60% (+3 puntos frente a la cuota anual).

Gráfico 4.2.42
Cuota de cadenas en Prime Time. Uruguay. 2012



El mercado de la televisión de pago está muy fraccionado en Uruguay, siendo los principales operadores Cablevisión (19,9%) y DirecTV (13,6%).

Gráfico 4.2.43
Porcentaje de abonados por operadores de TV de pago. Uruguay. 2013





VENEZUELA

Los datos destacados del panorama televisivo y digital venezolano son:

- La transición digital de la TTV se completará en 2021.
- El consumo de televisión por persona al día es de 162 minutos.
- La penetración de la TV de pago es del 63,6% y el uso de Internet del 41%.
- La audiencia *online* por visitantes únicos es de 5,7 millones y el consumo mensual por usuario es de 17,2 horas.

Cuadro 4.2.45

Panorama televisivo y digital en Venezuela

<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	28,45
Censo de hogares (millones)	7,42
Recepción de la señal televisiva	T, DTT, C, S
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2013-2021
Cadenas generalistas de ámbito nacional	10
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	162
Penetración televisión de pago (porcentaje)	63,6
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	7,33
Líneas telefonía móvil (millones)	28,78
Usuarios de Internet (millones)	12,09
Host de Internet (millones)	1,01
Penetración de Internet (porcentaje)	41,0
Audiencia Internet (millones visitantes únicos)	5,7
Horas online mensuales por usuario	17,2

El visionado de televisión por persona sitúa a Venezuela en el puesto 86 del ranking mundial sobre un total de 92 territorios. El consumo disminuye en 7 minutos respecto a 2011.

Cuadro 4.2.46

Consumo televisivo y cuota de cadenas en Venezuela

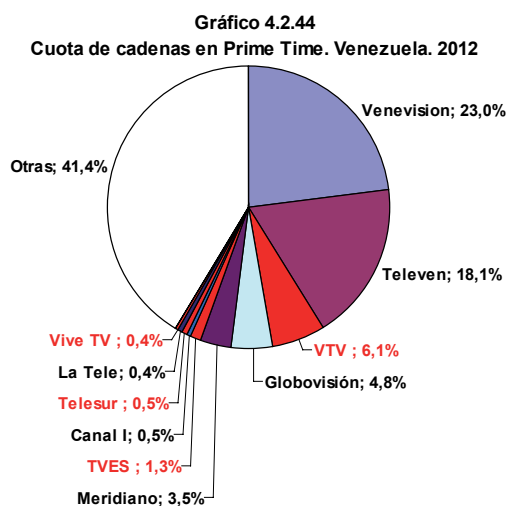
Consumo de televisión por persona (minutos)

Universo	2010	2011	2012
Personas 4+	172	169	162
Posición ranking mundial	71°	78°	86°
<i>Cuota de pantalla por canales (porcentaje)</i>			
Canal	2010	2011	2012
Venevisión	27,7	25,0	23,9
Televen	21,5	17,0	16,3
Globovision	4,3	3,9	4,4
VTV (pública)	4,2	4,8	6,2

Meridiano	3,0	3,1	2,6
TVES (pública)	1,6	1,7	1,8
Canal I	1,2	0,8	0,6
La Tele	0,5	0,5	0,5
VCR	0,6	*	*
Vive TV (pública)	*	0,5	0,5
Telesur (pública)	*	0,5	0,5
Otras	35,4	42,2	42,7

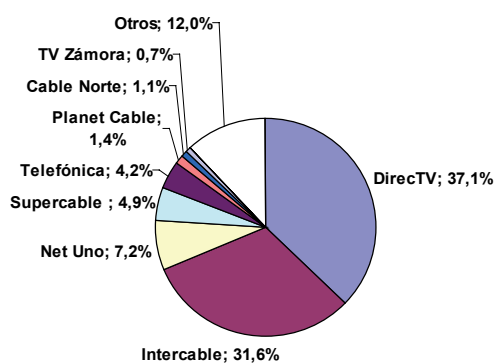
Las cadenas con más audiencia en 2012 son Venevisión (23,9%) y Televén (16,3%), acumulando de forma conjunta un 40,2%. El canal público VTV tiene una cuota del 6,2%.

La cadena líder anual Venevisión (23%) pierde audiencia en el prime time en favor de su rival Televén (18,1%). El porcentaje conjunto de ambos en este horario es del 41,1% (+0,9 puntos frente a la cuota anual).



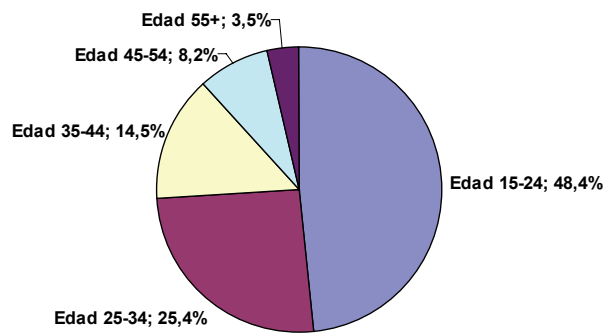
El mercado de la televisión de pago está dominado en Venezuela por DirecTV (37,1%) e Intercable (31,6%).

Gráfico 4.2.45
Porcentaje de abonados por operadores de TV de pago. Venezuela. 2013



El grupo de población de 15-24 años es el que más tiempo de consumo online en Internet acumula (48,4%). El consumo conjunto de las personas comprendidas entre 15 y 44 años representa el 88,3%.

Gráfico 4.2.46
Porcentaje de consumo online por edades. Venezuela. 2013





ESTADOS UNIDOS

Los datos destacados del panorama televisivo y digital en Estados Unidos son:

- La transición digital de la TTV se completará en 2015.
- El consumo de televisión por persona al día es de 292 minutos.
- La penetración de la TV de pago es del 86% y la de Internet del 78,1%.
- La audiencia *online* por visitantes únicos es de 215 millones y el consumo mensual por usuario es de 37,2 horas

El visionado de televisión por persona sitúa a Estados Unidos en el séptimo puesto del ranking mundial sobre un total de 92 territorios. El consumo disminuye en un minuto respecto a 2011.

<i>Cuadro 4.2.47</i>	
<i>Panorama televisivo y digital en USA</i>	
<i>Panorama Televisivo</i>	
Población estimada (millones)	316,66
Censo de hogares (millones)	116,71
Recepción de la señal televisiva	DTT, CAB, SAT
Fecha de inicio TDT y apagado analógico	2009-2015
Cadenas generalistas de ámbito nacional	11
Consumo de televisión (minutos/persona/día)	292
Penetración televisión de pago (porcentaje)	86,0
<i>Panorama Digital</i>	
Líneas telefonía fija (millones)	146,0
Líneas telefonía móvil (millones)	290,3
Usuarios de Internet (millones)	245,2
Host de Internet (millones)	505,0
Penetración de Internet (porcentaje)	78,1
Audiencia Internet (millones visitantes únicos)	215,0
Horas online mensuales por usuario	37,2
Videos online mensuales por usuario	213,0

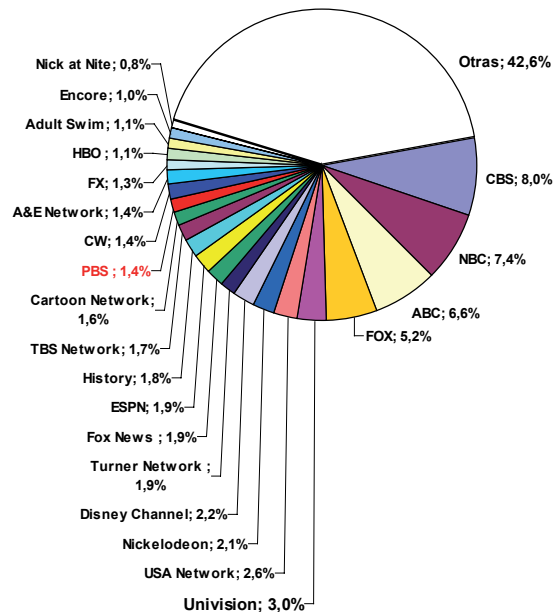
El mercado televisivo está muy fragmentado en USA. Únicamente, cuatro cadenas superan el 4% de cuota de pantalla: CBS (6,5%), NBC (6,4%), ABC (5,8%) y FOX (4,1%). La cuota conjunta es del 22,8%.

<i>Cuadro 4.2.48</i>				
<i>Consumo televisivo y cuota de cadenas en USA</i>				
<i>Consumo de televisión por persona (minutos)</i>				
Universo	2010	2011	2012	
Personas 2+	283	293	292	
Posición ranking mundial	10°	5°	7°	
<i>Cuota de pantalla por canales (porcentaje)</i>				
Canal	2010	2011	2012	
CBS	7,0	6,6	6,5	

NBC	6,3	5,7	6,4
ABC	*	6,1	5,8
FOX	6,2	4,5	4,1
Nickelodeon	3,9	3,6	2,9
Disney Channel	3,0	3,0	2,9
Nick at Nite	2,8	2,2	1,6
USA Network	2,4	2,4	2,2
Adult Swim	2,4	2,3	2,2
Turner Network TV	2,3	2,1	1,9
Univision	2,3	2,0	2,1
Fox News Channel	2,0	1,8	2,0
ESPN	1,9	1,7	1,7
CW	1,9	1,7	1,5
The Cartoon Network	1,8	1,8	1,9
TBS Network	1,6	1,4	1,5
PBS (pública)	1,3	1,3	1,3
History	1,3	1,4	1,6
A&E Network	1,3	1,3	1,3
HBO - The Works	1,3	*	1,2
Encore	*	1,3	1,2
FX	*	*	1,2
Otras	42,6	45,8	45,0

La audiencia de las cadenas líderes en prime time es la siguiente: CBS (8%), NBC (7,4%), ABC (6,6%) y FOX (5,2%). La cuota conjunta es 27,2% (+4,4% frente a la audiencia anual).

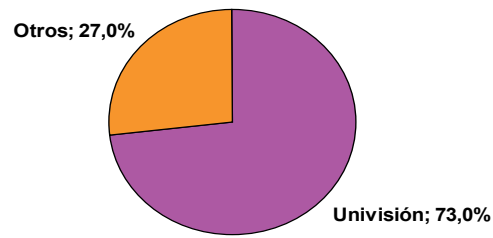
Gráfico 4.2.47
Cuota de pantalla de cadenas en Prime Time. USA 2012



Univisión es la cadena más popular entre la población hispana de USA, con un 2,1% de cuota de

pantalla anual, un 3% en el *prime time* global y un 73% de audiencia en el *prime time* de la población hispana.

Cuadro 4.2.48
Cuota de pantalla de Univisión en Prime Time. USA habla hispana.
2012



EL CAMINO PARA LOS
CREADORES DIGITALES

El camino para los creadores digitales

Por Carlos Biern

Como dice un buen amigo no estamos en un tiempo de cambios sino en un cambio de tiempos en el área de los contenidos audiovisuales.

El incremento de la audiencia exponencial a través de los nuevos dispositivos nos lleva a un tiempo donde todo el mundo cada día consume mucho más contenido que hace sólo 4 años.

Si voy en un avión y no me gusta una película siempre tendré algo en mi tableta. Si estoy en un viaje camino de mi trabajo en el metro seguro que será más divertido ver la serie que comenzó algo tarde en mi Smartphone que ver el modelo de zapatos de mi vecino de asiento. Si mis hijos se aburren mientras el camarero les trae su comida seguro que tengo una magnífica aplicación infantil que les pone los episodios que ellos quieran al momento. Si sigo teniendo que ir a realizar una gestión en el barrio y me encuentro con una interminable cola ¿por qué no ver el telediario? Y si encima nada de lo que veo en los 40 canales de mi tele me gusta tengo la posibilidad de ver cualquier serie o película nueva o antigua que quiera a través de mi smart TV sin tener que correr para ir al servicio en los anuncios comerciales.

Es un momento ideal para hacer que nuestros contenidos se muevan rápidamente por este sistema digital y más si nuestra audiencia tiene el potencial de convertirse en audiencia global.

Es un momento ideal en el que por fin los creadores de esas obras tienen herramientas digitales que les permitan expandir su talento y llegar directamente a la audiencia sin intermediarios. Un mundo donde además aquellos que nos facilitan que los contenidos sean gratuitos, los anunciantes, saben que las audiencias de sus programas son reales y pueden conocer la edad, el sexo o el lugar desde donde le ven al minuto. La audiencia ya no es un coeficiente ni una estadística: está directamente ahí en contacto con el contenido.

Los abonados a Netflix, Amazon y Hulu siguen aumentando en Estados Unidos y comienzan a expandirse a nivel mundial y los nuevos gadgets que convierten tu tele en una tele Smart siguen aumentando para tener contenidos infinitos y a demanda del usuario. Es más, los usuarios ya son capaces de ver el episodio de una serie el mismo día que se estrena a nivel mundial sin tener que esperar el doblaje o a la siguiente semana. E incluso puede ver los 13 o 26 episodios de la nueva temporada en sólo un par de días si así lo desean.

Las grandes cadenas y productoras, y los anunciantes, ya ven el presente así. Un mundo global y casi sin contratos territoriales para los productores o creadores. La interacción en contenidos transmedia donde la audiencia puede elegir el final o comentar en tiempo real en paralelo comienza a ser el siguiente paso para extender aún más rápido a través de las redes sociales los contenidos y la promoción publicitaria. Como dice la audiencia ¡Es cool, fashion y encima mola!

Para ello desde Europa y Latinoamérica debemos entender que no hay vuelta atrás y que los grandes de la distribución norteamericana ya han vencido en esta batalla una vez más. Apple, Google, Netflix o Amazon ya dominan el camino digital y la publicidad de internet gracias a sus dispositivos y redes de usuarios, llegando aún más lejos financiando ya directamente, en muchos casos las series que veremos el año que viene.

Los mejores guionistas y directores no miran ya al cine, ya sólo lo admiran. Hasta los grandes como George Lucas o Steven Spielberg hablan de los problemas para financiar sus películas de gran presupuesto viendo la tele a nivel mundial o los contenidos interactivos como el único y próximo camino.

Si analizamos los grandes números de Youtube nos encontraremos con una gran sorpresa: los videos musicales, los jugones que cuelgan sus videos para ver sus partidas o reinterpretan los juegos como si fueran películas donde ellos son los protagonistas (El llamado "Machinima") y la animación dan los grandes números a nivel mundial. ¿Podría alguien creérselo hace sólo un año?

Las marcas publicitarias para el sector juvenil ya se mueven ahí haciendo product placement en los videoclips (Miren cuántos relojes, gafas de sol, teléfonos, vodkas, champagne o zapatos aparecen en el próximo videoclip de Pitbull) o directamente creando contenidos y canales infantiles centrados en sus marcas como las grandes campañas de las jugueteras para luego vender muñecos, aplicaciones, cromos, conciertos, libros o videojuegos.

Lugares como Dubai, China o Las Vegas fomentan y financian producciones de alto presupuesto en cine norteamericano, para divulgar su cultura, su forma de promover el turismo o entender la vida protagonizadas por superhéroes del cómic, espías que conducen ultracoche o las más guapas modelos o actrices.

Los grandes números del cine de 2013 vuelven a ser un reinado para los productos de animación y familiares como casi siempre en los últimos años. Pixar o Dreamworks estrenaban un largo cada año hace sólo 5 años. Ahora estrenan hasta cuatro por año y todos con posibilidad de comercialización en 3D (=entradas más caras).

Todas estas acciones son sólo fruto de una rápida demanda de la audiencia que ha tenido reacción por parte de los creadores y los productores, casi siempre norteamericanos, con éxito. El problema viene cuando sólo se observa sin actuar y Europa ahí ha fallado ya que, por desgracia, no hay vuelta atrás y el dominio americano es un hecho.

En el mundo de la animación cuando comenzamos a pensar en el siguiente proyecto debemos pensar qué va a ocurrir dentro de 3 o 4 años cuando se lance. El camino de financiación y desarrollo actual no permite moverse más rápido aunque seguimos avanzando en el área de I+D para reducirlo. Todas las decisiones deben medirse con mucha previsión.

Afortunadamente los creadores no paran de pensar cómo crear y cómo ganarse la vida y en muchos casos deciden trasladar su vida a Miami, a California o a Asia para vivir lo que está ocurriendo en el área de contenidos digitales global y no llegar tarde a este cambio de tiempos. No hay mejor momento que este para formar a la gente joven en nuestra Europa, con un porcentaje brutal de paro, para saber desenvolverse creando y produciendo contenidos familiares o películas que puedan tener éxito a nivel mundial con un nuevo enfoque narrativo o financiero o desarrollando software sobre aplicaciones interactivas o webs que promuevan exponencialmente personajes que la gente pueda "customizar".

Solo existe un mundo global en este momento. En todo el mundo se habla de Messi, de Zara o de Penélope Cruz. En el nuevo mundo digital y en el que manda internet y la conexión en nuestros bolsillos los contenidos locales cada vez tienen menos futuro a nivel comercial. La territorialidad de los derechos audiovisuales e incluso de licencias comenzará a desaparecer en breve, y el vínculo entre la audiencia y los creadores a través del marketing en medios digitales será vital...

Los productores estamos cada vez más forzados a producir más contenido con menos presupuesto pero tenemos a nuestro favor todas las herramientas digitales tanto para realizarlas como para llevar a cabo el marketing pensando en este nuevo mundo.

Estoy convencido que mucha gente estaría dispuesta a pagar 2 o 3 EUROS de una película que se pueden cargar en su tarjeta de crédito cuando se estrene si ven un tráiler que le atraiga. También estoy convencido que el que se baja una película de forma ilegal prefiere verla gratis con publicidad y no sentirse un delincuente. Y no tengo ninguna duda de que hay compañías que gracias a este nuevo mundo cada vez tiene más ingresos, en un mundo en crisis, bien sea por el aumento de la publicidad o por ingresos de abonados a través del visionado.

Es un buen momento de poner a colocar a cada uno (distribuidores, televisiones y proveedores de contenidos) en su sitio para fomentar que el creador digital siga aprendiendo a utilizar todos estos ingredientes para cocinar el relleno de esta inmenso pan de hamburguesa (o casi mejor bocadillo si hablamos de algo europeo) digital que guste al actor más importante de este puzzle: la audiencia.

Carlos Biern: Consejero Delegado y Productor Ejecutivo a cargo del desarrollo creativo y la financiación y comercialización de series de animación en BRB Internacional/Screen 21, productora de series tan conocidas como «David el Gnomo», «Dartacán y los Tres Mosqueperros» o «La Vuelta al Mundo de Willy Fog». Su experiencia incluye más de 20 coproducciones premiadas y en emisión en Europa, Norteamérica y Asia con series como «Iron Kid», «Berni», «The Imp», «Khuda-yana», «Suckers», «Zoobabú», «Kambu» o «Animals». Previamente a estas funciones ejerció en BRB Internacional como responsable de Contenidos y Ventas Audiovisuales.

Antes de formar parte de Screen 21 y BRB Internacional trabajó en Tele 5 (Departamento de Producciones Ajenas) y Antena 3 (Departamento de Marketing). Estudió Cine y Ciencias Empresariales en la Universidad de Suffolk (Boston – Estados Unidos) y ha sido reconocido como Especialista Universitario en Dirección de Empresas Audiovisuales por la Universidad Carlos III de Madrid. Desde verano de 2011 es el Presidente de DIBOOS (Federación Española de Productoras de Animación) y miembro de la junta directiva de FAPAE (Federación Audiovisual de Productores Audiovisuales) en el apartado de Animación.



Identificamos
tus Obras

aribsan

Agencia Iberoamericana
del Registro ISAN

Luis Buñuel, 2. 3.º
Edificio EGEDA
Ciudad de la Imagen
Pozuelo de Alarcón
28223 Madrid

Teléfono: (34) 2 512 16 10
Fax: (34) 91 512 16 19

correo@aribsan.org
www.aribsan.org



CAPITULO V

LA FORMACIÓN AUDIOVISUAL EN IBEROAMÉRICA

INDICE

Introducción.

1. La formación Audiovisual en Iberoamérica. Centros de Formación reglada más representativos de carácter universitario.
2. Centros de Formación reglada, específica de cine, más representativos en Iberoamérica.
3. Iniciativas de formación no reglada más representativas en Iberoamérica y la experiencia Europea.

NOTA ACLARATORIA

- El objetivo del presente estudio es analizar la oferta académica de carácter universitario en los países Iberoamericanos, y con cierta orientación al mercado audiovisual con componentes de creatividad y desarrollo de proyectos audiovisuales.
- El nivel académico analizado corresponde a Licenciaturas, Grados, Graduação, según las condiciones de cada país.
- También se consideran los Masters / Mestrados/ Magisters y MBAs orientados al mercado de la Industria Audiovisual.
- En consecuencia no se analiza la formación de grado medio – no universitaria – en el sector, la formación puramente técnica ni los cursos de postgrado orientados a la investigación.



INTRODUCCION

1. Se han analizado un total de 1.353 Universidades o Centros Universitarios existentes en 22 países Iberoamericanos. De dichas Universidades, un total de 641 imparten estudios de Comunicación, generando un total de 1.060 Licenciaturas o Grados y 220 Magister/Mestrados/MBA relacionados de forma directa con las temáticas del sector Audiovisual.

2. La información disponible señala una sobreoferta de Licenciaturas o Grado en Periodismo o en Publicidad, lo que además de indicar un déficit significativo en otras materias se observa que la mayoría de las Universidades consideradas, ofrecen la misma temática con el riesgo de falta de especialización y en consecuencia que no sobresalgan por la calidad.

3. Existe un gran desequilibrio en la oferta de formación universitaria en temas audiovisuales entre los diferentes países aquí analizados, si lo comparamos con el conjunto de total de Universidades. Uruguay destaca con que el 83,33% de sus Universidades ofrece formación en comunicación y audiovisual en general, seguido de España con 78,3%, Brasil con 69,1% y Argentina con 62,2%. En el otro extremos se encuentran Nicaragua con el 15,5% y Puerto Rico con el 18,75%.

4. Hay una ausencia generalizada de centros y materias de formación, relacionadas con los aspectos del mercado: Producción creativa, aspectos legales, derechos de propiedad intelectual, marketing y distribución.

5. Las nuevas normativas europeas y la adaptación de los currículos universitarios a las normas de Bolonia, Espacio Europeo de Enseñanza Superior, han sido adaptados en los miembros europeos de la comunidad Iberoamericana, Portugal y España. Brasil, tiene una estructura de títulos universitario muy similar que los hace equiparables. Es decir, dan el título de Grado (Graduacao), que habilita al graduado para ejercer la profesión o el título de Licenciado que habilita para tareas docentes. El resto de los países utilizan mayoritariamente el conocido sistema de las Licenciaturas.

6. Se han analizado los Cursos de Postgrado con especial atención a los Master y a los MBA. Por una parte están claramente identificados los Master Universitarios en España y Portugal o los Mestrados en Stricto Senso de Brasil. Se trata de títulos universitarios reconocidos por el resto de las Universidades. Por otro lado están los Master o Magisters o Maestrías, títulos propios de las Universidades que los imparten. Por último están los tradicionales MBA (Master Business Administration), cursos orientados hacia las profesiones y que aunque impartido por instituciones universitarias no tienen rango académico. El total de master asciende a 220, de los que 115 son impartidos en España. El número de MBAs asciende a 10, de los que 9 son impartidos en Brasil.

7. Se han identificado doce instituciones en 9 países que imparten formación reglada y específica en cinematografía. Estas instituciones están radicadas en Argentina (2), Chile (2), Colombia, Cuba, España (2), México (3), Perú, Uruguay y Venezuela.

8. Hay una ausencia generalizada de cursos de carácter intensivo y de actualización que respondan al concepto de Formación Continua para profesionales en ejercicio. Entre las pocas identificadas destaca LATC (Brasil) y MBS (España).

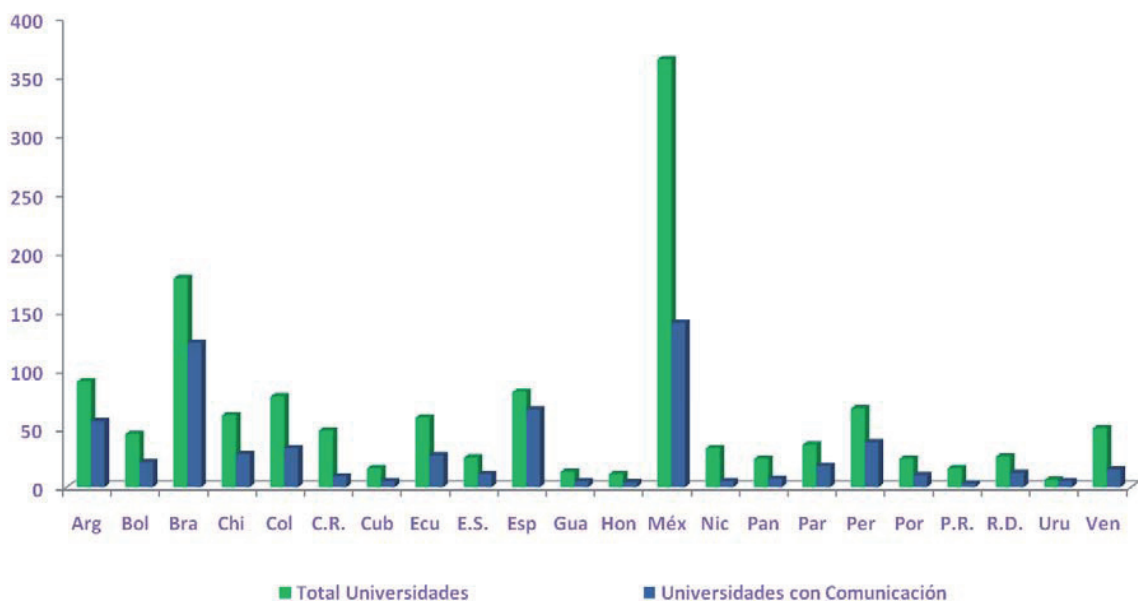
CUADRO N° 1

Numero de Universidades por Países y Universidades con Grado / Licenciatura en temas de Comunicación

	<i>Total Universidades</i>	<i>Universidades con Comunicación</i>	<i>% Comunicación</i>
Argentina	90	56	62,22
Bolivia	45	21	46,66
Brasil	178	123	69,10
Chile	61	28	45,90
Colombia	77	33	42,85
Costa Rica	48	9	18,75
Cuba	16	5	31,25
Ecuador	59	27	45,76
El Salvador	25	11	44,00
España	83	65	78,30
Guatemala	13	6	46,15
Honduras	11	4	36,36
México	365	140	38,35
Nicaragua	33	5	15,15
Panamá	24	7	29,16
Paraguay	36	18	50,00
Perú	67	38	56,71
Portugal	24	10	41,66
Puerto Rico	16	3	18,75
República Dominicana	26	12	46,15
Uruguay	6	5	83,33
Venezuela	50	15	30,00
Totales	1.353	641	47,37

GRAFICO N° 1

Cuadro resumen Universidades Totales y Universidades con Comunicación



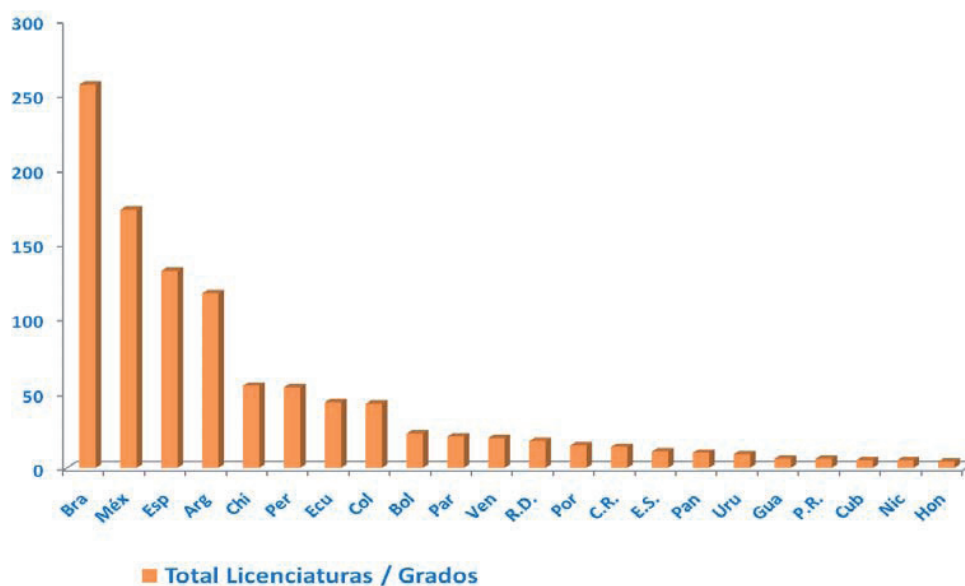
CUADRO N° 2

Total Grados / Licenciaturas relacionadas con la Comunicación en cada país

	<i>Licenciaturas / Grado</i>
Argentina	137
Bolivia	24
Brasil	256
Chile	54
Colombia	43
Costa Rica	14
Cuba	5
Ecuador	39
El Salvador	11
España	136
Guatemala	8
Honduras	4
México	174
Nicaragua	5
Panamá	9
Paraguay	21
Perú	53
Portugal	15
Puerto Rico	6
Rep. Dominicana	18
Uruguay	9
Venezuela	19
Totales	1.060

GRAFICO N° 2

Total Licenciaturas / Grados Universidades



CUADRO N° 3

Numero de Master Universitarios / Mestrados in stricto sensu, Maestrias y Master en temas del sector Audiovisual, por Países

	<i>Master/Mestrados</i>	<i>MBA</i>
Argentina	12	0
Bolivia	1	0
Brasil	30	9
Chile	15	0
Colombia	5	0
Costa Rica	1	0
Cuba	0	0
Ecuador	1	0
El Salvador	0	0
España	115	1
Guatemala	1	0
Honduras	0	0
México	17	0
Nicaragua	0	0
Panamá	1	0
Paraguay	3	0
Perú	1	0
Portugal	6	0
Puerto Rico	0	0
Rep. Dominicana	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	1	0
Totales	210	10

GUIA SOBRE LA FORMACION AUDIOVISUAL EN IBEROAMERICA

I.- LA FORMACION AUDIOVISUAL EN IBEROAMERICA. CENTROS DE FORMACIÓN REGLADA MAS REPRESENTATIVOS DE CARÁCTER UNIVERSITARIO.



ARGENTINA

En Argentina se identifican 90 Centros Universitarios, entre Institutos y Universidades Públicas y Privadas. De ellas 56 tiene algún tipo de carrera de Grado o Licenciatura y Maestría relacionados con la Comunicación y son las siguientes:

1. **Universidad de Buenos Aires (UBA). Argentina.** Miembro CIBA. www.uba.ar
 - a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
 - b. Maestría en Comunicación y Cultura
 - c. Maestría en Periodismo
2. **Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Buenos Aires. Argentina.** www.uces.edu.ar
 - a. Grado en Publicidad
 - b. Grado en Relaciones Publicas
 - c. Grado en Periodismo
 - d. Grado en Cinematografía
 - e. Grado en Dirección Integral en TV
3. **Universidad Nacional de Córdoba. Argentina.** www.unc.edu.ar
 - a. Licenciatura en Cine y TV
 - b. Licenciatura en Comunicación Social
4. **Universidad Nacional de Entre Ríos. UNER. Argentina.** www.uner.edu.ar
 - a. Licenciatura en Comunicación Social
5. **Universidad Nacional de San Martín. Argentina.** www.unsam.edu.ar
 - a. Licenciatura en Comunicación Audiovisual
6. **Universidad Nacional de General Sarmiento. UNGS. Argentina.** www.ungs.edu.ar
 - a. Licenciatura en Comunicación
7. **Universidad Nacional de Juyuy. Argentina.** www.unju.edu.ar
 - a. Licenciatura en Comunicación Social
8. **Universidad Nacional La Plata. Argentina.** www.unlp.edu.ar
 - a. Grado en Comunicación Audiovisual
 - b. Licenciatura en Artes Audiovisuales – Guión
 - c. Licenciatura en Artes Audiovisuales – Realización y Dirección de Fotografía.
 - d. Maestría en Periodismo y Medios de Comunicación

- 9. Universidad Nacional de La Rioja. Argentina.** www.unlar.edu.ar
- Licenciatura en Comunicación Social
 - Licenciatura en Comunicación Social- Periodismo
 - Licenciatura en Comunicación Social- Publicidad y Comunicación Institucional
- 10. Universidad Nacional Lomas de Zamora. Argentina.** www.unlz.edu.ar
- Licenciatura en Periodismo
 - Licenciatura en Publicidad
 - Licenciatura en Comunicación Social
 - Maestría en Comunicación
- 11. Universidad Nacional de Quilmes. Argentina.** www.unq.edu.ar
- Licenciatura en Comunicación Social
- 12. Universidad Nacional de Río Cuarto. Argentina.** www.unrc.edu.ar
- Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
- 13. Universidad Nacional de Salta. Facultad de Humanidades. Argentina.** www.unsa.edu.ar
- Licenciatura de Ciencias de la Comunicación
- 14. Universidad Nacional de San Juan. Argentina.** www.unsj.edu.ar
- Licenciatura en Comunicación Social
 - Tecnicatura Universitaria en Periodismo
 - Tecnicatura Universitaria en Publicidad y Propaganda
- 15. Universidad Nacional de San Luis. Argentina.** www.unsl.edu.ar
- Licenciatura en Comunicación Social
 - Licenciatura en Producción de Radio y TV
 - Licenciatura en Periodismo
- 16. Universidad Nacional de Villa María. Argentina.** www.unvm.edu.ar
- Licenciatura en Comunicación Social
 - Licenciatura de Ciencias de la Comunicación
 - Licenciatura en Diseño y Producción Audiovisual
- 17. Universidad Maimonides. Facultad de Humanidades, Ciencias Sociales y Empresariales. Buenos Aires. Argentina.** www.maimonides.edu.ar
- Licenciatura en Periodismo (A distancia)
 - Licenciatura en Tecnología Multimedial
- 18. Universidad Argentina John F. Kennedy. Departamento de Comunicación y Diseño. Buenos Aires. Argentina.** www.kennedy.edu.ar
- Licenciatura en Diseño Gráfico
 - Licenciatura en Publicidad
 - Licenciatura en Periodismo y Comunicaciones
- 19. Universidad CAECE. Departamento de Ciencias Sociales. Buenos Aires. Argentina.** www.ucaece.edu.ar
- Licenciatura en Comunicación Social
 - Licenciatura en Periodismo
 - Licenciatura en Publicidad.
 - Licenciatura en Diseño Gráfico y Comunicación Audiovisual
- 20. Universidad Argentina de la Empresa. Facultad de Comunicación y Diseño. Buenos Aires. Argentina.** www.uade.edu.ar
- Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
 - Licenciatura en Diseño Audiovisual
 - Licenciatura de Diseño Multimedia e Interacción

- d. Licenciatura en Gestión de Medios y Entretenimiento
- e. Licenciatura en Publicidad
- f. Licenciatura Conjunta en RRPP e Institucionales y Ciencias de la Comunicación.
- g. Maestría en Dirección Estratégica de la Información

21. Universidad Católica de Salta. Facultad de Artes y Ciencias. A Distancia. Argentina.

www.ucasal.net

- a. Licenciatura en Comunicaciones sociales
- b. Productor y Director para Radio y TV
- c. Licenciatura en Imagen y Sonido
- d. Licenciatura en Publicidad
- e. Licenciatura en Periodismo

22. Universidad Católica de Santa Fe. Facultad de Humanidades. Santa Fe. Argentina.

www.ucsf.edu.ar

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
- b. Licenciatura en Arte y Diseño Multimedial
- c. Tecnicatura en Diseño de Imagen y Sonido
- d. Tecnicatura en Realización Audiovisual
- e. Tecnicatura en Producción Radiofónica

23. Universidad Católica de Santiago del Estero. Facultad de Ciencias de la Educación. Argentina.

www.ucse.edu.ar

- a. Licenciatura de Comunicación Social.

24. Universidad de Belgrano. Facultad de Humanidades. Belgrano. Buenos Aires. Argentina.

www.ub.edu.ar

- a. Licenciatura en Producción y Dirección de TV, Cine y Radio
- b. Licenciatura en Relaciones Públicas

25. Universidad de Concepción del Uruguay. Facultad de la Comunicación y la Educación. Argentina.

www.ucu.edu.ar

- a. Licenciatura en Periodismo
- b. Licenciatura en Relaciones Públicas

26. Universidad de Morón. Facultad de Informática, Ciencias de la Comunicación y Especiales. Argentina.

www.unimoron.edu.ar

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
- b. Licenciatura en Diseño Gráfico Multimedial.
- c. Licenciatura en Diseño y Producción en Comunicación Multimedial
- d. Licenciatura en Periodismo
- e. Licenciatura en Publicidad

27. Universidad del Aconcagua. Facultades de Ciencias Sociales y Administrativas. Mendoza. Argentina.

www.uda.edu.ar

- a. Licenciatura en Publicidad

28. Universidad del Salvador. USAL. Facultad de Ciencias de la Educación y Comunicación Social. Buenos Aires. Argentina.

www.salvador.edu.ar

- a. Licenciatura en Periodismo
- b. Licenciatura en Relaciones Públicas
- c. Licenciatura en Publicidad
- d. Grado en Comunicación Social

29. Universidad de la Marina Mercante. Facultad de Jurídicas, Sociales y de la Comunicación. Buenos Aires. Argentina.

www.udemm.edu.ar

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
- b. Licenciatura en Relaciones Públicas

- 30. Universidad Juan Agustín Maza. Facultad de Periodismo. Mendoza. Argentina.**
www.umaza.edu.ar
- Licenciatura en Comunicación Social
 - Licenciatura en Publicidad
 - Tecnicatura Universitaria en Periodismo.
- 31. Universidad Adventista del Plata. Facultad de Humanidades, Educación y Ciencias Sociales. Argentina.** www.uapar.edu
- Licenciatura de Comunicación Social.
- 32. Universidad Austral. Facultad de Comunicación. Argentina.** www.austral.edu.ar
- Licenciatura en Comunicación Social
 - Maestría en Gestión de Contenidos (MGC)
- 33. Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Buenos Aires. Argentina.** www.uces.edu.ar
- Licenciatura en Publicidad
 - Licenciatura en Comunicación Social
 - Licenciatura en Relaciones Públicas
 - Licenciatura en Periodismo
 - Licenciatura en Diseño Gráfico y Comunicación Visual
 - Dirección Integral de Televisión
- 34. Universidad de Palermo. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires. Argentina.**
www.palermo.edu.ar
- Licenciatura en Comunicación Audiovisual
 - Licenciatura en Dirección Cinematográfica
 - Licenciatura en TV
 - Licenciatura en Comunicación y Creatividad Publicitaria.
 - Licenciatura en Diseño de Imagen y Sonido.
 - Especialidad en Construcción de Marcas (Posgrado)
- 35. Universidad de San Andrés. Departamento de Ciencias Sociales. Buenos Aires. Argentina.**
www.udes.edu.ar
- Grado en Comunicación
 - Maestría En Marketing y Comunicación.
 - Maestría en Periodismo
- 36. Universidad Blas Pascal. Córdoba. Argentina.** www.ubp.edu.ar
- Licenciatura en Comunicación Audiovisual
 - Licenciatura en Periodismo y Nuevos Medios
 - Licenciatura en Diseño Gráfico
- 37. Universidad de Flores. UFLO. Facultad de Psicología y Ciencias Sociales. Buenos Aires. Argentina.** www.uflo.edu.ar
- Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
- 38. Universidad de la Cuenca de la Plata. Facultad de Ciencias Sociales. Corrientes. Argentina.**
www.ucp.edu.ar
- Licenciatura en Tecnologías de la Comunicación.
 - Licenciatura en Publicidad
 - Licenciatura en Periodismo (a distancia)
- 39. Universidad de Congreso. UC. Facultad de Comunicación. Mendoza. Argentina.**
www.ucongreso.edu.ar
- Licenciatura en Comunicación.

40. Universidad Empresarial Siglo 21. Departamento de Comunicación y Diseño. Argentina. www.uesiglo21.edu.ar

- a. Licenciatura en Publicidad
- b. Licenciatura en Diseño Gráfico

41. Universidad Abierta Interamericana. UAI. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Argentina. www.uai.edu.ar

- a. Licenciatura en Diseño Gráfico
- b. Licenciatura en Periodismo
- c. Licenciatura en Producción y Realización Audiovisual
- d. Licenciatura en Publicidad
- e. Licenciatura en Relaciones Públicas
- f. Tecnicatura Universitaria en Guion de Producciones Audiovisuales
- g. Especialización en Periodismo Digital (Posgrado)

42. Universidad del Este. Facultad de Diseño y Comunicación. La Plata. Argentina. www.ude.edu.ar

- a. Licenciatura de Relaciones Publicas
- b. Licenciatura de Publicidad

43. Universidad Católica Argentina (UCA). Facultad de Ciencias Sociales, Políticas y De Comunicación. Argentina. www.uca.edu.ar

- a. Licenciatura en Comunicación Periodística,
- b. Licenciatura en Comunicación Publicitaria,
- c. Licenciatura en Comunicación Digital e Interactiva

44. Universidad del Cine (UCINE). Facultad de Cinematografía. San Telmo. Buenos Aires. Argentina . www.ucine.edu.ar

- a. Dirección Cinematográfica
- b. Guión Cinematográfico
- c. Iluminación y Cámara Cinematográfica
- d. Estenografía y Vestuario Cinematográfico
- e. Compaginación Cinematográfica
- f. Producción Cinematográfica
- g. Historia, Teoría y Crítica Cinematográfica
- h. Cine de Animación y Multimedia

45. Universidad FASTA. Facultad Ciencias de la Comunicación. Argentina. www.ufasta.edu.ar

- a. Licenciatura Comunicación Social

46. Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV). Argentina. www.undav.edu.ar

- a. Licenciatura en Periodismo

47. Universidad Nacional de Chilecito (UNDEC). Argentina. www.undec.edu.ar

- a. Licenciatura en Comunicación Social

48. Universidad Nacional de Cuyo (UNCU). Argentina. www.uncu.edu.ar

- a. Licenciatura en Comunicación Social

49. Universidad Nacional de La Matanza (UNLAM). Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales. Argentina. www.unlam.edu.ar

- a. Licenciatura en Comunicación Social

50. Universidad Nacional de La Pampa (UNLPAM). Facultad de Ciencias Humanas. Argentina. www.unlpam.edu.ar

- a. Licenciatura en Comunicación Social

51. Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco (UNP). Departamento de Comunicación Social. Argentina. www.unp.edu.ar

- a. Licenciatura en Comunicación Social

52. Universidad Nacional de Lanús (UNLA). Buenos Aires. Argentina. www.unla.edu.ar

- a. Licenciatura en Audiovisión,
- b. Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual

53. Universidad Nacional de Misiones (UNAM). Argentina. www.unam.edu.ar

- a. Licenciatura en Comunicación Social

54. Universidad Nacional de Río Negro (UNRN). Argentina. www.unrn.edu.ar

- a. Licenciatura en Comunicación Social

55. Universidad Nacional de Rosario (UNR). Argentina. www.unr.edu.ar

- a. Licenciatura en Comunicación Social

56. Universidad Nacional de Tucumán (UNT). Escuela Universitaria de Cine, Video y TV. Argentina. www.unt.edu.ar

- a. Licenciatura en Cinematografía,
- b. Licenciatura en Televisión,
- c. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación



BOLIVIA

En Bolivia están identificadas 45 Universidades de las que 21 ofrecen licenciaturas básicamente (23) en Comunicación (Social, Audiovisual, Periodismo, Publicidad, etc.), una Licenciatura en Diseño Gráfico y Producción Crossmedia y una Maestría en Administración de Sistemas de Información.

57. Universidad Católica Boliviana San Pablo. UCB. La Paz. Tarija. Cochabamba y Santa Cruz. Bolivia. www.ucb.edu.bo

- a. Licenciatura en Ciencias de Comunicación Social
- b. Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual

58. Universidad Privada del Valle. UNIVALLE. Facultad de Ciencias Empresariales y Sociales. Cochabamba. Bolivia. www.univalle.edu

- a. Licenciatura en Comunicación y Periodismo.
- b. Maestría en Administración de Sistemas de Información

59. Universidad Mayor de San Francisco Xavier de Chuquisaca. USFX. Bolivia. www.usfx.edu.bo

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social.

60. Universidad Privada de Ciencias Administrativas y Tecnológicas (UCATEC). Bolivia. www.ucatec.edu.bo

- a. Licenciatura en Comunicación Social,
- b. Licenciatura en Publicidad y Marketing

61. Universidad de Aquino Bolivia (UDABOL). Bolivia . www.udabol.edu.bo

- a. Licenciatura en Comunicación
62. **Universidad Privada Abierta Latinoamericana (UPAL). Bolivia.** www.upal.edu.bo
a. Licenciatura en Comunicación Social
63. **Universidad Privada Franz Tamayo (UNIFRANZ). Diseño y Tecnología Crossmedia. Bolivia.** www.unifranz.edu.bo
a. Licenciatura en Publicidad y Marketing,
b. Licenciatura en Diseño Gráfico y Producción Crossmedia
64. **Universidad Técnica Privada Cosmos (UNITEPC). Bolivia.** www.unitepc.edu.bo
a. Licenciatura en Comunicación Social
65. **Universidad Loyola. Facultad de Ciencias Sociales. Bolivia.** www.loyola.edu.bo
a. Licenciatura en Comunicación Social
66. **Universidad Privada Nuestra Señora de La Paz (UNSLP). Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Bolivia.** www.unslp.edu.bo
a. Licenciatura en Comunicación Publicitaria
67. **Universidad Saint Paul (USP). Facultad de Ciencias Sociales. Bolivia.** www.usp.edu.bo
a. Licenciatura en Comunicación Social
68. **Universidad Privada Cumbre. Bolivia.** www.cumbre.edu.bo
a. Licenciatura en Comunicación Social
69. **Universidad Bethesda (UNIBETH). Bolivia.** www.unibeth.edu.bo
a. Licenciatura en Comunicación Social
70. **Universidad Evangélica Boliviana (UEB). Facultad de Ciencias de la Comunicación y la Cultura. Bolivia.** www.ueb.edu.bo
a. Licenciatura en Comunicación Social
71. **Universidad Autónoma del Beni José Ballivián (UABJB). Facultad de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales. Bolivia.** www.uabjb.edu.bo
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social
72. **Universidad Mayor de San Simón (UMSS). Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Bolivia.** www.umss.edu.bo
a. Licenciatura en Comunicación Social
73. **Universidad Mayor de San Andrés (UMSA). Facultad de Ciencias Sociales. Bolivia.** www.umsa.edu.bo
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social
74. **Universidad Pública de El Alto (UPEA). Bolivia.** www.upea.edu.bo
a. Licenciatura en Comunicación Social
75. **Universidad Técnica de Oruro (UTO). Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales. Bolivia.** www.uto.edu.bo
a. Licenciatura en Comunicación Social
76. **Universidad Autónoma Gabriel Rene Moreno (UAGRM). Facultad de Humanidades. Bolivia.** www.uagrm.edu.bo
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
77. **Universidad Nacional Siglo XX (UNSXX), Bolivia.** www.unsxx.edu.bo
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social



BRASIL

En Brasil se han identificado 178 instituciones de carácter universitario, de las que 123 están relacionadas con el sector audiovisual con el siguiente desglose: 204 Grados/Licenciaturas en Comunicación (Social, Audiovisual, Periodismo, Publicidad, etc.), 36 en Cine / TV y 16 en Nuevos Medios. Se ofrecen 30 Mestrados y 9 MBAs, 27 de los cuales están relacionados con la Comunicación. Destacan los Grados en Animación y los Grados en Juegos Digitales ofrecidos en 5 Universidades.

78. **Universidade Católica de Brasília. UCB. Brasil.** www.ucb.br
 - a. Grado de Comunicación Social- Periodismo
 - b. Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda.
 - c. Mestrado en Comunicación
79. **Universidade Federal de Alagoas. Brasil.** www.ufal.edu.br
 - a. Grado en Comunicación Social - Periodismo.
 - b. Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda.
80. **Centro Estudios Superiores de Maceió. Cesmac. Brasil.** www.fejal.br
 - a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
 - b. Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda.
81. **Centro Universitario de Educación Superior de Amazonas. Brasil.** www.ciesa.br
 - a. Grado en Comunicación Social – Relaciones Publicas
82. **Universidade Federal de Acre. UFAC. Brasil.** www.ufac.br
 - a. Grado en Comunicación Social - Periodismo.
83. **Centro Universitario de Vila Velha. Brasil.** www.uvv.br
 - a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
 - b. Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda.
84. **Universidade del Estado de Bahia. Brasil.** www.uneb.br
 - a. Grado en Comunicación Social- Relaciones Públicas
 - b. Grado en Comunicación Social – Periodismo y Multimedia.
85. **Universidade Federal de Minas Gerais. UFMG. Brasil.** www.ufmg.br
 - a. Grado en Comunicación Social
 - b. Grado en Cine de Animación y Artes Digitales.
 - c. Mestrado en Comunicación Social
 - d. Mestrado de Ciencias de la Información
86. **Universidade Federal de Juiz de Fora. UFJF. Brasil.** www.ufjf.br
 - a. Grado en Periodismo
87. **Universidad Federal de San Joao del Rei. UFSJ. Brasil.** www.ufsj.edu.br
 - a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
88. **Universidade Federal de Ouro Preto. UFOP. Brasil.** www.ufop.br
 - a. Grado en Periodismo.

89. **Universidade Federal de Uberlândia. UFU. Brasil.** www.ufu.br
a. Grado en Comunicación Social – Periodismo.
90. **Universidade Federal de Ceará. UFC. Brasil.** www.ufc.br
a. Grado en Cine y Audiovisual
b. Grado en Comunicación Social - Periodismo
c. Grado en Comunicación Social - Publicidad y Propaganda
91. **Universidade de Fortaleza. UNIFOR. Centro de Ciencias Humanas. Brasil.** www.urifor.br
a. Grado en Periodismo.
b. Grado en Audiovisual y Nuevos Medios.
c. Grado en Publicidad y Propaganda.
92. **Universidade Federal de Mato Grosso del Sur. UFMS. Centro de Ciencias Humanas y Sociales. Brasil.** www.ufms.br
a. Grado en Comunicación Social – Periodismo.
93. **Universidade Católica Dom Bosco. UCDB. Brasil.** www.ucdb.br
a. Grado en Periodismo.
94. **Pontificia Universidad Católica de Minas Gerais. PUCMINAS. Brasil.** www.pucminas.br.
a. Grado en Periodismo.
95. **Universidade de Amazonía. UNAMA. Centro de Estudios Sociales Aplicados. Brasil.** www.unama.br
a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
b. Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda
96. **Instituto Estudios Superiores de Amazonía. IESAM. Brasil.** www.iesam.br
a. Grado en Comunicación Social – Multimedia
b. Grado en Comunicación Social – Relaciones Públicas
97. **Universidade Estatal de Paraiba. UEPB. Centro de Ciencias Sociales y Aplicadas. Brasil.** www.uepb.edu.br
a. Grado en Comunicación Social
98. **Universidad Federal de Paraiba. UFPB. Centro de Comunicación, Turismo y Artes. Brasil.** www.ufpb.br
a. Grado en Periodismo
b. Grado en Radiodifusión
c. Grado en Comunicación Social.
99. **Universidade Estatal de Londrina. UEL. Brasil.** www.uel.br
a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
b. Grado en Comunicación Social – Relaciones Publicas
c. Mestrado en Comunicación
d. Mestrado en Ciencias de la Información
100. **Universidad Estatal de Ponta Grossa. UEPG. Ciencias Sociales. Brasil.** www.uepg.br
a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
101. **Universidad Federal de Paraná. UFPR. Brasil.** www.ufpr.br
a. Grado en Comunicación Social
b. Mestrado en Comunicación
102. **Universidades Federal de Integración Latino-Americana. UNILA. Brasil.** www.unila.edu.br
a. Grado en Cine y Audiovisual.

- 103. Universidad Federal de Pernambuco. UFPE. Brasil.** www.ufpe.br
a. Grado en Cine y Audiovisuales.
b. Mestrado Ciencias de la Información.
c. Mestrado en Comunicación.
- 104. Universidad Católica de Pernambuco. UNICAP. Brasil.** www.unicap.br
a. Grado en Periodismo.
b. Grado en Juegos Digitales
c. Grado en Publicidad y Propaganda
- 105. Universidade del Estado de Rio de Janeiro. UERJ. Facultad de Comunicación Social. Brasil.** www.uerj.br
a. Grado en Periodismo
b. Mestrado en Periodismo Cultural
- 106. Universidade Federal de Piauí. UFPI. Brasil.** www.ufpi.br
a. Bacharelado en Comunicación Social.
b. Mestrado en Comunicación.
- 107. Instituto de Educación Superior de Peralba. IESP. Brasil.** www.iesp.edu.br
a. Grado en Publicidad y Propaganda
b. Mestrado en Producción Audiovisual
- 108. Pontificia Universidade Católica de Paraná. PUCPR. Escuela de Comunicación y Artes. Brasil.** www.pucpr.br
a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
b. Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda.
- 109. Universidade Paranaense. UNIPAR. Brasil.** www.unipar.br
a. Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda
- 110. Universidade del Norte de Paraná. UNOPAR. Área Humana y Área Exacta. Brasil.** www.unopar.br
a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
b. Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda.
c. Grado en Juegos Digitales.
- 111. Universidade Positivo. UP. Brasil.** www.up.com.br
a. Grado en Periodismo
b. Licenciatura en Periodismo
c. Grado en Publicidad y Propaganda
d. Licenciatura en Publicidad y Propaganda.
- 112. Universidade Tuiuti de Paraná. UTP. Facultad de Ciencias Sociales Aplicadas. Brasil.** www.utp.br
a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
b. Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda.
c. Grado en Comunicación Social – Radio y TV.
- 113. Centro Universitario de Maringá. CESUMAR. Ciencias Humanas y Sociales Aplicadas. Brasil.** www.cesumar.br
a. Grado en Periodismo
b. Grado en Publicidad y Propaganda
c. MBA Comunicación Marketing, Mercado y Media
- 114. Universidade Tiradentes. UNIT. Humanas y Sociales, Tecnológica. Brasil.** www.unit.br
a. Grado en Periodismo
b. Grado en Publicidad y Propaganda

- c. Grado en Producción Multimedia
- d. MBA en Comunicación Digital, Periodismo web y Nuevos Medios.

115. Universidade Estácio de Sa. Brasil. www.estacio.br

- a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
- b. Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda.
- c. Grado en Cine

116. Universidade Federal Fluminense. UFF. Niteroi. Brasil. Miembro CIBA. www.uff.br

- a. Grado en Cine y Video
- b. Grado en Periodismo

117. Universidade Federal de Río de Janeiro. UFRJ. Escuela de Comunicación. Brasil. www.ufrj.br

- a. Grado en Comunicación – Periodismo
- b. Grado en Comunicación - Publicidad y Propaganda
- c. Grado en Comunicación – Radio y TV
- d. Mestrado en Ciencias de la Información
- e. Mestrado en Comunicación

118. Universidade Federal Rural de Río de Janeiro. UFRRJ. Brasil. www.ufrj.br

- a. Grado en Comunicación Social – Periodismo

119. Pontificia Universidade Católica de Rio de Janeiro. PUCRIO. Brasil. www.puc-rio.br Miembro CIBA

- a. Grado de Comunicación Social – Periodismo.
- b. Grado en Comunicación Social – Cine
- c. Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda
- d. Grado en Diseño Media Digital
- e. Mestrado en Comunicación Social

120. Universidade Federal de Pelotas. UFPEL Brasil. www.ufpel.edu.br

- a. Grado en Cine de Animación
- b. Grado en Cine y Audiovisual
- c. Grado en Periodismo

121. Universidade Federal Río Grande del Sur. UFRGS. Facultad de Biblioteconomía y Comunicación. Porto Alegre. Brasil. www.ufrgs.br

- a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
- b. Grado en Comunicación Social – Relaciones Publicas, Publicidad y Propaganda
- c. Mestrado en Comunicación e Información

122. Universidade Federal de Santa María. UFSM. Brasil. www.ufsm.br

- a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
- b. Grado en Comunicación Social – Producción Editorial
- c. Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda
- d. Mestrado en Comunicación

123. Pontificia Universidad Católica de Río Grande del Sur. PUCRS. Facultad de Comunicación Social. Brasil. www.pucrs.br

- a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
- b. Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda
- c. Grado en Producción Audiovisual
- d. Mestrado en Comunicación Social.

124. Universidad Católica de Pelotas. UCPEL. Brasil. www.ucpel.tche.br

- a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
- b. Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda.

- 125. Universidad Federal de Río Grande del Norte. UFRN. Centro de Ciencias Humanas, Letras y Artes. Brasil. www.ufrn.br**
- Grado en Comunicación Social
 - Mestrado en Estudios de Media
- 126. Universidad del Estado de Río Grande del Norte. UERN. Facultad de Filosofía y Ciencias Sociales. Brasil. www.uern.br**
- Grado en Comunicación Social – Periodismo
 - Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda
 - Grado en Comunicación Social – Radio
- 127. Universidad Potiguar. UNP. Escuela de Comunicación y Artes. Brasil. www.unp.br**
- Grado en Comunicación Social – Cine
 - Grado en Comunicación Social – Periodismo
 - Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda.
 - MBA en Medios Sociales y Gestión de la Comunicación.
- 128. Universidade Federal de Roraima. UFRR Boa Vista. Brasil. www.ufrr.br**
- Grado en Comunicación Social.
- 129. Universidade de Grande Rio. UNIGRANRIO. Brasil. www.unigranrio.br**
- Grado en Comunicación Social – Periodismo
 - Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda.
 - MBA en Comunicación Social
- 130. Universidade Salgado de Oliveira. UNIVERSO. Niteroi. Brasil. www.universo.br**
- Grado en Comunicación Social – Periodismo
 - Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda.
- 131. Universidade Vega de Almeida. UVA. Brasil. www.uva.br**
- Grado en Comunicación Social – Periodismo
 - Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda.
- 132. Universidade Candido Mendes. UCAM. Brasil. www.ucam.br**
- Grado en Comunicación Social
- 133. Universidad Castelo Branco. UCB. Brasil. www.castelobranco.br**
- Grado en Comunicación Social – Periodismo
 - Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda.
- 134. Universidade de Caxias del Sur. UCS. Brasil. www.ucs.br**
- Grado en Comunicación Social – Periodismo
 - Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda.
 - MBA Comunicación Digital
 - MBA Gestión de Marcas - Branding
- 135. Universidade Luterana de Brasil. ULBRA. Brasil. www.ulbra.br**
- Grado en Comunicación Social – Periodismo
 - Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda.
 - Grado en Producción Audiovisual
- 136. Universidade de Passo Fundo. UPF. Brasil. www.upf.br**
- Grado en Periodismo.
- 137. Universidade de la Região de Campanha. URCAMP. Brasil. www.urcamp.edu.br**
- Grado en Comunicación Social – Periodismo
 - Grado en Comunicación Social – Publicidad.

138. **Universidade de Santa Cruz del Sur. UNISC. Brasil.** www.unisc.br
a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
b. Grado en Comunicación Social – Publicidad.
c. Grado en Producción de Medios Audiovisuales.
139. **Universidade del Valle de Río dos Sinos. UNISINOS. Brasil.** www.unisinos.br
a. Grado en Comunicación Digital
b. Grado en Periodismo
c. Grado en Publicidad y Propaganda
d. Realización Audiovisual
e. Mestrado en Comunicación
140. **Universidad de Cruz Alta. UNICRUZ. Ciencias Humanas y Comunicación. Brasil.** www.unicruz.edu.br
a. Grado en Periodismo
b. Grado en Publicidad y Propaganda
141. **Centro Universitario Univates. UNIVATES. Brasil.** www.univates.br
a. Grado en Periodismo
b. Grado en Publicidad y Propaganda
142. **Facultades de Taquara. FACCAT. Brasil.** www.faccat.br
a. Grado en Publicidad y Propaganda
143. **Fundación Universidad Federal de Rondonia. IFRO. Brasil.** www.unir.br
a. Grado en Ciencias de la Información
144. **Universidad Federal de Tocantins. UFT. Brasil.** www.uft.br
a. Grado en Periodismo
145. **Universidad Regional de Gurupi. UNIRG. Brasil.** www.unirg.edu.br
a. Grado en Periodismo
146. **Universidad del Oeste de Santa Catarina. UNOESC. Brasil.** www.unoesc.edu.br
a. Grado en Comunicación Social
b. Grado en Comunicación Social – Periodismo
c. Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda
147. **Universidad Federal de San Carlos. UFSCAR. Centro de Educación y Ciencias Humanas. Brasil.** www.ufscar.br
a. Grado en Imagen y Sonido
b. Mestrado en Imagen y Sonido
148. **Universidad Estatal Paulista Julio de Mesquita Filho. UNESP. Brasil.** www.unesp.br
a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
b. Grado en Comunicación Social – Radio
c. Mestrado en Comunicación
149. **Universidad de Taubaté. UNITAU. Brasil.** www.unitau.br
a. Grado en Periodismo
b. Grado en Publicidad y Propaganda
c. Grado en Producción Multimedia.
150. **Pontificia Universidad Católica de Campinas. PUCCAMP. Brasil** www.puccamp.br
a. Grado en Periodismo
b. Grado en Publicidad y Propaganda.

- 151. Pontificia Universidade Católica de Sao Paulo. PUCSP. Brasil.** www.pucsp.br
- Grado en Comunicación y Multimedia.
 - Grado en Periodismo
 - Grado en Publicidad y Propaganda
 - Mestrado en Comunicación y Semiótica
- 152. Universidade Anhembi Morumbi. Escuela de Comunicación. Brasil.** www.anhembi.br
- Grado en Cine y Audiovisual
 - Grado en Radio y TV
 - Grado en Periodismo
 - Grado en Publicidad y Propaganda
 - Grado en Producción Editorial – Multimedia.
 - Mestrado en Comunicación.
 - MBA en Gestión y Marketing de Entidades Deportivas
- 153. Universidade Braz Cubas. UBC. Brasil.** www.brazcubas.br
- Grado en Comunicación Social – Periodismo
 - Grado en Comunicación Social – Marketing
 - Grado en Comunicación Social - Publicidad
- 154. Universidad Presbiteriana Mackenzie. Centro de Comunicación y Letras. Brasil.** www.mackenzie.br
- Grado en Periodismo
 - Grado en Publicidad y Propaganda
- 155. Universidad de Mogi das Cruzes. UMC. Brasil.** www.umc.br
- Grado en Comunicación Social – Periodismo
 - Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda
- 156. Universidad de Ribeirao Preto. UNAERP. Humanas. Brasil.** www.unaerp.br
- Grado en Periodismo
 - Mestrado en Comunicación
 - MBIS en Gestión Estratégica de la Tecnología de la Información
- 157. Centro Universitario de Araraquara. UNIARA. Brasil.** www.uniara.com.br
- Grado en Periodismo
 - Grado en Publicidad y Propaganda
 - Grado en Diseño Digital
- 158. Universidade Bandeirante de Sao Paulo. UNIBAN. Brasil.** www.uniban.br
- Grado en Publicidad y Propaganda
 - Grado en Producción Audiovisual – Radio y TV
- 159. Universidad de Franca. UNIFRAN. Humanas y Artes. Brasil.** www.unifran.br
- Grado en Periodismo
 - Grado en Publicidad y Propaganda
- 160. Universidad Metodista de San Pablo. Brasil.** www.metodista.br
- Grado en Comunicación – Periodismo
 - Grado en Comunicación – Publicidad y Propaganda
 - Grado en Comunicación – Radio, TV e Internet.
 - Mestrado en Comunicación Social
- 161. Universidad de Blumenau. FURB. Brasil.** www.furb.br
- Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda
- 162. Universidad Planalto Catarinense. UNIPLAC. Brasil.** www.uniplac.net
- Grado en Periodismo

- 163. Universidad del Sur de Santa Catarina. UNISUL. Brasil.** www.unisul.br
- Grado en Cine y Audiovisual
 - Grado en Periodismo
 - Grado en Publicidad y Propaganda
 - Grado en Producción Multimedia (A distancia)
- 164. Universidad del Valle de Itajai. UNIVALI. Brasil.** www.univali.br
- Grado en Periodismo
 - Grado en Publicidad y Propaganda
 - Grado en Producción Audiovisual
 - Grado en Juegos Digitales.
 - Grado en Producción Publicitaria
 - Grado en Diseño de Juegos y Entretenimiento Digital
 - Grado en Diseño de Animación
 - Grado en Marketing
- 165. Universidade Comunitaria de la Región de Chapecó. UNOCHAPECO. Brasil.** www.chapeco.edu.br
- Grado en Periodismo
 - Grado en Publicidad y Propaganda
 - Grado en Producción Audiovisual
- 166. Universidad de Contestado. UNC. Brasil.** www.unc.br
- Grado en Comunicación Social – Periodismo
- 167. Universidad de Joinville. UNIVILLE. Brasil.** www.univille.br
- Grado en Diseño de Animación Digital
 - Grado en Publicidad y Propaganda
- 168. Universidade Nove de Julho. UNINOVE. Brasil.** www.uninove.br
- Grado e Comunicación Social – Periodismo
 - Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda.
- 169. Universidade de Marilia. UNIMAR. Brasil.** www.unimar.br
- Grado en Periodismo
 - Grado en Publicidad y Propaganda
- 170. Universidad Metodista de Piracicaba. UNIMEP. Brasil.** www.unimep.br
- Grado en Cine y Audiovisual.
 - Grado en Radio, TV e Internet
 - Grado en Periodismo
 - Grado en Publicidad y Propaganda
- 171. Universidad Metropolitana de Santos. UNIMES. A Distancia. Brasil.** www.unimes.br
- Grado en Publicidad y Propaganda.
- 172. Universidade Santo Amaro. UNISA. Ciencias Humanas y Sociales. Brasil.** www.unisa.br
- Grado en Comunicación Social – Periodismo
 - Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda
 - Grado en Comunicación Social – Radio y TV.
- 173. Universidade de Santa Cecilia. UNISANTA. Brasil.** www.unisanta.br
- Grado en Periodismo
 - Grado en Publicidad y Propaganda
- 174. Universidad Católica de Santos. UNISANTOS. Brasil.** www.unisantos.br
- Grado en Periodismo
 - Grado en Publicidad y Propaganda

175. Universidad del Valle de Paraíba. UNIVAP. Facultad de Ciencias Sociales Aplicadas y Comunicación. Brasil. www.univap.br

- a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
- b. Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda
- c. Grado en Comunicación Social – Radio y TV.

176. Universidad de Sagrado Corazón. USC. Ciencias Exactas y Sociales Aplicadas. Brasil. www.usc.br

- a. Grado en Periodismo
- b. Grado en Publicidad y Propaganda

177. Universidad de Guarulhos. UNG. Brasil. www.ung.br

- a. Grado en Periodismo
- b. Grado en Publicidad y Propaganda
- c. Grado en Producción Audiovisual.

178. Universidad del Oeste Paulista. UNOESTE. Brasil. www.unoeste.br

- a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
- b. Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda

179. Universidad San Judas Tadeo. USJT. Brasil. www.usjt.br

- a. Grado en Periodismo
- b. Grado en Comunicación Social – Publicidad y Propaganda
- c. Grado en Comunicación Social – Radio y TV.

180. Universidade de São Paulo. USP. Sao Paulo. Brasil. www.usp.br Miembro CIBA

La USP es una de las mayores instituciones de enseñanza superior en América Latina, con aproximadamente 75.000 alumnos. La USP actúa en enseñanza, investigación y extensión universitaria en todas las áreas de conocimiento. La USP ofrece actualmente 229 cursos de graduación, Los cursos de graduación son clasificados por la Universidad en tres grandes áreas: Humanidades, Ciencias Biológicas y Ciencias Exactas. En área de Humanidades se identifican las siguientes graduaciones:

- a. Grado en Audiovisual
- b. Grado en Ciencias de la Información y la Documentación
- c. Grado en Periodismo
- d. Grado en Publicidad y Propaganda
- e. Mestrado en Ciencias de la Comunicación
- f. Mestrado en Ciencias de la Información
- g. Mestrado en Medios y Procesos Audiovisuales

181. Escuela Superior de Publicidad y Marketing. ESPM. www.espm.br

- a. Grado en Periodismo
- b. Grado en Publicidad y Propaganda
- c. Grado en Administración – Marketing y Gestión del Entretenimiento.

182. Centro Universitario Salesiano de San Pablo. UNISALA. www.unisal.br

- a. Grado en Publicidad y Propaganda.

183. Universidad Metodista de Piracaba (UNIMEP). Facultad de Comunicación. Brasil. www.unimep.br

- a. Grado en Cine y Audiovisual,
- b. Grado en Radio TV e Internet,
- c. Grado en Periodismo,
- d. Grado en Publicidad y Propaganda
- e. MBA en Negocios de Internet y Medios Sociales.

184. Pontificia Universidad Católica de Goiás (UCG). Brasil. www.ucg.br

- a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
- b. Grado en Comunicación Social - Publicidad y Propaganda

185. **Universidad Católica de Pelotas (UCPEL). Brasil.** www.upel.tche.br
a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
b. Grado en Comunicación Social - Publicidad y Propaganda
186. **Universidad Cruzeiro del Sur. Brasil.** www.cruzeirodosul.br
a. MBA Comunicación y Marketing
187. **Universidad de Cuiabá (UNIC). Comunicación Social. Brasil.** www.unic.br
a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
b. Grado en Comunicación Social Publicidad y Propaganda
188. **Universidad Gama Filho (UGF). Ciencias Humanas y Sociales. Brasil.** www.ugf.br
a. Grado en Periodismo
b. Grado en Publicidad y Propaganda
189. **Universidad Paranaense (UNIPAR). Brasil.** www.unipar.br
a. Grado en Comunicación Social - Publicidad y Propaganda
190. **Universidad Paulista (UNIP). Ciencias Humanas y Sociales. Brasil.** www.unip.br
a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
b. Grado en Comunicación Social - Publicidad y Propaganda
191. **Universidad Regional de Blumenau (FURB). Brasil.** www.furb.br
a. Grado en Comunicación Social
192. **Universidad Regional del Noro. Del E. de Río Grande del Sur (UNIJUI). Brasil.** www.unijui.br
a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
b. Grado en Comunicación Social - Publicidad y Propaganda
193. **Universidad de Brasilia (UNB). Brasil.** www.unb.br
a. Grado en Comunicación Social
194. **Universidad del Estado de Minas Gerais (UEMG). Brasil.** www.uemg.br
a. Grado en Periodismo
b. Grado en Publicidad y Propaganda
c. Posgrado en Comunicación Digital y Negocios en la Web
195. **Universidad Estatal de Piauí (UESPI). Brasil.** www.uespi.br
a. Grado en Comunicación Social - Periodismo y Relaciones Públicas
196. **Universidad Estatal del Centro-Oeste (UNICENTRO). Brasil.** www.unicentro.br
a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
b. Grado en Comunicación Social - Publicidad y Propaganda
197. **Universidad Federal de Amapá (UNIFAP). Brasil.** www.unifap.br
a. Grado en Periodismo
198. **Universidad Federal de Goiás (UFG). Ciencias Sociales Aplicadas. Brasil.** www.ugf.br
a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
b. Grado en Comunicación Social - Publicidad y Propaganda
199. **Universidad Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP). Facultad de Arquitectura, Artes y Comunicación. Brasil.** www.unesp.br
a. Grado en Comunicación Social – Periodismo
b. Grado en Comunicación Social – Radio

200. Universidad Salvador (UNIFACS). Brasil. www.unifacs.br

- a. Grado en Comunicación y Marketing
- b. Grado en Publicidad y Propaganda

**CHILE**

En Chile están identificadas 61 Universidades de las que 28 ofrecen licenciaturas en Comunicación o relacionadas, con una significativa presencia (41) de la Comunicación (Social, Audiovisual, Periodismo, Publicidad, etc.), 9 titulaciones específicas en Cine/TV, y 4 en Nuevos Medios. Se identifican 15 Master sin ningún MBA. Resalta el peso del Periodismo, que está presente de forma explícita en 27 licenciaturas.

201. Pontificia Universidad Católica de Chile. UC. Facultad de Comunicaciones. Santiago. Chile. www.uc.cl

- a. Licenciatura en Comunicación Social – Periodismo
- b. Licenciatura en Comunicación Social – Dirección Audiovisual.
- c. Licenciatura en Comunicación Social - Publicidad
- d. Magíster en Periodismo Escrito.
- e. Magíster en Comunicación Social – Comunicación y Educación
- f. Magíster en Comunicación Social – Dirección y Edición Periodística

202. Universidad de Artes, Ciencias y Comunicación. Santiago. Chile. www.uniacc.cl. Miembro de CIBA

- a. Licenciatura en Comunicación Audiovisual. Cine*
- b. Licenciatura en Comunicación Audiovisual. Televisión*.
- c. Licenciatura en Comunicación Audiovisual. Guiones para cine y TV.*
- d. Licenciatura en Comunicación Digital. Animación Digital.*
- e. Licenciatura en Periodismo*
- f. Licenciatura en Publicidad*

(* no acreditadas)

203. Universidad de los Andes (Chile). Facultad de Comunicación. Santiago. Chile.

www.uandes.cl

- a. Licenciatura en Filosofía y Comunicación Social
- b. Licenciatura en Periodismo
- c. Master en Guión y Desarrollo Audiovisual

204. Universidad Adolfo Ibáñez. UAI. Escuela de Periodismo. Santiago. Chile. www.uai.cl

- a. Licenciatura en Periodismo
- b. Magíster en Medios de Comunicación

205. Universidad Academia de Humanismo Cristiano. Facultad Ciencias Sociales. Santiago. Chile. www.academia.cl

- a. Licenciatura en Periodismo

206. Universidad Alberto Hurtado. Facultad de Ciencias Sociales. Santiago. Chile.

www.uahurtado.cl

- a. Licenciatura en Comunicación Social – Periodismo
- b. Magíster en Estudios de la Imagen

207. **Universidad de Arte y Ciencias Sociales. ARCIS. Área de Arte. Santiago. Chile.** www.uarcis.cl
a. Licenciado en Cine
208. **Universidad Austral de Chile. Facultad de Filosofía y Humanidades. Chile.** www.uach.cl
a. Licenciatura en Periodismo
b. Licenciatura en Artes Visuales
209. **Universidad Católica de la Santísima Concepción. UCSC. Facultad de Comunicación, Historia y Ciencias Sociales. Concepción. Chile.** www.comunicación.ucsc.cl
a. Licenciatura en Comunicación Social – Periodismo.
b. Magíster en Comunicación Creativa
210. **Universidad Católica del Norte. Facultad de Humanidades. Antofagasta. Chile.** www.ucn.cl
a. Licenciatura en Periodismo
b. Magíster en Comunicación Estratégica
211. **Universidad Central. Facultad de Comunicaciones. Santiago. Chile.** www.ucentral.cl
a. Licenciatura en Comunicación Social – Periodismo
b. Licenciatura en Publicidad
212. **Universidad Diego Portales. UDP. Facultad de Comunicación y Letras. Santiago. Chile.** www.udp.cl
a. Licenciatura en Periodismo
b. Licenciatura en Publicidad
c. Magíster Internacional en Comunicación
213. **Universidad Gabriela Mistral. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Santiago. Chile.** www.ugm.cl
a. Licenciatura en Periodismo y Comunicación Digital
b. Licenciatura en Animación Digital 3D.
214. **Universidad Internacional SEK. Santiago. Chile.** www.uisek.cl
a. Diplomado en Comunicación Digital (posgrado)
215. **Universidad Mayor. Instituto de Comunicación. Instituto de Arte y Tecnología Digital. Santiago. Chile.** www.umayor.cl
a. Licenciatura en Periodismo
b. Licenciatura en Publicidad
c. Licenciatura en Realización Cinematográfica
d. Licenciatura en Animación Digital
e. Magíster en Comunicación Digital Aplicada
f. Magíster en Comunicación Estratégica y Branding
g. Magíster en Dirección de Comunicación y Sociedad Digital
216. **Universidad Santo Tomás. Área de Comunicación y Diseño. Santiago. Chile.** www.santotomas.cl
a. Licenciatura en Periodismo
b. Licenciatura en Relaciones Públicas
217. **Universidad de Chile. Instituto de la Comunicación e Imagen. Santiago. Chile.** www.uchile.cl
a. Licenciatura en Comunicación Audiovisual – Periodismo
b. Licenciatura Comunicación Social – Realizador en Cine y TV
218. **Universidad de Viña del Mar. Escuela de Comunicaciones. Viña del Mar. Chile.** www.uvm.cl
a. Licenciatura en Periodismo
b. Licenciatura en Publicidad
c. Licenciatura en Relaciones Públicas
d. Licenciatura en Artes de la Comunicación Audiovisual

- 219. Universidad del Desarrollo. Facultad de Comunicaciones. Santiago. Chile.** www.udd.cl
- Licenciatura en Cine
 - Licenciatura en Periodismo
 - Licenciatura en Publicidad
 - Magíster en Comunicación Aplicada
 - Magíster en Comunicación Estratégica y Negocios
- 220. Universidad del Pacífico. Facultad de Comunicaciones. Santiago. Chile.** www.upacifico.cl
- Licenciatura en Comunicación – Digital y Multimedia
 - Licenciatura en Comunicación – Periodismo
 - Licenciatura en Comunicación – Publicidad
- 221. Universidad Bernardo O’ Higgins (UBO). Facultad de Derecho y Comunicación Social. Chile.** www.ubo.cl
- Licenciado en Comunicación Social – Periodismo
- 222. Universidad de Las Américas (UDLA). Facultad de Comunicaciones y Artes. Chile.** www.udla.cl
- Licenciado en Comunicación Social – Periodismo
 - Licenciatura en Ciencias de la Comunicación,
- 223. Universidad Nacional Andrés Bello (UNAB). Campus Creativo. Chile.** www.unab.cl
- Licenciatura en Periodismo
 - Licenciatura en Publicidad
- 224. Universidad de Concepción (UDEC). Facultad de Ciencias Sociales. Chile.** www.udec.cl
- Licenciatura en Periodismo
- 225. Universidad de Chile (UCHILE). Instituto de la Comunicación e Imagen. Chile.** www.uchile.cl
- Licenciatura en Comunicación Social – Periodismo
 - Licenciatura en Comunicación Audiovisual
- 226. Universidad de Santiago de Chile (USACH). Facultad de Humanidades. Chile.** www.usach.cl
- Licenciatura en Periodismo
- 227. Universidad de Valparaíso (UV). Facultad de Arquitectura. Chile.** www.uv.cl
- Licenciatura en Cine
- 228. Universidad de La Frontera (UFRO). Facultad de Educación, Ciencias Sociales y Humanidades. Chile.** www.ufro.cl
- Licenciatura en Periodismo



COLOMBIA

Se han identificado en Colombia 77 instituciones de carácter universitario, de las que 33 imparten enseñanzas relacionadas con el sector audiovisual. El desglose de titulaciones por áreas es el siguiente: 37 licenciaturas / grados se ocupan de temas de Comunicación y sus variedades, 7 de temas de Cine / TV y ninguna de los nuevos medios. 4 maestrías en Comunicación, 1 maestría en Fotografía y ninguna en nuevos medios / nuevos mercados.

229. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Artes. Escuela de Cine y Televisión. Bogotá Colombia. www.unal.edu.co

- a. Grado en Realización de Cine y TV
- b. Maestría en Comunicación
- c. Maestría en Fotografía

230. Universidad de Antioquia. Facultad de Comunicaciones. Colombia.

www.comunicacion.ucsc.cl

- a. Grado en Comunicaciones
- b. Grado en Periodismo
- c. Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia
- d. Maestría en Comunicaciones

231. Universidad Autónoma de Bucaramanga. Facultad de Comunicaciones y Artes Audiovisuales. Bucaramanga. Colombia. www.unab.edu.co

- a. Licenciatura en Artes Audiovisuales
- b. Licenciatura en Comunicación Social

232. Universidad Pontificia Bolivariana. Colombia. www.upb.edu.co

- a. Grado Comunicación Social – Periodismo

233. Universidad Sergio Arboleda. Departamento de Ciencias Sociales. Bogotá. Colombia.

www.usergioarboleda.edu.co

- a. Grado en Comunicación Social y Periodismo.

234. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Facultad de Ciencias Sociales. Colombia.

www.utadeo.edu.co

- a. Grado en Cine y TV
- b. Grado en Comunicación Social – Periodismo.

235. Universidad de la Sabana. Facultad de Comunicación. Bogotá. Colombia.

www.unisabana.edu.co

- a. Licenciatura en Comunicación Audiovisual y Multimedios
- b. Licenciatura en Comunicación Social y Periodismo
- c. Maestría en Periodismo y Comunicación Digital

236. Universidad de Manizales. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Colombia.

www.umanizales.edu.co

- a. Licenciatura en Comunicación Social y Periodismo.

237. Universidad de Medellín. Facultad de Comunicación. Colombia. www.udem.edu.co

- a. Licenciatura en Comunicación y Lenguajes Audiovisuales.

- 238. Universidad del Norte. División de Humanidades y Ciencias Sociales. Barranquilla. Colombia.** www.uninorte.edu.co
- Grado en Comunicación Social y Periodismo.
 - Maestría en Comunicación
- 239. Universidad Autónoma de Occidente (UAO). Facultad de Comunicación Social. Colombia.** www.uao.edu.co
- Licenciatura en Comunicación Social – Periodismo
 - Licenciatura en Cine y Comunicación Digital
 - Licenciatura en Comunicación Publicitaria
- 240. Pontificia Universidad Javeriana. Colombia.** www.javeriana.edu.co
- Licenciatura en Comunicación Social
- 241. Universidad Antonio Nariño (UAN). Colombia.** www.uan.edu.co
- Licenciatura en Comunicación Digital
- 242. Universidad Autónoma del Caribe (UAC). Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Colombia.** www.uac.edu.co
- Licenciatura en Comunicación Social y Periodismo
 - Licenciatura en Dirección y Producción de Radio y TV
- 243. Universidad Católica de Oriente (UCO). Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. Colombia.** www.uco.edu.co
- Licenciatura en Comunicación Social
- 244. Universidad Católica Popu. De Risaralda (UCPR). Facultad de CC. Humanas, Sociales y Educación. Colombia.** www.ucpr.edu.co
- Licenciatura en Comunicación Social – Periodismo
- 245. Universidad Central. Facultad de CC Sociales, Humanidades y Arte. Colombia.** www.ucentral.edu.co
- Grado en Cine,
 - Grado en Comunicación Social y Periodismo
- 246. Universidad Cooperativa de Colombia (UCC). CC. Sociales, Derecho y CC Políticas. Colombia.** www.ucc.edu.co
- Grado en Comunicación Social
- 247. Universidad de Boyacá. Ciencias Jurídicas y Sociales. Colombia.** www.uniboyaca.edu.co
- Grado en Comunicación Social
- 248. Universidad de Cartagena. Facultad de Ciencias Sociales y Educación. Colombia.** www.unicartagena.edu.co
- Licenciatura en Comunicación Social
- 249. Universidad de Ibagué. Facultad de Humanidades y CC Sociales. Colombia.** www.unibague.edu.co
- Licenciatura en Comunicación Social y Periodismo
- 250. Universidad de Pamplona (UP). Facultad de Artes y Humanidades. Colombia.** www.unipamplona.edu.co
- Licenciatura en Comunicación Social
- 251. Universidad de Surcolombia (USCO). Facultad de CC Sociales y Humanas. Colombia.** www.usco.edu.co
- Licenciatura en Comunicación Social y Periodismo

252. **Universidad del Cauca. Colombia.** www.unicauca.edu.co
a. Grado en Comunicación Social
253. **Universidad del Magdalena (UNIMAG). Facultad de Humanidades. Colombia.** www.unimagdalena.edu.co
a. Grado en Cine y Audiovisuales
254. **Universidad del Rosario. Facultad de Ciencias Humanas. Colombia.** www.urosario.edu.co
a. Licenciatura en Periodismo y Opinión Pública
255. **Universidad del Sinú. Facultad de CC Humanas, Arte y Diseño. Colombia.** www.unisinu.edu.co
a. Licenciatura en Comunicación Social
256. **Universidad del Tolima (UT). Facultad de CC Humanas y Arte. Colombia.** www.ut.edu.co
a. Licenciatura en Comunicación Social y Periodismo
257. **Universidad Francisco de Paula Santander (UFPS). Facultad de Educación, Artes y Humanidades. Colombia.** www.ufps.edu.co
a. Licenciatura en Comunicación Social
258. **Universidad Manuela Beltrán (UMB). Facultad de Artes. Colombia.** www.umb.edu.co
a. Grado en Dirección y Producción de Cine y Televisión
259. **Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD). Colombia.** www.unad.edu.co
a. Grado en Comunicación Social
260. **Universidad Santiago de Cali (USC). Facultad de Comunicación y Publicidad. Colombia.** www.usc.edu.co
a. Grado en Comunicación Social
b. Grado en Publicidad
261. **Universidad Santo Tomás (USTA). Colombia.** www.usta.edu.co
a. Grado en Comunicación Social



COSTA RICA

Se han identificado 48 instituciones educativas en Costa Rica de las que 9 se ocupan de impartir enseñanzas relacionadas con el sector audiovisual. El desglose de titulaciones por áreas es el siguiente: 10 licenciaturas / grados se ocupan de temas de Comunicación y sus variantes, 2 de temas de Cine / TV y 2 en los Nuevos medios. 1 maestría en Comunicación es la única oferta de postgrado.

262. **Universidad Autónoma de Centroamérica. UACA. Facultad de Ciencias Sociales. San José. Costa Rica.** www.uaca.ac.cr
a. Grado en Periodismo

263. Universidad Hispanoamericana. Ciencias Sociales. San José. Costa Rica.

www.uhispanoamericana.ac.cr

- a. Licenciatura en Publicidad

264. Universidad Internacional de las Américas. UIA. Costa Rica. www.uia.ac.cr

- a. Licenciatura en Publicidad
- b. Licenciatura en Periodismo

265. Universidad Veritas. San José. Costa Rica. www.uveritas.ac.cr

- a. Animación Digital
- b. Escuela de Cine y TV

266. Universidad Americana (UAM). Facultad de Comunicación. Costa Rica. www.uam.ac.cr

- a. Licenciatura en Diseño Publicitario,
- b. Licenciatura en Publicidad

267. Universidad Interamericana. Facultad de Administración y CC Sociales. Costa Rica.

www.uinteramericana.edu

- a. Licenciatura en Comunicación Colectiva

268. Universidad San Judas Tadeo. Facultad de Periodismo. Costa Rica.

www.universidadsanjudas.ac.cr

- a. Licenciatura en Comunicación de Masas
- b. Maestría en Comunicación de Masas

269. Universidad Creativa. Área Gráfica. Grado de Producción en Medios Digitales. Costa Rica.

www.ucreativa.com

- a. Grado en Producción con Medios Digitales

270. Universidad de Costa Rica (UCR). Escuela de CC de la Comunicación Colectiva. Costa Rica.

www.ucr.ac.cr

- a. Licenciatura en Periodismo,
- b. Licenciatura en Publicidad
- c. Licenciatura en Producción



CUBA

Se han identificado 16 Universidades de las que 5 imparten 5 licenciaturas / grado relacionadas con la Comunicación.

271. Universidad de la Habana. Facultad de Ciencias Sociales y Humanística. Cuba. www.uh.cu

- a. Grado en Ciencias de la Información

272. Universidad Pinar del Río. Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas. Cuba.

www.upr.edu.cu

- a. Licenciatura en Periodismo

273. **Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas (UCLV). Facultad de Humanidades. Cuba.** www.uclv.edu.cu
 a. Licenciatura en Periodismo
274. **Universidad de Granma (UDG). Facultad de CC Sociales y Humanísticas. Cuba.** www.udg.co.cu
 a. Licenciatura en Comunicación Social
275. **Universidad de Holguín “Oscar Lucero Moya” (UHO). Cuba.** www.altillo.com
 a. Licenciatura en Comunicación Social



ECUADOR

Se han identificado 59 Universidades de las que 27 imparten alguna especialidad del sector audiovisual. El desglose de titulaciones por áreas es el siguiente: 38 licenciaturas / grados se ocupan de temas de Comunicación y sus variedades, 1 de Negocio de la Comunicación y ninguna de los nuevos medios. 1 maestría en Comunicación y Tecnología Educativa, representa la única oferta de posgrado.

276. **Universidad Pontificia Católica del Ecuador. Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura. Quito. Ecuador.** www.puce.edu.ec
 a. Licenciatura en Comunicación – Periodismo para Prensa, Radio y TV.
 b. Licenciatura en Diseño Gráfico y Comunicación Visual.
277. **Universidad Politécnica Salesiana. Comunicación Social. Guayaquil. Ecuador.** www.ups.edu.ec
 a. Licenciatura en Comunicación Social - Producción Audiovisual y Multimedial.
278. **Universidad de Especialidades del Espíritu Santo. UEES. Facultad de Comunicación. Samborondon. Ecuador.** www.uees.edu.ec
 a. Licenciatura en Diseño Gráfico y Comunicación Visual.
 b. Licenciatura en Periodismo
 c. Licenciatura en Comunicación Corporativa
279. **Universidad Alfredo Pérez Guerrero (UNAP). Ecuador.** www.altillo.com
 a. Grado en Comunicación Social
280. **Universidad Casa Grande. Facultad de Comunicación.** www.casagrande.edu.ec
 a. Negocios de la Comunicación
 b. Licenciatura en Comunicación Social,
 c. Licenciatura en Periodismo
 d. Licenciatura en Comunicación Social y Multimedia
281. **Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG). Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Comunicación. Ecuador.** www.ucsg.edu.ec
 a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
 b. Maestría en Comunicación y Tecnología Educativa
282. **Universidad Central del Ecuador (UCE). Facultad Comunicación Social. Ecuador.** www.uce.edu.ec
 a. Licenciatura en Periodismo

- 283. Universidad de Cuenca (UCUENCA). Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación. Ecuador.** www.ucuenca.edu.ec
a. Licenciatura en Ciencias de Comunicación Social - Periodismo y Comunicación Digital
- 284. Universidad de Guayaquil (UG). Facultad Comunicación Social. Ecuador.** www.ug.edu.ec
a. Licenciatura en Comunicación Social
- 285. Universidad de Las Américas. Facultad Comunicación. Ecuador.** www.udla.edu.ec
a. Licenciatura en Periodismo.
b. Licenciatura en Publicidad.
- 286. Universidad del Azuay (UAZUAY). Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.** www.uazuay.edu.ec
a. Licenciatura en Comunicación Social. Ecuador.
- 287. Universidad Estatal de Milagro (UNEMI). Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación. Ecuador.** www.unemi.edu.ec
a. Licenciatura en Comunicación Social
- 288. Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE). Ciencias Sociales. Ecuador.** www.upse.edu.ec
a. Licenciatura en Comunicación Social
- 289. Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIBE). Facultad de Artes y Comunicación. Ecuador.** www.unibe.edu.ec
a. Ingeniero en Comunicación y Artes Audiovisuales
- 290. Universidad Internacional del Ecuador (UIDE). Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación. Ecuador.** www.uide.edu.ec
a. Licenciatura en Periodismo,
b. Licenciatura en Publicidad y Diseño Gráfico
- 291. Universidad Interamericana del Ecuador (UNIDEC). Ecuador.** www.unidec.edu.ec
a. Licenciatura en Comunicación y Relaciones Públicas
- 292. Universidad Laica E. Alfaro de Manabi (ULEAM). Facultad de Ciencias de la Comunicación. Ecuador.** www.uleam.edu.ec
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación – Periodismo
b. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación - Publicidad y Mercadotecnia
- 293. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Facultad de Periodismo. Ecuador.** www.ulvr.edu.ec
a. Licenciatura en Periodismo
b. Licenciatura en Publicidad
- 294. Universidad Nacional de Chimborrazo (UNACH). Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas. Ecuador.** www.unach.edu.ec
a. Licenciatura en Comunicación Social
- 295. Universidad Nacional de Loja (UNL). Ecuador.** www.unl.edu.ec
a. Licenciatura en Comunicación Social
- 296. Universidad Particular Internacional Sek (UISEK). Facultad de Ciencias de la Comunicación. Ecuador.** www.uisek.edu.ec
a. Licenciatura en Periodismo,
b. Licenciatura en Publicidad,
c. Licenciatura en Comunicación Audiovisual

297. **Universidad San Gregorio de Portoviejo. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Ecuador.** www.sangregorio.edu.ec

- a. Licenciatura en Periodismo

298. **Universidad Técnica de Babahoyo (UTB). Escuela de Comunicación Social. Ecuador.** www.utb.edu.ec

- a. Licenciatura en Comunicación Social

299. **Universidad Técnica de Machala. Escuela de Comunicación Social. Ecuador.**

www.utmachala.edu.ec

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

300. **Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL). Area Socio Humanística. Ecuador.**

www.utpl.edu.ec

- a. Licenciatura en Comunicación Social

301. **Universidad Tecnológica Ecotec. Facultad de Marketing y Comunicación. Ecuador.**

www.ecotec.edu.ec

- a. Licenciatura en Comunicación

302. **Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE). Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación. Ecuador.**

www.ute.edu.ec

- a. Licenciatura en Periodismo.



EL SALVADOR

Se identifican 25 Universidades y 11 de ellas imparten conocimientos relacionados exclusivamente con la Comunicación con 11 licenciaturas y ningún curso de posgrado.

303. **Universidad Cristiana de las Asambleas de Dios. UCAD. Facultad de Ciencias y Humanidades. San Salvador. El Salvador.** www.ucad.edu.sv

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

304. **Universidad Dr. Matías Delgado. Facultad de Ciencias y Artes "Francisco Gavidia". El Salvador.** www.ujmd.edu.sv

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

305. **Universidad Nueva San Salvador. Publicidad. El Salvador.** www.unssa.edu.sv

- a. Licenciatura en Publicidad

306. **Universidad de El Salvador. Facultad de Ciencias y Humanidades. San Salvador. El Salvador.** www.ues.edu.sv

- a. Licenciatura en Periodismo.

307. **Universidad Dr. Andrés Bello (UNAB). Facultad de Ciencias Humanísticas. El Salvador.** www.unab.edu.sv

- a. Licenciatura en Comunicaciones

308. Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA). Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades. El Salvador. www.uca.edu.sv

- a. Licenciatura en Comunicación Social

309. Universidad Don Bosco (UDB). Facultad de Ciencias y Humanidades. El Salvador. www.udb.edu.sv

- a. Licenciatura en Comunicación

310. Universidad Católica de El Salvador (UNICAES). Facultad de Ciencias y Humanidades. El Salvador. www.catolica.edu.sv

- a. Licenciatura en Periodismo y Comunicación Audiovisual

311. Universidad Autónoma de Santa Ana (UNASA). El Salvador. www.unasa.edu.sv

- a. Licenciatura en Comunicaciones

312. Universidad Salvadoreña Albaerto Masferrer (USAM). Facultad de Ciencias Empresariales. El Salvador. www.usam.edu.sv

- a. Licenciatura en Comunicaciones

313. Universidad Francisco Gavidia (UFG) El Salvador. www.ufg.edu.sv

- a. Licenciatura en Relaciones Públicas y Comunicaciones



ESPAÑA

En España se han identificado 83 Universidades de las que 65 ofrecen titulaciones en el sector audiovisual. El desglose de titulaciones por áreas es el siguiente: 121 licenciaturas / grados se ocupan de temas de Comunicación y sus variedades, 7 de temas de Cine / TV y 8 en los Nuevos medios. 51 Masters están especializados en Comunicación, 40 en Cine / TV y 25 en Medios digitales, lo que constituye una amplia oferta de posgrados (115 Masters y 1 MBA). Destaca por su innovación el Centro U-TAD que ofrece 5 Grados y 10 Masters centrados en Arte y Tecnología Digital.

314. Universidad de Sevilla. US. Facultad de Comunicación. Sevilla. España. www.us.es

- a. Grado en Periodismo
- b. Grado en Comunicación Audiovisual, y
- c. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- d. Master Universitario en Guión, Narrativa y Creatividad Audiovisual.
- e. Master Universitario en Escritura Creativa.

315. Universidad de Málaga. UMA. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Málaga. España. www.cccom.uma.es

- a. Grados en Periodismo,
- b. Grado en Comunicación Audiovisual
- c. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

316. Universidad de Huelva. UHU. España. www.uhu.es/audiovisuales

- a. Experto Universitario en Técnicas y Medios Audiovisuales

- 317. Centro Andaluz de Estudios Empresariales. CEADE. Ciencias de la Comunicación. Sevilla. España.** www.ceade.com/principal.html
- Grado en Periodismo
 - Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- 318. Escuela Autónoma de Dirección de Empresas. Málaga. España.** www.eade.es
- Grado en Periodismo,
 - Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
 - Master en Diseño Gráfico y Multimedia
 - Master en Creación de Contenidos
 - Master en Periodismo Deportivo.
- 319. Universidad de Granada. UGR. España.** www.ugr.es
- Grado en Comunicación Audiovisual.
- 320. Universidad de Cádiz. UCA. Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación. Jerez. Cádiz. España.** www.uca.es
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
- 321. Universidad de Marbella. Málaga. España.** www.marbellauniversity.com
- Grado en Periodismo y Medios de Comunicación
 - Grado en Comunicación y Relaciones Públicas.
 - MBA en Comunicación y Relaciones Publicas
- 322. Universidad de San Jorge. USJ. Facultad de Comunicación. Zaragoza. España.** www.universidadsanjorge.net
- Grados en Comunicación Audiovisual
 - Grado en Periodismo
 - Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- 323. Universidad de Zaragoza. UNIZAR. Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Zaragoza. España.** www.unizar.es
- Grado en Periodismo
 - Grado en Información y Documentación.
- 324. Universidad de las Islas Baleares. UIB. Ciencias Sociales y Jurídicas. Palma de Mallorca. España.** www.uib.es
- Grado en Periodismo.
 - Grado en Comunicación Audiovisual.
 - Master Universitario en Tecnologías de la Información
- 325. Universidad de La Laguna. ULL. Facultad de Ciencias de la Información. Santa Cruz de Tenerife. España.** www.ull.es/facultades/ci
- Grado en Periodismo.
 - Master en Ciencias de la Comunicación.
 - Master en Dirección y Producción de Cine Digital.
- 326. Universidad de Castilla La Mancha. UCLM. Facultad de Periodismo. Cuenca. España.** www.uclm.es
- Grado en Periodismo
- 327. IE University. School of Communication. Segovia. España.** www.ie.edu
- Grado en Comunicación.
 - Master en Comunicación Audiovisual.
 - Master en Comunicación Corporativa.
 - Master en Periodismo Digital.
 - Master en Comunicación Política.

328. Universidad Pontificia de Salamanca. UPSA. Facultad de Comunicación. Salamanca. España. www.upsa.es

- a. Grado Comunicación Audiovisual
- b. Grado en Periodismo
- c. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
- d. Master en Guión de Ficción para Cine y Televisión.
- e. Master en Comunicación Social.

329. Universidad de Salamanca. USAL. Facultad de Ciencias Sociales. Salamanca. España. www.usal.es

- a. Grado en Comunicación Audiovisual.

330. Universidad de Valladolid. UVA. Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Valladolid. España. www.uva.es

- a. Grado en Periodismo.
- b. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- c. Curso Especialista en Historia y Estética de la Cinematografía.
- d. Master en Investigación en Comunicación Hipermedia

331. Universidad de Burgos. UBU. Facultad de Humanidades y Educación. Burgos. España. www.ubu.es

- a. Grado en Comunicación Audiovisual.

332. Universidad Europea Miguel de Cervantes. UEMC. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Valladolid. España. www.uemc.edu

- a. Grado en Periodismo
- b. Grado en Comunicación Audiovisual
- c. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

333. Universidad de Extremadura. UNEX. Facultad de Biblioteconomía y Documentación. Badajoz. España. www.unex.es

- a. Grado en Comunicación Audiovisual.

334. Universidad Autónoma de Barcelona. UAB. Facultat de Ciències de la Comunicació. Bellaterra. Barcelona. España. www.blues.uab.es/fac.com

- a. Grado en Periodismo
- b. Grado en Comunicación Audiovisual
- c. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- d. Master en Comunicación Audiovisual y Publicidad.
- e. Master en Medios, Comunicación y Cultura,
- f. Master en Publicidad y Relaciones Públicas.
- g. Master en Investigación en Comunicación y Periodismo.

335. Universidad Internacional de Cataluña. UIC. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Barcelona. España. www.uic.es

- a. Grados en Periodismo
- b. Grado en Comunicación Audiovisual.
- c. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- d. Master en Periodismo Deportivo.

336. Universidad Oberta de Catalunya. UOC. Barcelona. España. www.uoc.edu

- a. Grado en Comunicación.
- b. Master en Publicidad Digital.
- c. Master en Periodismo Digital y Dirección de Proyectos de Comunicación Digital.
- d. Master en Entretenimiento.
- e. Curso de Posgrado Publicidad en Internet y nuevos medios digitales.

- 337. Universidad de Barcelona. UB. España.** www.ub.edu
- Grado en Comunicación Audiovisual
 - Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
 - Grado en Cine y Medios Audiovisuales (Ver Escac)
- 338. Universitat Pompeu Fabra. UPF. Facultat de Ciències Socials i de la Comunicació. Barcelona. España.** www.upf.es
- Grado en Periodismo
 - Grado en Comunicación Audiovisual,
 - Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
 - Master Universitario en Diseño y Comunicación.
 - Master Universitario en Comunicación Social.
 - Master Universitario en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneo.
 - Master en Gestión de Contenidos Digitales.
- 339. Universitat Ramon Llull. URL. Facultat de Comunicació. Barcelona España.** www.blanquerna.edu
- Grado en Periodismo
 - Grado en Comunicación Audiovisual
 - Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
 - Master Universitario en Ficción de Cine y TV.
 - Master Universitario en Periodismo Avanzado.
 - Master Universitario en Estrategia y Creatividad Publicitaria.
- 340. Universitat Politècnica de Catalunya. UPC. Barcelona. España.** www.upc.es
- Grado en Fotografía y Creación Digital,
 - Grado en Multimedia.
 - Grado en Medios Audiovisuales
- 341. Universitat de Vic. UVIC. Barcelona. España.** www.uvic.cat
- Grado en Comunicación Audiovisual
 - Grado en Periodismo
 - Grado en Publicidad, y Relaciones Públicas.
- 342. Universitat de Lleida. UDL. Facultat de Letres. Lleida. España.** www.udl.es
- Grado en Comunicación Audiovisual
- 343. Universitat Abat Oliba CEU. UAO. Ciències de la Comunicació. Barcelona. España.** www.uaoc.eu
- Grado en Periodismo
 - Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
 - Master Universitario en Postproducción Audiovisual.
 - Master Universitario en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías.
 - Master en Dirección de Arte y Diseño Gráfico.
- 344. Universitat de Girona. UDG. Escola Universitària de Realització Audiovisual i Multimedia. Girona. España.** www.eram.cat
- Grado en Audiovisual y Multimedia.
 - Grado en Artes Escénicas.
 - Master en Fotografía.
- 345. Universitat Rovira i Virgili. URV. Ciències Socials i Jurídiques. Tarragona. España.** www.urv.cat
- Grado en Comunicación Audiovisual
 - Grado en Periodismo.
 - Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

346. Universidad de Santiago de Compostela. USC. Facultad de la Comunicación. Santiago de Compostela. España. www.usc.es

- a. Grado en Periodismo.
- b. Grado en Comunicación Audiovisual.
- c. Master Universitario en Comunicación e Industrias Creativas.

347. Universidad de Vigo. UVIGO. Facultad de Ciencias Sociales. Pontevedra. España. www.uvigo.es

- a. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- b. Grado en Comunicación Audiovisual.

348. Universidad de La Coruña. UDC. Facultad de Ciencias de la Comunicación. La Coruña. España. www.udc.es

- a. Grado en Comunicación Audiovisual.
- b. Master en Producción y Gestión Audiovisual

349. Universidad Internacional de la Rioja. UNIRIOJA. Logroño. España. www.unir.net

- a. Grado on line en Comunicación Audiovisual.
- b. Master on line en Creación de Guiones Audiovisuales.

350. Universidad Antonio de Nebrija. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Madrid. España. www.nebrija.com

- a. Grado en Periodismo,
- b. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- c. Grado en Comunicación Audiovisual.
- d. Master Universitario en Periodismo en TV.
- e. Master Universitario en Dirección y Realización de Series de Ficción.
- f. Master Universitario en Publicidad.
- g. Master Universitario en Marketing y Publicidad Digital.

351. Universidad Camilo José Cela. UCJC. Facultad de Ciencias Sociales y de la Educación. Madrid. España. www.cjc.edu

- a. Grado en Periodismo
- b. Grado en Comunicación Audiovisual
- c. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
- d. Grado en Cine
- e. Master Universitario en Periodismo Deportivo
- f. Master Universitario en Periodismo 360°

352. Universidad Carlos III de Madrid. Facultad Humanidades, Comunicación y Documentación. Madrid. España. www.uc3m.es

- a. Grado en Periodismo.
- b. Grado en Comunicación Audiovisual.
- c. Master Universitario en Investigación Aplicada a Medios de Comunicación
- d. Master en Dirección de la Empresa Audiovisual.
- e. Master en Guión de Cine y TV.
- f. Master en Gestión de la Industria Cinematográfica.
- g. Master en Documentación Audiovisual.
- h. Master en Propiedad Intelectual.

353. Universidad Complutense de Madrid. UCM. Facultad de Ciencias de la Información. Madrid. España. www.ucm.es

- a. Grados en Periodismo
- b. Grado en Comunicación Audiovisual
- c. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- d. Master Universitario en Periodismo Multimedia Profesional.
- e. Master Universitario en Comunicación Social.
- f. Master Universitario en Escritura Creativa.

- g. Master Universitario en Patrimonio Audiovisual.
- h. Magister en Producción Audiovisual.
- i. Magister en Tecnologías Digitales Interactivas.

354. Universidad Autónoma de Madrid. UAM. Escuela de Periodismo. Madrid. España.
www.uam.es

- a. Master en Periodismo
- b. Master en Propiedad Intelectual, Industrial y Nuevas Tecnologías.

355. Centro de Estudios Superiores Felipe II. Aranjuez. Madrid. España. www.cesfelipesecondo.com

- a. Grado en Comunicación Audiovisual.
- b. Master Universitario en Comunicación Social.

356. Universidad Europea de Madrid. Facultad de Artes y Comunicación. Madrid. España.
www.uem.es

- a. Grado en Comunicación Publicitaria.
- b. Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia.
- c. Grado en Periodismo.
- d. Grado en Artes Escénicas y Mediáticas.
- e. Master Universitario en Comunicación y Periodismo Deportivo.
- f. Master Universitario en Periodismo Digital y Redes Sociales

357. Universidad Nacional a Distancia. Madrid. España. UNED. www.uned.es

- a. Grado en Ingeniería en Tecnología de la Información.
- b. Master Universitario en Comunicación, Redes y Gestión de Contenidos.

358. Universidad Pontificia de Comillas. Madrid. España. www.upcomillas.es

359. Universidad Rey Juan Carlos. URJC. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Madrid. España. www.urjc.es

- a. Grado en Periodismo
- b. Grado en, Comunicación Audiovisual,
- c. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- d. Master Universitario en Cine, TV y Medios Interactivos.
- e. Master en Periodismo de Agencia.
- f. Master en Periodismo de TV.
- g. Master en Periodismo Deportivo.
- h. Master en Creatividad y Guiones de TV.
- i. Master en Creación y Gestión de Contenidos Digitales.

360. Universidad San Pablo – CEU. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación. Madrid. España. www.ceu.es

- a. Grados en Periodismo,
- b. Grado en Comunicación Audiovisual,
- c. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas,
- d. Grado en Comunicación Digital.
- e. Master Universitario en Comunicación Multimedia.
- f. Master Universitario en Dirección Cinematográfica.
- g. Master Universitario de Diseño Gráfico de la Comunicación.
- h. Master Universitario en Periodismo.
- i. Master Universitario en Producción de TV.

361. Universidad de Alcalá de Henares. UAH. Facultad de Comunicación, Documentación y Psicopedagogía. Alcalá de Henares. Madrid, España. www.uah.es

- a. Grado en Comunicación Audiovisual.
- b. Master Universitario en Comunicación y Aprendizaje de la Sociedad Digital.
- c. Master en Edición Digital
- d. Master en Periodismo Digital

- e. Master en Producción Audiovisual.
- f. Master en Dirección y Producción de Documentales Creativos
- g. Master en Desarrollo de Videojuegos para Dispositivos Móviles

362. Universidad Francisco de Vitoria. UFV. Madrid. España. www.ufv.es

- a. Grado en Periodismo,
- b. Grado en Comunicación Audiovisual,
- c. Grado en Publicidad
- d. Master Universitario en Periodismo Audiovisual.
- e. Master Universitario en Producción y Realización en Radio y TV.

363. Centro de Enseñanza Superior Villanueva. Madrid. España. www.villanueva.edu

- a. Grado en Periodismo.
- b. Grado en Comunicación Audiovisual
- c. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- d. Master en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías.

364. Universidad a Distancia de Madrid. España. www.udima.es.

- a. Grado en Periodismo
- b. Master Universitario en Comunicación Digital.

365. Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital. U-TAD. Madrid. España. www.u-tad.com

- a. Grado en Dirección internacional de empresas y negocios digitales
- b. Grado en Diseño de productos interactivos
- c. Grado en Animación
- d. Grado en Diseño visual de contenidos digitales
- e. Grado en Ingeniería en desarrollo de contenidos digitales
- f. Máster en Game design
- g. Máster en Mobile business
- h. Máster en Digital business
- i. Máster en Arte y diseño visual de videojuegos
- j. Máster profesional en Animación 3D de personajes
- k. Máster profesional en Creación de efectos visuales para cine, televisión y publicidad (VFX)
- l. Máster en diseño de personajes
- m. Máster en Programación de videojuegos
- n. Máster Universitario en Computación gráfica y simulación
- o. Máster en Programación de apps para smartphones y tablets

366. Universidad Católica San Antonio de Murcia. UCAM. Facultad de Comunicación. Murcia. España. www.ucam.edu

- a. Grado en Periodismo
- b. Grado en Comunicación Audiovisual
- c. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
- d. Master Universitario en Gestión y Producción Audiovisual Multiplataforma.

367. Universidad de Murcia. UM. Ciencias Sociales y Jurídicas. Murcia. España. www.um.es

- a. Grado en Comunicación Audiovisual,
- b. Grado en Periodismo,
- c. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

368. Universidad de Navarra. UNAV. Facultad de Comunicación. Pamplona España. www.unav.es

- a. Grado en Periodismo.
- b. Grado en Comunicación Audiovisual
- c. Grado en y Publicidad y Relaciones Públicas.
- d. Master Universitario en Guión Audiovisual.
- e. Master Universitario en Investigación en Comunicación.
- f. Master Ejecutivo en Gestión de Empresas de Comunicación.

369. Universidad del País Vasco. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Lejona. Vizcaya. España. www.ehu.es

- a. Grado en Periodismo
- b. Grado en Comunicación Audiovisual
- c. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- d. Master Universitario en Periodismo y Comunicación.
- e. Master Universitario en Periodismo Multimedia.
- f. Master Universitario Multimedia Komunikazioa.
- g. Master Universitario en Comunicación Social.

370. Universidad de Deusto. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. San Sebastián. España. www.deusto.es

- a. Grado en Comunicación.
- b. Master Universitario en Gestión de la Comunicación Audiovisual, Empresarial e Institucional

371. Universidad Cardenal Herrera Oria CEU. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación. Valencia. España. www.uch.ceu.es

- a. Grado en Periodismo
- b. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
- c. Grado en Comunicación Audiovisual.
- d. Master Universitario en Comunicación y Branding Digital.
- e. Master Universitario en Periodismo en TV.

372. Universidad de Valencia. UV. Taller de Audiovisuales. Valencia. España. www.uv.es

- a. Grado en Comunicación Audiovisual.
- b. Grado en Periodismo.
- c. Master Universitario en Contenidos y Formatos Audiovisuales.

373. Universidad de Alicante. UA. Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Alicante. España. www.ua.es

- a. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- b. Master Universitario en Comunicación e Industrias Creativas.

374. Universidad Jaime I. UJI. Facultat de Ciències Humans i Socials. Castellón de la Plana. España. www.uji.es

- a. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- b. Grado en Comunicación Audiovisual.
- c. Grado en Periodismo

375. Universidad Miguel Hernández. UMH. Elche. Alicante. España. www.umh.es

- a. Grado en Periodismo

376. Universidad Politécnica de Valencia. Escuela Politécnica Superior de Gandia. Valencia España. www.upv.es

- a. Grado en Comunicación Audiovisual.
- b. Master Universitario en Contenidos y Aspectos Legales en la Sociedad de la Información.
- c. Master Universitario en Posproducción Digital.

377. Centro de Estudios de la Ciudad de la Luz. Alicante. España. www.ceciudaddelaluz.es

- a. Grado en Comunicación Audiovisual.
- b. Master en Gestión de la Producción Cinematográfica y Audiovisual.
- c. Master de Dirección en Arte Cinematográfico y Audiovisual.
- d. Master en Edición y Postproducción

378. Mondragon Unibertsitatea. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Vizcaya. España. www.mondragon.edu/es

- a. Grado en Comunicación Audiovisual



GUATEMALA

Se han identificado 13 Universidades en Guatemala. De ellas 6 imparten materias relacionadas con el sector audiovisual, con un total de 8 Licenciaturas en Comunicación y un Master en Medios de Comunicación.

379. **Universidad Galileo. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Guatemala** www.galileo.edu
a. Licenciatura en Comunicación y Diseño
380. **Universidad Rafael Lándivar. Facultad de Humanidades. Guatemala.** www.url.edu.gt
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
381. **Universidad del Istmo. Facultad de Comunicación. Guatemala.** www.unis.edu.gt
a. Pensum Comunicación Audiovisual
b. Pensum Comunicación y Periodismo
382. **Universidad Mariano Gálvez de Guatemala. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Guatemala.** www.umg.edu.gt
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
383. **Universidad Panamericana de Guatemala (UPANA). Facultad de Ciencias de la Comunicación. Guatemala.** www.upana.edu.gt
a. Licenciatura en Comunicación y Producción Audiovisual.
b. Maestría en Medios de Comunicación
384. **Universidad San Carlos de Guatemala (USAC). Guatemala.** www.usac.edu.gt
a. Licenciatura de Ciencias de la Comunicación.
b. Licenciatura en Periodismo.



HONDURAS

De un total de 11 Universidades existentes en Honduras, 4 de ellas ofrecen otras tantas licenciaturas en Comunicación.

385. **Universidad Nacional Autónoma de Honduras. Facultad de Ciencias Sociales. Honduras.** www.unah.edu.hn
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
386. **Universidad de San Pedro Sula. Facultad de Comunicación y Publicidad. Honduras.** www.usps.edu
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y Publicidad

387. Universidad Tecnológica Centroamericana. Honduras. www.unitc.edu

- a. Licenciatura en Comunicación y Publicidad

388. Universidad Metropolitana de Honduras (UNIMETRO). Honduras. www.unimetro.edu.hn

- a. Licenciatura en Comunicación Social y Pública



MEXICO

Se han identificado 365 instituciones de carácter universitario, de las que 140 imparten estudios relacionados con el sector audiovisual. El desglose de titulaciones por áreas es el siguiente: 156 licenciaturas se ocupan de temas de Comunicación y sus variedades, 6 de temas de Cine / TV y 12 en los Nuevos medios. 11 Masters en Comunicación, 2 en Cine / TV y 4 en Medios digitales completan la oferta académica en el sector audiovisual.

389. Centro de Estudios Universitarios Monterrey. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. México. www.ceu.edu.mx

- a. Licenciatura en Comunicación

390. Dirección General de Educación Superior Tecnológica. México DF. www.dgit.gob.mx

- a. Ingeniería de Tecnologías de la Información y Comunicaciones
- b. Ingeniería de Animación Digital y Efectos Visuales.

391. Instituto Tecnológico de Monterrey. Comunicación y Periodismo. México. www.itesm.edu

- a. Licenciatura en Comunicación y Medios Digitales
- b. Licenciatura en Periodismo y Medios de Información

392. Universidad Anahuac. Facultad de Comunicación. México. www.anahuac.mx

- a. Licenciatura en Comunicación
- b. Licenciatura en Dirección de Empresas de Entretenimiento

393. Universidad Anahuac del Sur. Facultad de Comunicación. México. www.uas.mx

- a. Licenciatura en Comunicación.
- b. Licenciatura en Dirección de Empresas de Entretenimiento
- c. Maestría en Periodismo

394. Universidad Autónoma España de Durango. Ciencias de la Comunicación. México. www.unes.edu.mx

- a. Licenciatura en Publicidad
- b. Licenciatura en Periodismo
- c. Licenciatura en Relaciones Publicas e Imagen Corporativa

395. Universidad Autónoma de Coahuila. Facultad de Ciencias de la Comunicación. México. www.uadec.mx

- a. Licenciado en Comunicación
- b. Maestría e Comunicación

396. Universidad Autónoma de Nayarit. Área de Ciencias Sociales y Humanidades. México. www.uan.edu.mx

- a. Licenciatura en Comunicación y Medios

397. **Universidad Autónoma de Nuevo León. México.** www.uanl.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación acentuación en Publicidad
b. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación acentuación en Información
398. **Universidad Autónoma de Tamaulipas. México.** www.uat.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación
399. **Universidad Autónoma de La Laguna. Colegio de Ciencias y Humanidades. México.** www.ual.mx
a. Licenciatura en Comunicación y Periodismo
400. **Universidad Autónoma del Noroeste. México.** www.uane.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación
401. **Universidad Cristóbal Colon. México.** www.ver.ucc.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
402. **Universidad Franco Mexicana. México.** www.ufram.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
403. **Universidad Fray Luca Paccioli. México.** www.uflp.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
404. **Universidad Iberoamericana (UIA). México.** Miembro CIBA. www.uia.mx
Fue creada en el año 1943 con el nombre de Centro Cultural Universitario, adquiriendo en 1953 el de Universidad Iberoamericana.
a. Licenciatura en Comunicación
405. **Universidad Intercontinental. México.** www.uic.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación.
406. **Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Educación y Artes. México.** www.ujat.mx
a. Licenciatura en Comunicación
407. **Universidad Jose Vasconcelos. Universidad Virtual. México.** <http://virtual.univas.mx>
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
408. **Universidad Kino. México.** www.unikino.mx
a. Licenciatura en Periodismo y Comunicación Social
409. **Universidad La Salle. Facultad de Arquitectura, Diseño y Comunicación. México.** www.ulsal.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
410. **Universidad de La Salle de Cuernavaca. Facultad de Arquitectura, Diseño y Comunicación. México.** www.ulsac.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
411. **Universidad Lasallista Benavente. Ciencias de la Comunicación. México.** <http://ulsab.edu.mx>
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
412. **Universidad Latina de América. México.** <http://portal.unla.edu.mx/>
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
413. **Universidad Latinoamericana. México.** www.ula.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación y Relaciones Públicas

414. **Universidad Metropolitana Latín Campus.** México. www.umla.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación
415. **Universidad Mexicana.** México. www.unimex.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación
416. **Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.** México. www.unam.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
417. **Universidad Olmeca.** México. www.olmeca.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación
418. **Universidad Panamericana.** México. www.up.edu.mx
a. Maestría en Narrativa y Producción Digital
b. Especialidad en Publicidad y Relaciones Públicas
419. **Universidad Popular del Estado de Puebla.** México. www.upaep.edu.mx
a. Licenciatura en Cine y Producción Audiovisual
b. Licenciatura en Comunicación
420. **Universidad Veracruzana. Humanidades.** México. www.uv.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
421. **Universidad de Celaya.** México. www.udec.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
422. **Universidad de Colima. Facultad de Letras y Comunicación.** México. www.ucol.mx
a. Licenciatura en Periodismo.
b. Licenciatura en Comunicación
c. Maestría en Tecnologías de la Información
423. **Universidad de Cuautitlan Izcalli.** México. www.uci.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación
b. Licenciatura en Tecnologías de Información
424. **Universidad de Guadalajara.** México. www.udg.mx
a. Licenciatura en Comunicación Pública
b. Licenciatura en Periodismo
c. Maestría en Periodismo Digital
425. **Universidad de Monterrey. Facultad de Educación y Humanidades.** México. www.udem.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Información y de la Comunicación
426. **Universidad de Sonora. División de Ciencias Sociales.** México. www.uson.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
427. **Universidad de las Américas Puebla. Escuela de Ciencias Sociales.** México. www.udlap.mx
a. Licenciatura en Animación Digital
b. Licenciatura en Comunicación y Producción de Medios
428. **Universidad del Mayab.** México. www.anahuacmayab.mx
a. Licenciatura en Comunicación
429. **Universidad del Noreste.** México. www.une.edu.mx
a. Licenciatura de Comunicación Digital

430. **Universidad de Tepeyac. México.** www.tepeyac.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación
431. **Universidad del Valle de México. División de Ciencias Sociales. México.** www.uvmnet.edu
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
432. **Universidad Alfonso Reyes. Humanidades. Monterrey. México.** www.uar.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación – Periodismo
b. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación - Publicidad
433. **Universidad Alva Edison. México.** www.unialvaedison.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
434. **Universidad Americana del Noreste (UANE). México.** www.uane.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación.
435. **Universidad Anáhuac México Norte. Facultad de Comunicación. México.** www.anauac.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación
436. **Universidad Anáhuac Puebla. Escuela de Comunicación. México.** www.anahuacpuebla.org
a. Licenciatura en Comunicación
437. **Universidad Anáhuac Querétaro. Escuela de Comunicación. México.** www.anahuacqro.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación
438. **Universidad Anáhuac Xalapa (UAX). Escuela de Comunicación. México.** www.uax.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación
439. **Universidad Atenas Veracruzana (UAV). México.** www.uav.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
440. **Universidad Cinearte. Escuela de Cine. Puebla. México.** www.cine-arte.net
a. 8 Especialidades. (Ver Escuelas de Cine).
441. **Universidad Cuautitlán Izcalli (UDECI). México.** www.udeci.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación
442. **Universidad de Altiplano. México.** www.universidaddelaltiplano.com
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
443. **Universidad de Artes Digitales (UAD). México.** www.uartesdigitales.edu.mx
a. Licenciatura en Producción Audiovisual,
b. Licenciatura en Animación,
c. Ingeniería en Desarrollo de Video Juegos
d. Licenciatura en Diseño Digital
444. **Universidad de Ciencias y Humanidades de Veracruz Quetzalcoatl. Ciencias de la Comunicación, Publicidad y Relaciones Públicas. México.** www.educaweb.mx
a. Licenciatura en Periodismo,
b. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
c. Licenciatura en Publicidad y Marketing
445. **Universidad de Diseño Digital. México.** www.3D.com.mx
a. Licenciatura en Cine y Animación Digital,
b. Licenciatura en Desarrollo de video juegos,
c. Licenciatura en Comunicación Multimedia,
d. Master en Animación 3D y posproducción

446. **Universidad de la Comunicación. México.** www.ec.edu.mx
a. Licenciatura en Publicidad,
b. Licenciatura en Comunicación Social
447. **Universidad de la República Mexicana (UNIREM). México.** www.unirem.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
448. **Universidad de la Salle Bajío. México.** www.delasalle.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
449. **Universidad de las Californias (UDC). México.** www.udc.com.mx
a. Licenciatura en Comunicación
b. Licenciatura en Cinematografía
450. **Universidad de Londres. México.** www.udlondres.com
a. Licenciatura en Comunicación Multimedia,
b. Licenciatura en Periodismo para Nuevos Medios
451. **Universidad de Montemorelos (UM). Artes y Comunicación. México.** www.um.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
452. **Universidad de Negocios ISEC. México.** www.isecuniv.edu.mx
a. Maestría en Comunicaciones y Tecnologías de la Información (TI)
453. **Universidad de Occidente (UDO). Ciencias Sociales. México.** www.udo.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
454. **Universidad de Oriente Puebla (UO). México.** www.uo.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación
455. **Universidad de Periodismo y Arte en Radio y Televisión (PART). México.** www.part.com.mx
a. Licenciatura en Publicidad,
b. Licenciatura en Periodismo,
c. Maestría en Comunicación Periodística y sus Nuevas Tecnologías
456. **Universidad de Puebla (UNIPUEBLA). México.** www.unipuebla.com.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
457. **Universidad de Tijuana. México.** www.cut.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación y Publicidad
458. **Universidad de Xalapa (UX). México.** www.ux.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación,
b. Licenciatura en Periodismo,
c. Maestría en Comunicación
459. **Universidad del Arte (UNARTE). México.** www.unarte.edu.mx
a. Licenciatura en Periodismo, Literatura y Nuevos Medios
460. **Universidad del Claustro de Sor Juana (UCSJ). México.** www.ucsj.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación Audiovisual
461. **Universidad del Distrito Federal (UDF). México.** www.udf.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación Audiovisual
462. **Universidad del Nuevo México. México.** www.unuevomexico.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
b. Maestría en Producción de Medios Informativos

463. **Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA). México.** www.univa.mx
a. Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación,
b. Licenciatura en Publicidad,
c. Ingeniería en Animación, Arte Digital y Multimedia
464. **Universidad del Valle de Orizaba (UNIVO). México.** www.univo.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
465. **Universidad del Valle de Poza Rica (UVPR). México.** www.uvpr.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
466. **Universidad del Valle de Puebla (UVP). México.** www.uvp.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
467. **Universidad Enrique Díaz de León (UNEDL). México.** www.unedl.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
468. **Universidad España (UNES). Escuela de Comunicación. México.** www.unes.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación y Publicidad
b. Licenciatura en Comunicación y Periodismo
469. **Universidad ETAC. México.** www.etac.edu.mx
a. Licenciatura en Periodismo y Publicidad
470. **Universidad Euro Hispanoamericana (UEH). México.** www.ueh.edu.mx
a. Licenciatura en Periodismo y Medios de Información
471. **Universidad Europea. México.** www.universidadeuropea.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación,
b. Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas
472. **Universidad Hernán Cortés (UHC). México.** www.uhc.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación,
b. Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas Empresariales
473. **Universidad Huasteca Veracruzana (UHV). México.** www.uhv.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
474. **Universidad Iberoamericana León. México.** www.leon.uia.mx
a. Licenciatura en Comunicación
475. **Universidad Iberoamericana Puebla. Departamento de Ciencias Sociales y Humanidades. México.** www.iberopuebla.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación
476. **Universidad Iberoamericana Tijuana (UIA). México.** www.tij.uia.mx
a. Licenciatura en Comunicación
477. **Universidad Iberoamericana Torreón. México.** www.lag.uia.mx
a. Licenciatura en Comunicación
478. **Universidad ICEL. México.** www.icel.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación
479. **Universidad Insurgentes. México.** www.universidadinsurgentes.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación

480. **Universidad Interamericana del Norte (UIN). México.** www.uin.com.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
481. **Universidad Interamericana para el Desarrollo (UNID). México.** www.unid.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación
482. **Universidad Internacional. México.** www.umi.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
483. **Universidad Istmo Americana. México.** www.istmoamericana.com.mx
a. Licenciatura en Comunicación
484. **Universidad Justo Sierra. México.** www.justosierra.com
a. Licenciatura en Comunicación
485. **Universidad La Salle Cancún. México.** www.lasallecancun.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
b. Maestría en Publicidad
486. **Universidad La Salle Noroeste. México.** www.ulsa-noroeste.edu.mx
a. Ingeniería de Producción Multimedia
487. **Universidad La Salle Pachuca. Facultad de Ciencias Humanas. México.** www.lasallep.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
488. **Universidad La Salle Victoria. México.** www.ulsavictoria.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
b. Maestría en Publicidad
489. **Universidad Latino. México.** www.universidadlatino.edu.mx
a. Maestría en Tecnologías de la Información
490. **Universidad Leonardo da Vinci (ULV). México.** www.ulv.com-mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
491. **Universidad Loyola del Pacífico. México.** www.loyola.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación
492. **Universidad Madero (UMAD). México.** www.umad.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación y Multimedia
493. **Universidad Maya. México.** www.universidadmaya.com
a. Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas
494. **Universidad Mesoamericana (UNIMESO). México.** www.universidadmesoamericana.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación
b. Maestría en Comunicación
495. **Universidad Mesoamericana de San Agustín (UMSA). México.** www.umsa.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación,
496. **Universidad México-Americana del Norte (UMAN). Humanidades y Ciencias Sociales. México.** www.uman.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
497. **Universidad Modelo. México.** www.modelo.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación

498. **Universidad Mundial (UM). México.** www.universidadmundial.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación
499. **Universidad Mundo Maya (UMMA). México.** www.umma.com.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
500. **Universidad Oriente de México (UOMAC). México.** www.uomac.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación,
501. **Universidad Palafoxiana (UNIPAL). México.** www.unipalafoxiana.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación,
b. Licenciatura en Publicidad y Mercadotecnia
502. **Universidad Panamericana Guadalajara (UP). Humanidades. México.** www.up.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación Audiovisual,
b. Licenciatura en Comunicación Periodística,
c. Licenciatura en Comunicación, Publicidad y RRPP
503. **Universidad Privada del Estado de México (UPEM). México.** www.upemex.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
504. **Universidad Privada del Sur de México (UPSUM). México.** www.upsun.edu.mx
a. Maestría en Publicidad
505. **Universidad Quetzacoatl. México.** www.uqi.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación
506. **Universidad Realística de México (URM). México.** www.urm.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
507. **Universidad Regiomontana (UR). México.** www.ur.mx
a. Licenciatura en Periodismo
b. Licenciatura en Comunicación Social
c. Licenciatura en Publicidad,
d. Maestría en Comunicación
508. **Universidad Salesiana. México.** www.universidadsalesiana.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
509. **Universidad Siglo XXI. México.** www.uniso.edu.mx
a. Licenciatura en Periodismo y Comunicación
510. **Universidad Simón Bolívar (USB). Facultad de Ciencias Humanas. México.** www.usb.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación y Multimedia
511. **Universidad Stratford. México.** www.universidadstratford.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
512. **Universidad Tajín. Publicidad y Relaciones Públicas. México.** www.utajin.edu.mx
a. Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas
513. **Universidad Tolteca de México. México.** www.universidadtolteca.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación
514. **Universidad Vasco de Quiroga (UVAQ). Facultad de Ciencias de la Comunicación. México.** www.uvaq.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
b. Maestría en Comunicación

515. **Universidad Xochicalco. México.** www.xochicalco.edu.mx
a. Licenciatura en Comunicación,
516. **Universidad Autónoma de Aguascalientes (UAA). México.** www.uaa.mx
a. Licenciatura en Comunicación e Información
517. **Universidad Autónoma de Baja California (UABC). México.** www.uabc.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
518. **Universidad Autónoma de Baja California Sur (UABCS). México.** www.uabcs.mx
a. Licenciatura en Comunicación
519. **Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH). Facultad de Humanidades. México.** www.unach.mx
a. Licenciatura en Comunicación
520. **Universidad Autónoma de Chihuahua (UACH). Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México.** www.uach.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
521. **Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ). Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México.** www.uaq.mx
a. Licenciatura en Comunicación y Periodismo
522. **Universidad Autónoma de San Luís Potosí (UASLP). Escuela de Ciencias de la Comunicación. México.** www.uaslp.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
523. **Universidad Autónoma de Veracruz Villa Rica. México.** www.univillarica.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
524. **Universidad Autónoma de Yucatán (UADY). México.** www.uady.mx
a. Licenciatura en Comunicación Social
525. **Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH). Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades. México.** www.uaeh.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
526. **Universidad Autónoma del Estado de México. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México.** www.uaemex.mx
a. Licenciatura en Comunicación
527. **Universidad Autónoma Metropolitana (UAM). División de Ciencias de la Comunicación y Diseño. México.** www.uam.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
b. Licenciatura en Comunicación Social
528. **Universidad del Desarrollo del Estado de Puebla (UNIDES). Área de Ciencias Sociales y Administrativas. México.** www.unides.edu.mx
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
b. Licenciatura en Periodismo



NICARAGUA

Se han identificado 33 Universidades de las que 5 imparte conocimientos relacionados con la Comunicación con 5 licenciaturas en esta materia.

529. Universidad Americana. Facultad de Diseño y Comunicación. Managua. Nicaragua.

www.uam.edu.ni

- a. Licenciatura en Comunicación y Relaciones Públicas

530. Universidad del Valle (UNIVALLE). Facultad de Ciencias de la Comunicación. Nicaragua.

www.univaille.edu.ni

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

531. Universidad Hispanoamericana (UHISPAM). Facultad de Ciencias de la Comunicación. Nicaragua. www.uhispam.edu.ni

- a. Licenciatura en Periodismo

532. Universidad Martín Lutero (UML). Jurídicas y Sociales. Nicaragua. www.uml.edu.ni

- a. Licenciatura en Comunicación Social.

533. Universidad Nicaragüense de Estudios Humanísticos (UNEH). Humanidades, Jurídicas y Sociales. Nicaragua. www.uneh.es.tl

- a. Licenciatura en Comunicación Social.



PANAMA

Se han identificado 24 instituciones de carácter universitario, de las que 7 imparten formación en el sector audiovisual con el siguiente desglose: 7 licenciaturas en Comunicación, 2 licenciaturas en producción de Cine/TV, y 1 master en Dirección y Producción de Radio, Cine y TV.

534. Universidad de Panamá. Facultad de Comunicación Social. Panamá. www.up.ac.pa

- a. Licenciatura en Publicidad
- b. Licenciatura en Producción y Dirección de Radio, Cine y TV
- c. Maestría en Dirección y Producción de Radio, Cine y TV

535. Columbus University. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Panamá.

www.columbus.edu

- a. Sin determinar

536. Universidad del Istmo. Licenciatura en Comunicación. Panamá. www.udi.edu

- a. Licenciatura en Producción Audiovisual

537. Universidad Latina de Panamá. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Panamá.www.ulat.ac.pa

- a. Licenciatura en Producción Gráfica Digital para TV
- b. Licenciatura en Publicidad y Mercadeo

538. Universidad Intramericana de Panamá (UIP). Panamá. www.uip.edu.pa

- a. Licenciatura en Comunicación, Mercadeo y Diseño

539. Universidad Santa María La Antigua (USMA). Escuela de Comunicación Social. Panamá.www.usmapanama.com

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social

540. Universidad Autónoma de Chiriqui (UNACHI). Facultad de Comunicación Social. Panamá.www.unachi.ac.pa

- a. Licenciatura en Periodismo
- b. Licenciatura en Publicidad



PARAGUAY

Se han identificado 36 Universidades en Paraguay de las que 18 imparten conocimiento en temas audiovisuales, con el siguiente desglose: 20 licenciaturas en Comunicación, 1 licenciatura en cinematografía y 3 master en temas de Comunicación.

541. Universidad Americana. Facultad de Comunicación, Artes y Ciencias de la Tecnología. Asunción. Paraguay. www.uamericana.edu.py

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
- b. Licenciatura en Comunicación Audiovisual
- c. Licenciatura en Relaciones Públicas y Protocolo
- d. Licenciatura en Diseño Gráfico

542. Universidad Autónoma de Asunción. Facultad de Ciencias Humanísticas y de la Comunicación. Paraguay. www.uaa.edu.py

- a. Licenciatura en Comunicación Audiovisual

543. Universidad del Cono Sur de las Americas. Paraguay. www.uninet.com.py

- a. Licenciatura en Comunicación Social

544. Universidad del Pacífico. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Paraguay. www.upacifico.edu.py

- a. Licenciatura en Artes y Ciencias de la Comunicación

545. Universidad Columbia del Paraguay. Paraguay. www.columbia.edu.py

- a. Licenciatura en Cinematografía
- b. Maestría en Marketing y Comunicación Social

546. Universidad del Norte (UNINORTE). Facultad de Educación. Paraguay. www.uninorte.edu.py

- a. Licenciatura en Periodismo

547. **Universidad San Lorenzo (UNISAL). Facultad de Educación y Humanidades. Paraguay.** www.unisal.edu.py
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
548. **Universidad Autónoma San Sebastián. Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades. Paraguay.** www.sansebastian.edu.py
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
549. **Universidad Autónoma del Sur (UNASUR). Ciencias Jurídicas y Sociales. Paraguay.** www.unasur.edu.py
a. Licenciatura en Periodismo
550. **Universidad Nihon Gakko. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Paraguay.** www.universidadnihongakko.org
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
551. **Universidad Tecnológica Intercontinental (UTIC). Facultad de Ciencias Humanas. Paraguay.** www.utic.edu.py
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
552. **Universidad Politécnica y Artística del Paraguay (UPAP). Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y Humanidades. Paraguay.** www.upap.edu.py
a. Licenciatura en Periodismo
553. **Universidad Iberoamericana (UNIBE). Paraguay.** www.unibe.edu.py
a. Licenciatura en Periodismo
b. Maestría en Periodismo
554. **Universidad Técnica de Comercialización y Desarrollo (UTCD). Facultad de Ciencias de la Comunicación. Paraguay.** www.utcd.edu.py
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y Arte
555. **Universidad Privada del Guirá. Facultad de Artes, Letras y Comunicación. Paraguay.** www.uniupg.edu.py
a. Licenciatura en Comunicación Social
556. **Universidad Nacional de la Asunción (UNA). Facultad de Filosofía. Paraguay.** www.una.py
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
b. Maestría en Ciencias de la Comunicación
557. **Universidad Nacional de Concepción (UNC). Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Paraguay.** www.unc.edu.py
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación para el Desarrollo
558. **Universidad Nacional de Villarrica (UNIVES). Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas.** www.unves.edu.py
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación



PERU

Se han identificado 67 Universidades en Perú y 38 de ellas imparten conocimiento relacionado con el sector audiovisual con el siguiente desglose: 52 licenciaturas en Comunicación, 1 licenciatura en producción de Cine/TV, y un posgrado en Ciencias de la Comunicación.

559. Pontificia Universidad Católica del Perú. Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación.

Lima. Perú. www.pucp.edu.pe

- a. Grado en Comunicación Audiovisual
- b. Grado en Periodismo
- c. Grado en Publicidad

560. Universidad Alas Peruanas. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Lima. Perú.

www.uap.edu.pe

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

561. Universidad Nacional Hermilio Valdizán. Perú. www.unheval.edu.pe

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social

562. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Facultad de Humanidades. Tacna. Perú.

www.unjbg.edu.pe

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

563. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Facultad de Ciencias Sociales.

Huacho. Perú. www.unjfsc.edu.pe

- a. Licenciado en Ciencias de la Comunicación

564. Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo. Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación. Perú. www.unasam.edu.pe

- a. Sin definir

565. Universidad Nacional de la Libertad de Trujillo. Facultad de Educación y Ciencias de la Comunicación. Trujillo. Perú. www.unitru.edu.pe

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

566. Universidad Nacional de San Agustín. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Perú.

www.unsa.edu.pe

- a. Especialidad en Relaciones Públicas
- b. Especialidad en Periodismo

567. Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Facultad de Comunicación Social e Idiomas. Cusco. Perú. www.unsac.edu.pe

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

568. Universidad Nacional del Centro de Perú. Área Sociales. Perú. www.uncp.edu.pe

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

569. Universidad Particular Inca Garcilaso de la Vega. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Hotelería. Lima. Perú. www.uigv.edu.pe

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

- 570. Universidad Particular de Chiclayo. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Chiclayo. Perú.** www.udch.edu.pe
a. Licenciatura en Periodismo
- 571. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Facultad de Comunicaciones. Perú.** www.upc.edu.pe
a. Licenciatura en Comunicación y Periodismo.
b. Licenciatura en Comunicación y Publicidad
c. Licenciatura en Comunicación Audiovisual y Medios Interactivos.
- 572. Universidad San Juan Bautista de Lima. Facultad de Comunicación y Ciencias Administrativas. Perú.** www.upsjb.edu.pe
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
- 573. Universidad Privada del Norte. Facultad de Comunicaciones. Lima Perú.** www.upnorte.edu.pe
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
- 574. Universidad Femenina del Sagrado Corazón. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Lima. Perú.** www.unife.edu.pe
a. Licenciatura en Periodismo
b. Licenciatura en Publicidad
- 575. Universidad de San Ignacio de Loyola. Facultad de Humanidades. Lima. Perú.** www.usil.edu.pe
a. Licenciatura Comunicaciones.
- 576. Universidad San Martín de Porres. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. Lima. Perú.** www.fcctp.usmp.edu.pe
a. Licenciatura en Comunicaciones
b. Postgrado en Ciencias de la Comunicación.
- 577. Universidad Tecnológica del Perú. Facultad de Humanidades. Lima. Perú.** www.utp.edu.pe
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
b. Licenciatura en Diseño Digital Publicitario
- 578. Universidad de Lima. Facultad de Comunicación. Lima. Perú.** www.ulima.edu.pe
a. Licenciatura en Comunicación
- 579. Universidad de Piura. Facultad de Comunicación. Piura. Perú.** www.udep.edu.pe
a. Licenciatura en Comunicación
- 580. Universidad Privada de Tacna. Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación. Tacna. Perú.** www.upt.edu.pe
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
- 581. Universidad Antonio Ruiz de Montoya (UARM). Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas. Perú.** www.uarm.edu.pe
a. Grado de Bachiller en Periodismo
- 582. Universidad Católica Sto. Toribio de Mogrovejo (USAT). Facultad de Humanidades. Perú.** www.usat.edu.pe
a. Licenciatura en Comunicación- Periodismo,
b. Licenciatura en Comunicación- Publicidad y Comunicación Corporativa
c. Licenciatura en Comunicación Audiovisual
d. Licenciatura en Comunicación para el Desarrollo.
- 583. Universidad Cesar Vallejo (UCV). Facultad de Ciencias de la Comunicación. Perú.** www.ucv.edu.pe
a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
b. Licenciatura en Periodismo

584. Universidad de Chiclayo (UDCH). Facultad de Ciencias de la Comunicación. Perú.

www.udch.edu.pe

- a. Licenciatura en Comunicación- Periodismo,
- b. Licenciatura en Comunicación-Publicidad
- c. Licenciatura en Comunicación.,
- d. Licenciatura en Comunicación-RRPP.

585. Universidad Inca Garcilaso de la Vega (UIGV). Facultad de Comunicación y Turismo. Perú.

www.uigv.edu.pe

- a. Licenciatura en Periodismo,
- b. Licenciatura en Publicidad,
- c. Licenciatura en Producción de Cine, Radio y TV

586. Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión (UNDAC). Facultad de Ciencias de la Educación y Comunicación Social. Perú. www.undac.edu.pe

- a. Bachiller en Ciencias de la Comunicación

587. Universidad Nacional de Altiplano (UNAP). Facultad de Ciencias Sociales. Perú.

www.unap.edu.pe

- a. Licenciatura en Comunicación Social

588. Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga (UNSCH). Facultad de Ciencias Sociales. Perú. www.unsch.galeon.com

- a. Licenciatura en Ciencias de Comunicación Social – Periodismo

589. Universidad Nacional del Centro del Perú (UNCP). Área de Ciencias Sociales. Perú.

www.uncp.edu.pe

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

590. Universidad Nacional del Santa (UNS). Facultad de Educación y Humanidades. Perú.

www.uns.edu.pe

- a. Licenciatura en Comunicación Social

591. Universidad Nacional Federico Villareal (UNFV). Facultad de Ciencias Sociales. Perú.

www.unfv.edu.pe

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

592. Universidad Nacional San Antonio Abad (UNSAAC). Facultad de Comunicación Social e Idiomas. Perú. www.unsaac.edu.pe

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

593. Universidad Nacional San Luís Gonzaga (UNICA). Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Arqueología. Perú. www.unica.edu.pe

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

594. Universidad Nacional Sgo. Antúnez de Mayolo (UNASAM). Facultad de Ciencias Sociales, Educación y Comunicación. Perú. www.unasam.edu.pe

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

595. Universidad Peruana Unión (UPEU). Facultad de Ciencias Humanas y Educación. Perú.

www.upeu.edu.pe

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

596. Universidad Señor de Sipan (UPSS). Facultad de Humanidades. Perú. www.uss.edu.pe

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación



PORTUGAL

Se han identificado 24 Universidades de las cuales 10 imparten enseñanzas relacionadas con el sector audiovisual con el siguiente desglose: 14 licenciaturas / grado en Comunicación, 1 grado en Cine y 6 maestrados en temas de Comunicación.

- 597. Universidad de Beira Interior. Portugal. www.ubi.pt**
 a. Grado en Cine.
- 598. Universidad Nova de Lisboa. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Lisboa. Portugal. www.fcsh.unl.pt**
 a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
 b. Mestrado en Ciencias de la Comunicación
- 599. Universidad Autónoma de Lisboa. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Lisboa. Portugal. www.universidade-autonoma.pt**
 a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación – Periodismo
- 600. Universidad Católica Portuguesa. Facultad de Filosofía. Lisboa. Portugal. www.ucp.pt**
 a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
 b. Licenciatura en Ciencias de la Información y Documentación.
 c. Licenciatura en Tecnologías de la Información y la Comunicación.
 d. Licenciatura en Comunicación Social y Cultura
 e. Master Universitario en Ciencias de la Comunicación
- 601. Universidad Fernando Pessoa. Facultad de Ciencias Humanas y Sociales. Portugal. www.ufp.pt**
 a. Grado en Comunicación Audiovisual
- 602. Universidad Lusíada de Lisboa. Lisboa. www.lis.ulusiada.pt**
 a. Licenciatura en Comunicación y Multimedia.
 b. Licenciatura en Marketing y Publicidad
 c. Mestrado en Comunicación y Multimedia
- 603. Universidad Lusófona de Porto. Facultad de Comunicación, Artes y Tecnología de la Información. Porto. Portugal. www.ulp.pt**
 a. Licenciatura en Comunicación Audiovisual y Multimedia
 b. Mestrado en Comunicación Audiovisual y Multimedia
- 604. Universidad Portucalense Infante D. Henrique (UPT). Portugal. www.upt.pt**
 a. Licenciatura en Ciencias de la Información
 b. Mestrado en Ciencias de la Información y Documentación.
- 605. Universidad de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD). Portugal. www.utad.pt**
 a. Licenciatura en Comunicación y Multimedia
 b. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
 c. Mestrado en Comunicación y Multimedia
- 606. Universidad de Madeira. Portugal. www.uma.pt**
 a. Licenciatura en Comunicación, Cultura y Organizaciones.



PUERTO RICO

Se han identificado 16 Universidades en Puerto Rico de las cuales 3 ofrecen estudios en el sector audiovisual con el siguiente desglose: 3 bachilleratos en Comunicación y 3 grados en Cine/TV en el CCAT.

607. Universidad del Sagrado Corazón. Departamento de Comunicación. Puerto Rico.

www.sagrado.edu

- a. Bachiller en Periodismo
- b. Bachiller en Publicidad

608. Universidad Metropolitana (UMET). Facultad de Ciencias Sociales Humanidades y Comunicaciones. Puerto Rico. www.suagm.edu/umet

- a. Bachillerato en Artes y Comunicaciones

609. Colegio de Cinematografía, Artes y Televisión (CCAT). Puerto Rico www.ccatpr.com

- a. Grado Asociado en Cinematografía
- b. Grado Asociado en Producción de TV
- c. Grado Asociado en Ingeniería de Sonido



REPUBLICA DOMINICANA

Se han identificado 26 Universidades en República Dominicana de las cuales 12 ofrecen estudios en el sector audiovisual con 18 licenciaturas en Comunicación.

610. Universidad Católica de Santo Domingo. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. República Dominicana. www.ucsd.edu.do

- a. Licenciatura en Comunicación Social
- b. Licenciatura en Publicidad

611. Universidad del Caribe. República Dominicana. www.unicaribe.edu.do

- a. Licenciatura en Publicidad
- b. Licenciatura en Comunicación Social – Periodismo.

612. Universidad Autónoma de Santo Domingo. Facultad de Humanidades. República Dominicana. www.uasd.edu.do

- a. Licenciatura en Comunicación Social
- b. Licenciatura en Comunicación Social – Periodismo
- c. Licenciatura en Comunicación Social – Relaciones Públicas
- d. Licenciatura en Comunicación Social – Comunicación Gráfica

613. Universidad Central del Este. Facultad de Ciencias y Humanidades. San Pedro de Macorís. Republica Dominicana. www.uce.edu.do

- a. Licenciatura en Comunicación Social

614. Universidad Iberoamericana. Santo Domingo. República Dominicana. www.unibe.edu.do

- a. Licenciatura en Comunicación Publicitaria

615. Universidad Interamericana. Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades. Republica Dominicana. www.unica.edu.do

- a. Licenciatura en Comunicación Social

616. Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM). Facultad de Ciencias Sociales y Administrativas. Republica Dominicana. www.pucmm.edu.do

- a. Licenciatura en Comunicación Social

617. Universidad (APEC). Republica Dominicana. www.unapec.edu.do

- a. Licenciatura en Publicidad

618. Universidad Dominicana Organización y Método (UDOYM). Republica Dominicana. www.udoym.edu.do

- a. Pensum en Comunicación Social

619. Universidad Interamericana (UNICA). Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades. Republica Dominicana. www.unica.edu.do

- a. Licenciatura en Comunicación Social
- b. Licenciatura en Publicidad

620. Universidad Tecnológica de Santiago (UTESA). Facultad de Ciencias y Humanidades. Republica Dominicana. www.utesa.edu

- a. Licenciatura en Comunicación Social

621. Universidad de la Tercera Edad (UTE). Republica Dominicana. www.ute.edu.do

- a. Licenciatura en Comunicación Social.



URUGUAY

De 6 Universidades identificadas en Uruguay, 5 imparten estudios relacionados con el sector audiovisual con el siguiente desglose: 6 licenciaturas en Comunicación, 1 Ingeniería Audiovisual y 2 licenciaturas en Animación / Video juegos y Diseño Multimedia.

622. Universidad de la República. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Montevideo. Uruguay. www.universidad.edu.uy

- a. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

623. Universidad Católica del Uruguay. Facultad de Ciencias Humanas. Montevideo. Uruguay. www.ucu.edu.uy

- a. Licenciatura en Comunicación Social
- b. Ingeniería Audiovisual

624. Universidad ORT. Facultad de Comunicación y Diseño. Montevideo. Uruguay.www.ort.edu.uy

- a. Licenciatura en Comunicación
- b. Licenciatura en Animación y Videojuegos
- c. Licenciatura en Diseño Gráfico
- d. Licenciatura en Diseño Multimedia

625. Universidad de Montevideo. Comunicación. Uruguay. www.um.edu.uy

- a. Licenciatura en Comunicación

626. Universidad de la Empresa. Facultad de Diseño y Comunicación. Montevideo. Uruguay.www.ude.edu.uy

- a. Sin definir

**VENEZUELA**

De 50 instituciones universitarias identificadas en Venezuela, 15 imparten estudios relacionados con el sector audiovisual con el siguiente desglose: 18 licenciaturas en Comunicación, 1 licenciatura en Medios, y 1 maestría en Ciencias de la Comunicación.

627. Universidad Católica Emilio Acosta. Venezuela. www.unica.edu.ve

- a. TSU en Artes Audiovisuales

628. Universidad Privada Dr Rafael Bellosó Chacín. Facultad de Humanidades y Educación. Maracaibo. Venezuela. www.urbe.edu

- a. Licenciatura en Comunicación Social – Periodismo
- b. Licenciatura en Comunicación Social – Audiovisual
- c. Licenciatura en Comunicación Social – Publicidad y Relaciones Públicas
- d. Maestría en Ciencias de la Comunicación

629. Universidad Fermín Toto. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Venezuela.www.uft.edu.ve

- a. Licenciatura en Comunicación Social

630. Universidad Santa María (USM). Escuela de Comunicación Social. Venezuela.www.usm.edu.ve

- a. Licenciatura en Comunicación Social

631. Universidad Santa Inés (USI). Facultad de Humanidades y Educación. Venezuela.www.usm.edu.ve

- a. Licenciatura en Comunicación Social

632. Universidad Bicentennial de Aragua (UBA). Escuela de Comunicación Social. Venezuela.www.uba.ude.ve

- a. Licenciatura en Comunicación Social- Periodismo
- b. Licenciatura en Comunicación Social - Publicidad y RRPP
- c. Licenciatura en Comunicación y Desarrollo

- 633. Universidad Arturo Michelena (UAM). Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Venezuela.** www.uam.edu.ve
a. Licenciatura en Comunicación Social
- 634. Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Escuela de Comunicación Social. Venezuela.** www.ucab.edu.ve
a. Licenciatura en Comunicación Social
- 635. Universidad Virtual Latinoamericana (LUV). Escuela Virtual de Comunicación Social. Venezuela.** www.luv.edu.ve
a. Licenciatura en Comunicación Social
- 636. Universidad Monteávila (UMA). Facultad de Ciencias de la Comunicación y la Información. Venezuela.** www.uma.edu.ve
a. Licenciatura en Comunicación Social
- 637. Universidad Católica Santa Rosa (UCSAR). Facultad de Ciencias Humanas y Sociales. Venezuela.** www.ucsar.com.ve
a. Licenciatura en Comunicación Social
- 638. Universidad Yacambú (UNY). Facultad de Humanidades. Venezuela.** www.uny.edu.ve
a. Licenciatura en Comunicación
- 639. Universidad Bolivariana de Venezuela (UBV). Venezuela.** www.ubv.edu.ve
a. Licenciatura en Comunicación Social
- 640. Universidad de Los Andes (ULA). Facultad de Humanidades y Educación. Venezuela.** www.ula.ve
a. Licenciatura en Medios Audiovisuales
- 641. Universidad del Zulia (LUZ). Facultad de Humanidades y Educación. Venezuela.** www.luz.edu.ve
a. Licenciatura en Comunicación Social - Periodismo,
b. Licenciatura en Comunicación Social - Publicidad y RRPP

II.- CENTROS DE FORMACIÓN REGLADA, ESPECÍFICA DE CINE, MÁS REPRESENTATIVOS EN IBEROAMERICA

1.- Universidad del Cine. Buenos Aires. Argentina. www.ucine.edu.ar

La Universidad del Cine (también conocida como Fundación Universidad del Cine o FUC) es una Universidad privada argentina ubicada en Buenos Aires. Fue fundada en 1991. Con estudios que duran tres años y medio ofrecen las 8 especialidades siguientes: Dirección Cinematográfica, Guión Cinematográfico, Iluminación y Cámara, Estenografía y Vestuario, Compaginación Cinematográfica, Producción, Historia, Teoría y Crítica Cinematográfica, y Cine de Animación y Multimedia.

Además de lo anterior, a través de la Facultad de Comunicación, ofrece estudios de Artes Visuales, Diseño Gráfico y Procesos educativos. Ofrece también un Master en Cine Documental. Miembro CIBA.

2.- Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica, ENERC. Buenos Aires. Argentina. Miembro CIBA. www.enerc.gov.ar

La Escuela, que depende del INCAA (Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales), se creó en 1965 y celebró la obtención (mediante Resolución N° 236/11 del Ministerio de Educación) del reconocimiento oficial a los títulos de formación que otorga. Miembro CIBA. Los egresados reciben un título de validez nacional en cada una de las 7 especialidades que aquí se especifican y todas ellas tienen una duración de 3 años:

- Realizador/a Cinematográfico/a.
- Guionista Cinematográfico.
- Productor/a Cinematográfico/a.
- Director/a de Fotografía.
- Director/a de Montaje.
- Director/a de Sonido.
- Director de Arte Cinematográfico.

A lo largo de 45 años el objetivo principal de la ENERC ha sido brindar a sus alumnos un nivel académico de excelencia, fomentando la experimentación cinematográfica y manteniendo un perfil de formación que es reconocido nacional e internacionalmente.

3.- Escuela de Cine UNIAC de Chile

La Universidad de Artes, Ciencias y Comunicación imparte un título de Licenciatura en Cine. (Ver ficha 202 de Licenciaturas)

4.- Escuela de Cine de la Universidad de Arte y Ciencias Sociales. ARCIS. Chile.

Imparte un título de Licenciatura en Cine. (Ver ficha 207 de Licenciaturas)

5.- Escuela Nacional de Cine de Colombia (ENACC). www.enacc.co

No existe una escuela de cine como tal, con el reconocimiento de las autoridades académicas en Colombia. Existe una Escuela Nacional de Cine de Colombia, de carácter privado que ofrece dos cursos en los que fundamenta su actividad: Curso llamado "Conservatorio en Dirección de Cine" de dos años de duración y otro curso especializado en Animación. Para 2013 se anuncian dos nuevos diplomas: Dirección de Arte y Producción Ejecutiva.

Existen algunos cursos o seminarios que se imparten en un marco más amplio como en la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN). Cine, Televisión y Video o en la Universidad Nacional de Colombia.

6.- Escuela Internacional de Cine y TV (EICTV). San Antonio de los Baños. Cuba. Miembro CIBA. (www.eictv.org)

Fundada el 15 de diciembre de 1986 como filial de la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano (FNCL), y sus creadores -el escritor y periodista colombiano Gabriel García Márquez, el poeta y cineasta argentino Fernando Birri, y el realizador y teórico cubano Julio García Espinosa- buscaban la instauración de una Escuela de Tres Mundos para estudiantes de América Latina, África y Asia.

Gracias al apoyo del gobierno cubano, la Escuela fue inaugurada el 15 de diciembre de 1986. Su primer director fue Fernando Birri, prestigioso realizador argentino, precursor del movimiento del Nuevo Cine Latinoamericano. Concebida como una escuela de formación artística, la EICTV puso en práctica una filosofía particular: la de enseñar no a través de maestros profesionales, sino de cineastas activos, capaces de transmitir conocimientos avalados por la práctica, la experiencia en carne viva, una constante actualización. A lo largo de los años miles de profesionales y estudiantes provenientes de más de 50 países han convertido la Escuela en un espacio para la diversidad cultural, de alcance multinacional. La EICTV se encuentra en San Antonio de los Baños, municipio situado a 30 km. al Sur-suroeste de La Habana

Cada año, la EICTV abre una convocatoria para jóvenes cineastas de América Latina, Asia, África, Europa y el resto del mundo. Con un programa de 3 años, dividido en tres etapas correspondientes a cada año de estudios -Polivalencia, Especialización y Tesis-, el Curso Regular destaca por su alto contenido práctico.

El Curso Regular, que es la actividad fundamental de la Escuela, se complementa con la organización de diversos talleres específicos.

7.- Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de la Comunidad de Madrid (ECAM). Madrid. España. www.ecam.es

La Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de la Comunidad de Madrid (ECAM) se creó en 1994, por decisión de la Consejería de Educación y Cultura de la Comunidad de Madrid, la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE), la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España (AACCE) y la Entidad de Gestión de Derechos de Autor de los Productores Audiovisuales (EGEDA), a cuya iniciativa conjunta se incorporó, en abril del 1997, Actores Intérpretes Sociedad de Gestión de España (AISGE).

Estas entidades decidieron que la Escuela se constituyera bajo la fórmula legal de fundación cultural de carácter privado sin ánimo de lucro, regida por el Patronato de la Fundación de la Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de la Comunidad de Madrid. El Patronato delega el control continuado de las actividades de la Escuela en una Junta Rectora, constituida por representantes de las entidades que lo forman. Dentro de las competencias de la Junta está el nombramiento del Director y del Gerente de la ECAM.

La ECAM, que inició sus actividades en el curso 1995-96 es un centro de formación académica, cuya finalidad es la preparación técnica y humanística de los futuros profesionales del cine y del sector audiovisual.

El Plan de Estudios de la ECAM, se estructura en tres cursos, a través de los cuales se ofrece al alumno un plan integral de formación de la especialidad profesional en la que decida matricularse. La superación satisfactoria de los tres cursos, da derecho, al alumno, a obtener el diploma que le acredita para ejercer profesionalmente en su Especialidad.

La formación que la ECAM tiene como objetivo proporcionar los conocimientos específicos de cada especialidad tanto en sus niveles intermedios como superiores y orientados hacia su ejercicio en la producción cinematográfica y audiovisual en general. Las 9 especialidades son las siguientes: Animación Audiovisual, Dirección, Dirección Artística, Diseño de vestuario, Guión, Fotografía, Montaje, Producción, y Sonido

Además de lo anterior y cursos complementarios, ofrece tres Master: Creación de Videojuegos, Desarrollo de Proyectos Audiovisuales, y Cinematografía Digital y Nuevos formatos

8.- Escola Superior de Cinema i Audiovisuals de Catalunya (ESCAC). Terrasa. Barcelona. España. www.escac.es

La Escuela de Cine y Audiovisuales de Cataluña (ESCAC) es un centro docente privado, adscrito a la Universidad de Barcelona, donde se imparten las disciplinas necesarias para la formación de los futuros profesionales del cine y del audiovisual. Los contenidos docentes y las características de su plan de estudios se fundamentan en la visión teórico práctica de la preparación de los alumnos, teniendo siempre presente que el objetivo es dotarlos de los mecanismos y conocimientos de mayor utilidad para su futuro profesional.

Dentro de su oferta formativa la ESCAC dispone de las siguientes áreas:

El Grado en Cine y Medios Audiovisuales tiene como objetivo la formación y capacitación profesional en los ámbitos de especialización necesarios para la producción audiovisual, enfatizando las clases prácticas y la metodología de trabajo en equipo.

La docencia se organiza en 4 años lectivos, estructurados en 8 semestres. La secuencia curricular ocupa 240 créditos ECTS divididos en dos niveles de formación. El último semestre queda íntegramente reservado a la realización del proyecto de final de grado.

El acceso a las especialidades viene determinado por la preferencia del alumno, su currículum académico y el criterio de la comisión pedagógica respecto a las prácticas realizadas. La ESCAC ofrece formación en ocho itinerarios específicos diseñados para la capacitación profesional en los ámbitos de: guión, producción, dirección, dirección de fotografía, dirección artística, montaje, sonido, producción digital y documental.

El área de formación continua de la ESCAC tiene como objetivo continuar formando y especializando a estudiantes que permita complementar sus estudios sobre cine y medios audiovisuales. Esta oferta se concreta en 3 áreas: postgrados, másters y Summer School. (Ver ficha 337 de Licenciaturas)

9.- Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC) de México. www.elccc.com.mx

El *Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC)* es una institución mexicana de enseñanza de cinematografía, que pertenece al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta). Se fundó en 1975, con el fin de formar profesionales del cine en el área técnica y artística. Junto al CUEC (de la UNAM), es una de las más importantes escuelas de cine en el país. Miembro CIBA.

El CCC produce alrededor de cuarenta cortometrajes por año y realiza películas de largo y medio metraje que combinan elementos académicos con características de producción profesional.

La Licenciatura en Cinematografía tiene una duración de cuatro años y medio, divididos en nueve semestres. El plan académico de la Licenciatura consta de un tronco común de tres semestres, que contempla materias destinadas a la enseñanza del lenguaje cinematográfico, la expresión escénica y narrativa, y el documental. Después del tronco común, a partir del cuarto semestre, el alumno puede optar por cursar las siguientes especialidades: Dirección y Cinefotografía.

Al término, el alumno obtiene el grado de Licenciatura en Cinematografía con reconocimiento de validez oficial ante la Secretaría de Educación Pública (SEP).

Cuenta con dos programas de educación complementarios: Curso de Producción Cinematográfica y Audiovisual con 2 años de duración. El Curso de Guión Cinematográfico, también de dos años de duración, forma escritores especialistas en cine y el objetivo principal es realizar un guión con las herramientas básicas que se requiere, analizando dramáticamente las películas y la arquitectura del guión.

Por otra parte, apoyado por el Instituto Mexicano de Cinematografía, el CCC ha desarrollado con especial vigor en los últimos años el proyecto denominado Opera Prima que permite el debut —a partir de un concurso de selección interno— de jóvenes realizadores, productores, guionistas y cinefotógrafos a través de la producción de un primer largometraje. La intensa participación de los alumnos de la escuela en los diversos ámbitos de la producción y la oportunidad de filmar una primera película con el apoyo institucional que brinda la escuela, son apenas algunas de las características de este proyecto, a caballo entre el cine industrial y la producción estrictamente académica.

10.- Centro Universitario de Estudios Cinematográficos de México. CUEC. www.cuec.unam.mx

CUEC fue fundado en 1963 por parte del Departamento de Actividades Cinematográficas de la Dirección General de Difusión Cultural de la Universidad Autónoma de México (UNAM). Es la Escuela de Cine de la UNAM y la escuela de cine más antigua de América Latina. Miembro CIBA

Desde 1972 pertenece a CILECT y fue fundador de la Federación de las Escuelas de la Imagen y el Sonido de América Latina (FEISAL), asociación que concentra a más de treinta escuelas de cine latinoamericanas.

No se puede explicar el cine mexicano de los últimos cuarenta años sin la participación del CUEC. En 2006, la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas le concede al CUEC el Ariel de Oro, “por su invaluable aportación en la formación de cineastas mexicanos”.

Su matrícula actual es de 15 estudiantes por año, escogidos de un promedio de 500 aspirantes que presentan su examen de ingreso anualmente. El plan de estudios se encuentra dividido en dos niveles, el básico y el superior. En el nivel básico el estudiante conoce las diversas áreas que se involucran en la producción cinematográfica para que pueda elegir, posteriormente, entre las dos áreas del nivel superior: la artística conceptual, dirigida a directores, guionistas y productores y la artística técnica, dirigida a cinefotógrafos, sonidistas, directores de arte y montajistas. Durante la carrera, un estudiante puede filmar hasta 6 ejercicios fílmicos, de ficción y documental, en formatos que van desde el cine digital hasta 35 mm.

11.- Universidad Cinearte. Escuela de Cine. Puebla. México. www.cine-arte.net

La Carrera en Dirección Cinematográfica cumple un plan de estudios intensivo de cuatro años dividido en tres niveles y las asignaturas están diseñadas para aprender a dar forma a las ideas, apoyado en ejercicios individuales y colectivos. Los dos primeros años se orientan a profundizar en la cultura cinematográfica en todos sus aspectos, el tercero a la especialización y el cuarto año a la profesionalización de la carrera. Se contemplan 8 especialidades que son las siguientes:

- Producción Cinematográfica.
- Dirección de fotografía.
- Escritura de Guión.
- Dirección de Arte.
- Montaje y Edición Digital.
- Efectos Visuales y Digitales.
- Realización Documental.
- Sonido y diseño sonoro.

12.- INCINE, Instituto Superior Tecnológico de Cine y Actuación. Lima Perú. www.incine.info

INCINE abrió sus puertas en 2005 como el primer centro de educación superior peruano especializado en la docencia para el aprendizaje de los lenguajes y las técnicas necesarios para hacer cine. Miembro CIBA.

El aprendizaje en INCINE se basa en la experiencia, los talleres interdisciplinarios, las tutorías individuales y los proyectos de investigación. Desde la primera clase, el estudiante formula incesantemente proyectos de películas que filma y edita cada semestre. Al término de los estudios

cada estudiante ha dirigido y co-realizado no menos de 50 cortos y ejercicios, con un tiempo total de pantalla equivalente al de 5 largometrajes.

Liderados por la actriz Lissette Cabrera y el director Camilo Luzuriaga, al plantel local se suman cada año profesores europeos del INSAS de Bruselas y de la FEMIS de París, para talleres especializados en guión, producción y fotografía.

INCINE conjuntamente con la Universidad de Cuenca y debidamente reconocidos por el Conesup, (Consejo Nacional de Educación Superior) otorgan los siguientes títulos:

- Tecnólogo/a en Dirección y Actuación (3 años de estudios).
- Tecnólogo/a en Fotografía y Sonido (3 años de estudios).
- Licenciado/a en Cine y Audiovisuales (4 años de estudios, en convenio con la Universidad de Cuenca).

Tiene acuerdos para concesión de becas con ESCAC en Barcelona (España)

13.- Escuela de Cine del Uruguay. Montevideo. Uruguay. Miembro CIBA. (www.ecu.edu.uy)

La Escuela de Cine del Uruguay (ECU) es un departamento de la Cinemateca Uruguaya, institución sin ánimo de lucro. Fue creada en 1995, siendo la única institución del país dedicada exclusivamente a la formación profesional en cine y video. La ECU es miembro pleno de Cilet y de CIBA (CILECT Ibero América). También es miembro de la FEISAL, Federación de Escuelas de Imagen y Sonido de América latina.

La ECU ofrece la carrera de Realización Cinematográfica con una duración de siete semestres, con clases de cuatro horas de lunes a viernes. También se ofrecen cursos extracurriculares en formato de Taller.

14.- ESCINETV - Escuela de Cine y Televisión. Caracas. Venezuela. www.escinetv.org.ve

ESCINETV fue fundada en Caracas en 1983 con la finalidad de formar guionistas, directores, productores, camarógrafos, sonidistas, directores de fotografía, editores y demás personal técnico requerido por la industria cinematográfica, la televisión y el video.

Su carrera más conocida es la de Estudios Integrales de Cine y TV que tiene una duración de 2 años y se compone de 40 asignaturas. En la actualidad lanza una nueva carrera: Estudios Integrales en Animación, de dos años de duración. Además de lo anterior ofrece una serie de talleres relacionados con su actividad.

III.- INICIATIVAS DE FORMACIÓN NO REGLADA MAS REPRESENTATIVAS EN IBEROAMERICA Y LA EXPERIENCIA EUROPEA

1.- LATC, Centro de Entrenamiento Latinoamericano. Río de Janeiro. Brasil.

www.latamtrainingcenter.com

El Centro de Entrenamiento Latinoamericano (LATC), con sede en la ciudad de Río de Janeiro, es una empresa de entrenamiento y de consultoría regional, direccionada a la nueva generación de cineastas en América Latina, que ofrece servicios completos de consultoría para proyectos audiovisuales y está especializado en programas creativos de entrenamiento para productores de contenido audiovisual. La metodología del LATC está focalizada en modelos de negocios para las nuevas tecnologías. Además de organizar talleres sobre varios aspectos de la producción audiovisual, también ofrece seminarios sobre protección de la propiedad intelectual.

Los servicios de consultoría del LATC incluyen revisión del guión, desarrollo de proyecto y “packaging”, orientación en coproducción, así como representación internacional.

El LATC está afiliado a la Asociación Internacional de Escuelas de Cine y Televisión – CILECT y mantienen convenios de colaboración con distintas instituciones brasileñas e internacionales, entre otras, EGEDA.

2.- Instituto RTVE. Madrid. España. www.rtve.es/instituto/

Desde 1975, el Instituto RTVE prepara a futuros profesionales para trabajar en Medios Audiovisuales. Televisión, Radio y Medios Interactivos. En la actualidad ofrece, los siguientes cursos:

a.- Master de Post grado para Licenciados

- Master en Documentación Audiovisual (Universidad Carlos III de Madrid).
- Master en Realización y Diseño de Programas y Formatos de TV (Universidad Complutense de Madrid).
- Master de Radio.
- Master en Periodismo en TV (Universidad Rey Juan Carlos de Madrid)

b.- Cursos superiores de Formación Profesional Audiovisual

- Ciclo Superior de Realización de Audiovisuales y Espectáculos.
- Ciclo Superior de Producción de Audiovisuales, Radio y Espectáculos.
- Ciclo Superior de Sonido.

c.- Formación especializada en 21 materias.

El Instituto RTVE ofrece cursos intensivos de formación especializada dirigidos a personas y profesionales interesados en el mundo de la televisión, la radio y el ámbito multimedia. Entre ellos destacan:

- Sonorización y mezcla en Protools
- Final Cut Studio
- Dirección de actores para cine y TV
- Sonido profesional en radio
- Reporterismo audiovisual - XDCAM HD
- Elaboración informativa multimedia
- Producción de TV
- Realización de reportajes y documentales
- Locución y Presentación de Programas de TV
- Animación en Flash
- Ayudante de Dirección. Movie Magic Scheduling

- Guión para series de TV. Screenwriter
- Maquillaje y caracterización
- Iluminación para TV
- Control de cámara HD
- Introducción Avid Nitris HD
- Avid Nitris HD Avanzado
- Auto-producción
- Etalonaje en "Color"
- Webcasting TV y Radio por Internet
- Animación 2D After Effects

3.- El Programa Media Formación de la Unión Europea.

<http://ec.europa.eu/culture/media/fundings/training/>

El Programa Media Formación está integrado en el Programa Media que se inició en 1989 y que permanece en nuestros días. El sector audiovisual ha sido considerado por la UE como un vector esencial para la transmisión y el florecimiento de los valores culturales europeos. Desempeña un papel fundamental en la construcción de una identidad cultural europea y en la expresión de la ciudadanía europea. La circulación de las obras audiovisuales europeas (películas y programas de televisión) contribuye a reforzar el diálogo intercultural y a mejorar la comprensión y el conocimiento recíprocos entre culturas europeas. El apoyo comunitario tiene, pues, por objeto ayudar al sector audiovisual europeo a desempeñar plenamente su papel de aglutinante de la ciudadanía y la cultura europeas.

Además del aspecto cultural, el sector audiovisual también encierra un considerable potencial social y económico. El apoyo comunitario al sector audiovisual se sitúa también en el contexto de la "estrategia de Lisboa" tendente a convertir a la economía de la UE en una de las economías más competitivas y dinámicas del mundo.

En este marco, adquiere excepcional importancia los programas de formación para profesionales que faciliten la adquisición y perfeccionamiento de competencias que permitan la consolidación del sector audiovisual europeo, especialmente en las pequeñas y medianas empresas.

En el Programa de Formación vigente se ofrecen las siguientes categorías:

1.- Desarrollo de Guión. En esta sección se ofrecen 10 programas distintos entre los que destaca el programa Sources, que durante los últimos 20 años ha contribuido eficientemente a desarrollar las técnicas de guión aplicadas por los profesionales europeos.

2.- Desarrollo de Proyectos y Producción. En esta sección se ofrecen 9 proyectos entre los que destacan ACE, EAVE y Nipkow. Los tres llevan trabajando en el ámbito europeo en los últimos 20 años y han contribuido de una forma definitiva a que la "inversión en desarrollo del proyecto", se haya implantado de forma eficaz entre las empresas europeas.

3.- Gestión legal y Financiera. En este sector se ofrecen 11 tipos de formación entre las que destaca el MEGA (Master en Gestión Audiovisual) de la Media Business School que ha formado a varios centenares de jóvenes profesionales europeos en estas materias.

4.- Marketing en Distribución y Exhibición. En esta apartado se ofrecen 5 iniciativas entre las que destaca la promovida por EAVE con su Film Marketing Workshop.

5.- Animación. En este caso se ofrecen 7 tipos de cursos entre los que destacan los ofrecidos por Cartoon, que se ha constituido – desde la formación – en el gran promotor de la Animación europea.

6.- Documentales. Aquí se ofrecen 11 estrategias formativas entre las que destacan Archidoc, Eurodoc, y Documentary Campus Masterschool.

7.- Nuevos medios. Se ofrecen tres iniciativas formativas. Una promovida por MBS, Multiplataforma Business School, y otras dos: The pixel Lab con su Cross-Media Workshop y finalmente el Transmedia Next London Storytelling

8.- Nuevas Tecnologías. Aquí se agrupan 5 Programas desde asuntos relacionados con la restauración de material audiovisual hasta Efectos especiales digitales.

Este conjunto de acciones suman 85 programas que trabajan de forma continuada y que han contribuido y siguen contribuyendo a la estructuración de la industria europea de contenidos.

4.- Los programas de Formación Egeda

a.- Programa de Inmersión en el mercado audiovisual americano. Los Ángeles (USA)

b.- Otros

Fuentes: En la información sobre cada institución se ha señalado su página web. Asimismo se han utilizado diferentes fuentes de información como:

www.gruposantander.es

www.rau.edu.uy

<http://universidad21.blogspot.com.es/2011/06/ranking-universidades-latinoamericanas.html>

www.universia.net

Informe La Formación Audiovisual en España (MRC, 2008, actualizado)

MITOS Y REALIDADES DE
SOCIOLOGÍA TELEVISIVA

Mitos y realidades de sociología televisiva

Por Ricardo Vaca Berdayes

Para defender una posición determinada en cualquier faceta de la vida nos apoyamos en ocasiones en frases hechas, que se van repitiendo una y otra vez como verdades absolutas convirtiéndose en mitos y, sin embargo, carecen de rigor o de ser verificadas con garantía.

En el caso de las audiencias de televisión y del comportamiento de los espectadores se hacen frases hechas tales como que “niños y los jóvenes ya no ven televisión...”, “la gente joven solo está en internet...”, aparte de los consabidos “la televisión ya no ofrece nada, ahora todo está en las redes sociales...”, y así sucesivamente, e incluso se dice que “la televisión no tiene futuro, que todo está en internet”.

Vaya por delante que estamos en una nueva era, que no es un simple cambio de siglo, sino mucho más, y que la revolucionaria transformación que vivimos tiene a la tecnología como principio fundamental de dicho fenómeno con las industrias televisiva, informática y telefónica que fomentan y dan realidad a la llamada convergencia digital. Y además todo ello generado a una velocidad exponencial, dando lugar a eso que también conocemos como economía digital y vida en la globalización.

Si pensamos que hace poco más de quince años no disponíamos de móvil ni de tabletas y con pocos ordenadores en las casas, entenderemos que el proceso de cambio es paradigmático, que provoca unas nuevas condiciones de vida tan extraordinariamente innovadoras, que nada es igual a nuestra vida anterior y que, sobre todo, dicho proceso de cambio sideral es solo el principio de una transformación de la sociedad entera.

Y esto es bien cierto también para todos los que hablamos español, aquí y en todos los países de Iberoamérica, donde las tendencias en el consumo de televisión, en todas sus modalidades, tienden a la estandarización.

La primera realidad que se debe comentar en relación con la audiencia de televisión, donde radica la primera y principal fortaleza de la mal llamada “caja tonta”, se sitúa en el estudio del consumo televisivo de cada uno de nosotros como espectadores.

Y lo primero que debe dejarse claro es el grandísimo incremento de consumo televisivo durante los últimos años por parte de todos los españoles: en el año 1992 cada uno de nosotros pasaba 192

minutos (3 horas y 12 minutos) delante del electrodoméstico que transmite ideología; en el 2000 se registraba 210 minutos por persona y día (3 horas y media); en 2009, año anterior de la implantación de la TDT, se consumían 226 minutos (3 horas y 46 minutos); el año pasado, en 2012, el consumo lograba nuevo récord y se elevaba hasta alcanzar 246 minutos (4 horas y 6 minutos). Dicho de otra manera: vemos televisión casi una hora más que en el año 1992 y casi veinte minutos más desde el apagón analógico y encendido digital.

Por tanto, la televisión goza de una malísima salud de hierro, y no solo ocurre en nuestro país sino que es una tendencia generalizada en la mayoría de los países donde se mide el comportamiento de los espectadores de televisión.

En el caso de los niños y jóvenes, como se decía al principio “ya no consumen televisión...”, la realidad, los hechos constatables a través de las investigaciones diarias de la empresa Kantar Media, nos dice que los niños y jóvenes siguen consumiendo mucha televisión y algo más que hace una década. Insisto, todo ello a pesar de las nuevas tecnologías, de los nuevos soportes y dispositivos, de la próspera industria de los videojuegos, que no existía hace dos décadas, que ha hecho que la “gratificación del entretenimiento” se amplíe grandemente.

Así los niños, de 4 a 12 años, consumían 153 minutos por día (2 horas y 33 minutos) en el año 2000 y en 2012 161 minutos (2 horas y 41 minutos), ocho minutos de incremento en el consumo televisivo del grupo mencionado. La realidad es tozuda: los hechos demuestran que a pesar de la enorme oferta de entretenimiento y de la nueva tecnología, los chavales ven la televisión algo más que hace diez años, que supone un hecho relevante si se tiene en cuenta que es bien cierto también que los “locos bajitos” como diría Gila dedican muchos minutos a ordenadores, videojuegos o móviles... Y sin embargo, el consumo no solo no desciende sino que sube.

Y de los jóvenes, de 13 a 24 años, el consumo televisivo nos deja también una realidad distinta de la que habitualmente se comenta como cierta: en el año 2000, los jóvenes, grandes impulsores de las nuevas tecnologías y dispositivos, consumieron 153 minutos (2 horas y 33 minutos) y en 2012, teniendo en cuenta la extraordinaria mutación de los hábitos en este grupo de edad tan innovador, se mantiene en el mismo registro, un hecho que debe significarse también para ofrecer rigor en la actual segmentación del consumo televisivo.

Mientras que los adultos jóvenes (de 25 a 44 años) consumieron cada día 213 minutos durante el año pasado por 295 minutos los maduros (de 45 a 64 años) y de los 339 minutos (5 horas y 39 minutos) de los mayores de 65 años.

En España la televisión ocupa cada vez una posición más transversal en nuestra organización diaria y societaria y lo es, precisamente, por la vinculación (íntima) que se mantiene con “la caja lista”, por la cantidad de tiempo que pasamos con el electrodoméstico que nos cambia la vida, con hábitos nuevos y marcos de referencia mentales muy distintos. Es la televisión como eje de nuestras vidas quien hace ese trabajo en nuestras concepciones ordinarias. Es más: la televisión, ahora mismo y ése es el gran elemento transformador del medio rey, crea la actualidad.

De igual forma, la mujer consume muchos más minutos que el hombre (en 2012: la mujer promedia 268 minutos (4 horas y 18 minutos) por 240 minutos (4 horas) del hombre). Como otro hecho que ha revolucionado el modo en el que se ve televisión: el consumo individual – tal como ha sucedido con el medio radiofónico – se sitúa cerca de la mitad del tiempo que vemos la televisión, el 40% lo vemos en pareja y el 16% en grupo con tres o más personas.

Otro tanto cabe decir del tiempo que dedicamos a internet, al tiempo que consumimos en el ordenador (léase también tabletas), que siguiendo la investigación mensual que realiza la empresa norteamericana ComScore nos arroja unos datos que ponen de relieve la realidad del tiempo que pasamos los españoles en la red con los nuevos dispositivos informáticos.

En mayo de este año, un mes de consumo medio en relación con el resto del año, ComScore nos indica que 17 millones de españoles conectaron cada día con internet (en televisión cada día es vista por 35/36 millones), siendo 25 millones los internautas diferentes que durante dicho mes

de mayo 2013 visitaron internet en algún momento (en el caso de la televisión, alrededor de 44 millones cada mes).

Y lo que es determinante: el tiempo que dedica diariamente cada internauta roza los 41 minutos (en televisión más de 4 horas diarias). Un hecho que pone de manifiesto la realidad de la investigación de nuestro comportamiento como internautas, no de lo que pensamos que ocurre sino que lo que sucede realmente. Y de lo que se expresa en relación con el uso que hacemos de la nueva tecnología a la realidad (gratuitamente y como dogma de fe) hay una importante y significativa diferencia. Y es preciso expresarlo con datos, con rigor en la investigación.

Con las redes sociales ocurre otro tanto. Es una nueva e innovadora herramienta de comunicación, revolucionaria en muchas oportunidades, y que ha llegado a nuestras vidas para quedarse y formar parte (junto a todas las demás modalidades) de fomentar una nueva opinión pública. Y es bien cierto: están modificando una parte sustancial del proceso de la comunicación y de los resultados de dicha acción: el ejemplo de la campaña de Obama expresa su verdadera fortaleza, como sucedió con la televisión en el debate entre Nixon y Kennedy, como lo fue el uso de la radio para Roosevelt (“Discursos al lado de la chimenea”).

Por tanto, las redes sociales además han contribuido, junto a la implantación de la TDT con un aumento considerable de las opciones televisivas, y la propia crisis económica a que el consumo televisivo (y de internet) se eleve y cobre todavía una mayor importancia. Por tanto, a mayor uso de las redes sociales, mayor tiempo delante de la televisión. Pero eso no quiere decir que el nuevo medio de comunicación como las redes sociales haga que la televisión pierda su pujanza y dominio ante la opinión pública, antes al contrario. Las redes sociales (con un público afín entre 15 y 34 años, preferentemente) potencian a la televisión: Youtube, un invento reciente donde el video es el elemento revolucionario (quién lo iba a decir), se fundamenta en subir retazos de la vida televisiva. Más del 60% del contenido de Youtube es televisión.

Y todo ello no es distinto de lo que sucede en el país más televisivo y tecnológico como es EE.UU. Según recientes investigaciones de Nielsen, en su medición “*The cross-platform series*”, nos arroja luz sobre si es verdad o no que la televisión tradicional ha perdido valor o si es al contrario como venimos demostrando con estos comentarios. Pues bien, en el primer trimestre de 2013 Nielsen nos dice que el consumo televisivo diario es en redondeo de 5 horas y media por parte de los estadounidenses, que se desglosan del siguiente modo: 4 horas y 39 minutos diarios de televisión en directo; 26 minutos/día de DVR (Digital Video Recorder); 13 minutos/día de videojuegos; y 11 minutos de DVD/Blue Ray.

Además, según Nielsen, en EE.UU. donde se mide la audiencia televisiva de 2 o más años de edad (en nuestro país de 4 o más años en adelante), el consumo de televisión tradicional es de más de 34 horas a la semana (cerca de cinco horas de consumo diario de televisión, la de toda la vida); casi 3 horas a la semana de visionado de televisión en diferido (DVR); algo más de una hora/semana de DVD; 1 hora y media semana de videojuego; cerca de cinco horas/semana de internet por ordenador; una hora a la semana viendo vídeo por internet; y cerca de un cuarto de hora/semana de visionado de vídeo por móvil.

Esta es la realidad y no otra. La televisión, en sus diferentes soportes y modos de consumo, guste o no, es cada día más poderosa y es el nutriente primordial en nuestra vida diaria. Y todo ello a la espera de la potenciación y consolidación de la televisión híbrida, de la televisión inteligente, “la del botón rojo”, de la nueva televisión que hace posible el mestizaje de la “convergencia digital”: un consumo masivo de bienes culturales y de entretenimiento, con la imagen, el vídeo para ser preciso, como sustento de nuestro conocimiento.

Ricardo Vaca Berdayes: Presidente Ejecutivo de Barlovento Comunicación

Es Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad San Pablo CEU (2009) y Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense (1977).

Desde 1977 trabaja en los medios de comunicación, en radio, televisión y prensa, habiendo dirigido emisoras de radio en Ciudad-Real, Toledo y Sevilla.

Desde octubre de 1998, preside Barlovento Comunicación, empresa de la que es fundador y que está especializada en consultoría audiovisual.

Profesor Adjunto de Universidad. "Empresa de Radio y Televisión", en la Universidad Complutense (1997-1998) e "Investigación de Audiencias" (2001-2013) y de Estructura del Sistema Audiovisual (2010-2013) en la Universidad San Pablo CEU.

Autor de "Quién manda en el mando. Comportamiento de los espectadores ante la televisión" (Editorial Visor, 1997) y "El Ojo Digital. Audiencias 1" (Fundación Ex Libris, 2004). "El Ojo Digital. Audiencias 2" (Fundación Ex Libris, 2006). "El puzle de la audiencia televisiva" (Fundación Ex Libris 2009). "El perfil de la audiencia de Cuatro y la Sexta: 2005-2008" (Fundación Ex Libris, 2010).





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

CAPITULO VI

MODELOS FUTUROS DE NEGOCIO *ESTRATEGIAS RECOMENDADAS*

ÍNDICE

- 1.- La estrategia Europea 2020 y las industrias culturales y creativas.
- 2.- Nuevos hábitos de consumo de los usuarios y nuevos consumidores.
- 3.- Contenidos digitales y los nuevos modelos de negocio
 - 3.1.- Las Series de Animación
 - 3.2.- Los largometrajes de Animación
 - 3.3.- La Convergencia: un nuevo modelo para los videojuegos y la animación.
 - 3.4.- La Producción de Videojuegos.
 - 3.5.- Los nuevos modelos de Financiación del cine
 - 3.6.- El Video On Demand (VOD).
- 4.- La piratería



1.- LA ESTRATEGIA EUROPEA 2020 Y LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS.

Europa se enfrenta a un momento de transformación. La crisis ha echado por tierra años de progreso económico y social y expuesto las debilidades estructurales de la economía europea. En consecuencia la Unión necesita una estrategia que ayude a salir de la crisis y convierta a la UE en una economía inteligente, sostenible e integradora que disfrute de altos niveles de empleo, de productividad y de cohesión social. La Estrategia Europa 2020 constituye una visión de la economía social de mercado de Europa para el siglo XXI.

Europa 2020 propone tres prioridades que se refuerzan mutuamente: Crecimiento inteligente, sostenible e integrador

- Crecimiento inteligente: desarrollo de una economía basada en el conocimiento y la innovación.
- Crecimiento sostenible: promoción de una economía que haga un uso más eficaz de los recursos, que sea más verde y competitiva.
- Crecimiento integrador: fomento de una economía con alto nivel de empleo que tenga cohesión social y territorial.
- En este marco de prioridades la Comisión Europea establece siete iniciativas emblemáticas para catalizar los avances en cada tema prioritario:
 - «Unión por la innovación», con el fin de mejorar las condiciones generales y el acceso a la financiación para investigación e innovación y garantizar que las ideas innovadoras se puedan convertir en productos y servicios que generen crecimiento y empleo.
 - «Juventud en movimiento», para mejorar los resultados de los sistemas educativos y facilitar la entrada de los jóvenes en el mercado de trabajo.
 - «Una agenda digital para Europa», con el fin de acelerar el despliegue de internet de alta velocidad y beneficiarse de un mercado único digital para las familias y empresas.
 - «Una Europa que utilice eficazmente los recursos», para ayudar a desligar crecimiento económico y utilización de recursos, apoyar el cambio hacia una economía con bajas emisiones de carbono, incrementar el uso de fuentes de energía renovables, modernizar el sector del transporte y promover la eficacia energética.
 - «Una política industrial para la era de la mundialización», para mejorar el entorno empresarial, especialmente para las PYME, y apoyar el desarrollo de una base industrial fuerte y sostenible, capaz de competir a nivel mundial.
 - «Agenda de nuevas cualificaciones y empleos», para modernizar los mercados laborales y potenciar la autonomía de las personas mediante el desarrollo de capacidades a lo largo de su vida con el fin de aumentar la participación laboral y adecuar mejor la oferta y la demanda de trabajos, en particular mediante la movilidad laboral.
 - «Plataforma europea contra la pobreza», para garantizar la cohesión social y territorial de tal forma que los beneficios del crecimiento y del empleo sean ampliamente compartidos y las personas que sufren de pobreza y exclusión social puedan vivir dignamente y tomar parte activa en la sociedad.

En este marco planteado por la Estrategia Europa 2020, de las siete iniciativas emblemáticas y que mayor atención exige en el ámbito audiovisual es la de la Agenda Digital para Europa (ADE) y que por otra parte es la primera que ha sido promulgada y que tiene gran importancia en términos económicos, sociales y culturales.

Los objetivos de la mencionada Agenda se resumen en otros siete puntos que son los siguientes:

1. Crear un nuevo mercado único capaz de reportar los beneficios de la era digital: Si bien los ciudadanos deberían poder disfrutar de servicios comerciales y contenidos culturales transfronterizos, los mercados en línea de la UE siguen separados por barreras que entorpecen el acceso a los servicios de telecomunicaciones y los servicios y contenidos digitales paneuropeos. *Se registra actualmente un número cuatro veces mayor de descargas musicales en los EE.UU. que en la UE,* debido a la ausencia de ofertas legales y a la fragmentación de los mercados. La Comisión Europea se propone ampliar el acceso al contenido legal en línea mediante la **simplificación del procedimiento de autorización de derechos de autor, su gestión y la concesión de licencias transfronterizas**. Otras intervenciones incluyen la facilitación de los pagos y la facturación electrónicos y la simplificación de la solución de controversias en línea.

2. Mejorar el establecimiento de normas de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y su interoperabilidad: El proceso de creación, combinación e innovación requiere unos **productos y unos servicios de TIC abiertos e interoperables**.

3. Aumentar la confianza y la seguridad: Los europeos no adoptarán una tecnología en la que no confíen: necesitan sentirse seguros y protegidos cuando se conectan en línea. Parte de la solución reside en la mejora de la **respuesta coordinada europea a los ciberataques** y en el refuerzo de las reglas sobre protección de los datos personales. Otras medidas podrían obligar potencialmente a los operadores de los sitios web a notificar a sus usuarios las violaciones de la seguridad que afecten a sus datos personales.

4. Aumentar el acceso de los ciudadanos europeos a la Internet rápidos y ultrarrápidos: El objetivo para 2020 es conseguir que todos los ciudadanos europeos tengan acceso a unas velocidades de Internet de 30 Mbps o superiores y que la mitad de los hogares europeos estén abonados a conexiones de Internet de 100 Mbps o superiores. Actualmente, solo un 1 % de los europeos dispone de una conexión rápida a Internet por fibra, frente al 12 % de los japoneses y al 15 % de los coreanos del sur. Una Internet muy rápida es esencial para el crecimiento sólido de la economía, la creación de empleo y la prosperidad y para asegurar que los ciudadanos puedan acceder al contenido y a los servicios que desean. La Comisión explorará, entre otras posibilidades, la manera de **atraer inversiones en banda ancha** mediante mecanismos de promoción del crédito y ofrecerá directrices para el fomento de la inversión en redes de fibra.

5. Impulsar la investigación y la innovación de vanguardia en TIC: Europa debe invertir más en I+D y asegurarse de que las ideas más brillantes lleguen al mercado. Entre los objetivos de la Agenda figura el de **potenciar las inversiones privadas**, complementándolas con los fondos regionales europeos, y **aumentar los fondos dedicados por la UE a la investigación** para garantizar que Europa se mantiene a la altura de la competencia e incluso la rebasa. La inversión de la UE en investigación sobre TIC es inferior a la mitad de la de los EE.UU. (37 000 millones de euros frente a 88 000 millones de euros en 2007).

6. Dotar a todos los europeos de capacidades digitales y servicios en línea accesibles: Más de la mitad de los europeos (250 millones de personas) usan Internet todos los días, pero un 30% de ellos nunca la han utilizado. Todos los ciudadanos, con independencia de su grupo de edad y de su procedencia social, tienen derecho a poseer los conocimientos y las capacidades que requiere su integración en la era digital, máxime si se considera que el comercio, los servicios públicos, sociales y sanitarios, la educación y la actividad política se desenvuelven cada vez más en línea.

7. Liberar el potencial de servicio a la sociedad que ofrecen las TIC: Se hace necesario invertir en un uso inteligente de la tecnología y en la explotación de la información para buscar soluciones que nos permitan reducir el consumo de energía, ofrecer apoyo a una sociedad que envejece, otorgar autonomía a los pacientes y mejorar el acceso en línea de los discapacitados. Uno de los objetivos sería que en 2015 los pacientes puedan acceder a su historial médico en línea en cualquier parte de la UE. La Agenda propiciará asimismo las tecnologías TIC ahorradoras de energía.

Por tanto estamos ante un escenario donde las TICs (como base tecnológica y como generadores de contenidos) son protagonistas no solo del cambio de modelo sino que constituyen la palanca necesaria para contribuir a un crecimiento inteligente, sostenible e integrador de la sociedad del siglo XXI, de la sociedad en su más amplia consideración.

Las TICs promueven la mejora del Medio Ambiente, más sostenible y con menos emisiones de carbono, impactan en la Movilidad generando un transporte más seguro y ecológico, en la Salud promoviendo una asistencia sanitaria más eficaz, también en el Gobierno promoviendo mejoras en los servicios públicos, en la Educación en todo sus ámbitos, mejorando las condiciones de aprendizaje, y en el sector de la Producción de contenidos audiovisuales no solo en los procesos de desarrollo y producción, que también, sino fundamentalmente en los procesos de promoción, distribución y consumo.

No obstante, la irrupción de las TICs en la sociedad también tiene sus efectos perversos. Vivir conectados o vivir on line, plantea problemas ante la exclusión social de los no familiarizados, el fraude y la piratería, y en general el abuso y la ilegalidad en el mundo online.

En todo caso, el estilo de vida actual, viene determinado por las computadoras, teléfonos móviles, la TV digital, las tabletas, los displays de todo tipo, y otras tecnologías digitales que ya forman parte de la vida cotidiana, y pueden abordar muchos de los desafíos a los que la sociedad tiene que enfrentarse. Esto es lo que la Agenda Digital de la Unión Europea plantea como parte de su Estrategia para 2020 para contribuir a ese triple desarrollo que es inteligente, sostenible e integrador de la sociedad.

De este marco de carácter general, debemos centrarnos en los temas particulares del sector audiovisual en cuanto al llamado estilo de vida digital, que plantea nuevas formas de consumo.

En este marco de estrategias europeas 2020, un nuevo programa europeo aparece en el horizonte inmediato. Se trata del programa Creative Europe, (Europa Creativa) para el período 2014-2020, que tiene como objetivo impulsar las industrias culturales y creativas, así como todo lo vinculado con la economía de la cultura. Presupuestado con 1.800 millones de euros, el nuevo programa que se pone en marcha a partir del 2014, va a agrupar los actuales programas del ámbito cultura y audiovisual (Programa Media, Media Mundus, y Programa Cultura), pero enfatizando las industrias del sector, la creatividad y las iniciativas emprendedoras.

Según proyecciones de la UE, con el programa Creative Europe se beneficiarán centenares de miles de personas que trabajan en los ámbitos del cine, la televisión, la cultura, la música, las artes escénicas, el patrimonio y otros afines.

El nuevo programa tiene previsto dedicar más de 900 millones de euros en apoyo del cine y del sector audiovisual (encuadrados en el actual programa MEDIA) y casi 500 millones de euros a la cultura.

La Comisión Europea propone, asimismo, asignar más de 210 millones de euros a un nuevo instrumento de garantía financiera, que permitiría a los pequeños operadores tener acceso hasta a 1.000 millones de euros en préstamos bancarios, así como alrededor de unos 60 millones de euros en apoyo de la cooperación política y para promover planteamientos innovadores de captación de la audiencia y de nuevos modelos de negocio.

Este proceso integrador de las industrias creativas que en su amplio abanico constituye, sin duda, un motor de la economía de nuestros días tiene en cuenta quizás por primera vez vehículos financieros que contribuyan a hacer sostenible la actividad de este amplio sector en el que lo audiovisual está plenamente integrado. La utilización de herramientas como Fondos de Garantías, Seguros de Buen Fin y Entidades de Crédito especializadas, constituye la solución para un sector donde las subvenciones quedarán reducidas a ámbitos muy específicos.

Pero la piratería aparece como uno de los efectos perversos de la sociedad digital. En este sentido la protección y gestión de los derechos es una de las tareas a abordar de forma prioritaria sin

que por ello dejen de utilizarse todos los medios digitales destinados a la producción, distribución y exhibición de contenidos.

EGEDA, la entidad de gestión de derechos de los productores audiovisuales, con oficinas de gestión en seis países del área iberoamericana, ha lanzado un servicio para sus socios de control y protección de la propiedad intelectual en Internet basado en la utilización de Content ID, la herramienta de YouTube que permite gestionar el contenido subido a la plataforma de videos. Así, EGEDA ofrece a los productores de cine y demás productos audiovisuales en español la posibilidad de centralizar la gestión de los contenidos audiovisuales protegidos por derechos de propiedad intelectual y presentes en YouTube, bloqueándolo o ejerciendo una vigilancia sobre el mismo y permitiendo la generación de ingresos mediante la inserción de publicidad en esos vídeos, desarrollando, de esta manera, una nueva línea de negocio en Internet para la industria del cine.

El acuerdo alcanzado entre EGEDA y YouTube es un primer paso necesario que resulta pionero y un ejemplo de cómo la industria audiovisual y la tecnológica han de empezar a cooperar: protegiendo las obras de los creadores y abriendo la puerta a un nuevo modelo de negocio, en el que los procedimientos son claros y transparentes desde el momento en que el sistema permite a los propietarios de los derechos el control, por ellos mismos, de toda su obra.

Por tanto, este ejemplo de Content ID tiene una doble función: permite combatir la piratería, el efecto más grave al que tiene que hacer frente la industria creativa, así como la apertura, gradual, de una nueva línea de negocio basada en la optimización del contenido presente en la plataforma de vídeos YouTube de cualquier titular de derechos que lo desee, es decir, monetización, que también constituye una incertidumbre para los productores de contenidos.



2.- NUEVOS HABITOS DE CONSUMO DE LOS USUARIOS Y NUEVOS CONSUMIDORES.

Hay ciertos avances que contribuyen a crear nuevos hábitos de consumo al que los consumidores se adaptan con enorme facilidad y rapidez. He aquí algunos de ellos, que se consideran básicos para el análisis de los hábitos de consumo

1. La interactividad

La interactividad es la capacidad de ofrecer contenidos adicionales a los programas de televisión, permitiendo al usuario ver informaciones asociadas al contenido audiovisual, la programación de los canales, participar en concursos, votaciones, comprar productos o servicios, e incluso participar en los propios programas de televisión con el mando a distancia. La interactividad es posible gracias a aplicaciones que complementan la programación, siendo el usuario el que decide si quiere o no verlos, y cuándo verlos.

La interactividad ofrece al espectador la posibilidad de personalizar el contenido que alcanza su máxima expresión en el video juego, que es el producto audiovisual interactivo por excelencia.

2. La movilidad

Los dispositivos móviles han experimentado en los últimos años una enorme evolución. La tendencia en la oferta y el consumo de contenidos audiovisuales apunta hacia la integración de la movilidad. Así, los usuarios demandan cada vez más que el acceso a contenidos pueda realizarse desde cualquier lugar y en cualquier momento, *anywhere, anytime*, por lo que movilidad y ocio están condenados a compartir el tiempo de los usuarios.

3. La conectividad inmediata

Consumir el contenido en el momento que el usuario lo precise, en el momento en que lo crea necesario, o simplemente lo desee, *whenever*, es otra de las necesidades que surge en el entorno digital y que el usuario considera irrenunciable.

En este sentido, la inmediatez sería un concepto íntimamente relacionado con la auto-programación. La audiencia se fragmenta en miles de plataformas y tiempos. De alguna manera es el paso del modelo *prime-time* al modelo *my-time*.

Esta inmediatez en la conectividad, conduce a la Sociedad de la Información un paso más adelante para establecer la sociedad de la Información y la Comunicación, basada en las TICs, que superan su nivel de herramientas tecnológicas para alcanzar la categoría de motores clave en el desarrollo de contenidos digitales y en último término de la nueva sociedad y de los cambios profundos en los que ésta vive desde hace unos años.

4. La individualidad

Pese a que hay contenidos interactivos pensados para ser consumidos con otro/s usuario/s (hecho que le da un valor añadido), en general, los contenidos interactivos están pensados para ser consumidos de manera individual, *selfmedia*, (por ejemplo, el acceso a Internet o el uso de dispositivos móviles). La participación activa del usuario en las ocasiones en las que únicamente permite la interacción humana con el dispositivo, genera por definición un consumo individual del contenido.

5. La caducidad

La velocidad que caracteriza al entorno digital hace que la caducidad, tanto de los dispositivos (electrónica de consumo) como de los contenidos creados para ser consumidos en ellos, sea una cualidad que define y que modifica los hábitos de los consumidores. Los cambios en los formatos y soportes se producen cada vez de manera más acelerada.

6. La Comunidad, las redes sociales

El acceso de los ciudadanos a la Red ha producido un cambio en las relaciones entre los miembros de grupos de cualquier tipo que ha incrementado exponencialmente la capacidad de comunicación y la inmediatez de la misma.

7. La globalidad del mercado

El mercado analógico estaba limitado por las fronteras terrestres con estrictos trámites aduaneros. Hoy el mercado en la red es global, y cualquier producto puede trasladar sus aspectos genuinos y características locales a la globalidad más amplia que podamos imaginar. Esto lleva a los ciudadanos a un nuevo punto de partida: Actúa en local y piensa en global.

8. "On Demand"

El consumo *on demand* también está cambiando la TV, que mucho tiene que ver con internet. La apertura de nuevas plataformas (Netflix, Hulu, etc.) y de un consumo vía VOD de series más allá de los canales cable se ha traducido en que el perfil de los espectadores es amplio tanto en edades, como en gustos como en nivel adquisitivo o intereses. Y además, ahora ya no solo en un perfil nacional sino a un nivel totalmente internacional. Esto ha provocado que series más arriesgadas ya no tengan que estar enclaustradas en canales de pago con audiencias limitadas, y a veces alejadas del perfil general del canal. Esto combinado con el impacto que está provocando la presencia latinoamericana y el de otras culturas en el mercado norteamericano crea una corriente general de productos que está llevando a una nueva "edad de oro" de la televisión, a un nuevo techo de calidad y de interés que parece que tendrá una larga continuidad.

9. Miembros de Multi - audiencias

Las audiencias masivas y únicas (mass-media) han dejado paso a la coexistencia de audiencias masivas con audiencias segmentadas y fragmentadas, (group media), audiencias individuales y personalizadas (self media) hasta las llamadas audiencias conectadas (TV conectada). Todas ellas coexisten entre si y nosotros mismos formamos partes de sus diversas variantes según cada momento.

Todos estos nuevos hábitos de consumo y cambios identificados, tienen que tenerse en cuenta a la hora de entender al público objetivo o potencial al que se dirige la empresa audiovisual. Entre las ventajas con las que cuenta la empresa de contenidos digitales se encuentra la posibilidad que le ofrece el nuevo entorno digital de obtener una información mucho más concreta sobre los gustos, intereses y comportamiento de los usuarios.

Acercarnos al concepto de la digitalización lleva parejo la consideración de los nuevos consumidores y tener en cuenta las características propias del público que consume los contenidos digitales.

En la actualidad nos encontramos con dos tendencias, dos grandes grupos generacionales: 'los nativos digitales' frente a los 'inmigrantes digitales'. Se consideran nativos digitales aquellas personas que han nacido a partir de los mediados y finales de los 80, y que han crecido paralelamente al desarrollo de las nuevas tecnologías -Web 2.0, TDT, servicios en el móvil, etc.

Esta 'generación' tiene una cada vez más patente "conciencia global", de manera que las fronteras físicas tienen cada vez menos importancia.

Sus características culturales propias podrían resumirse en los siguientes puntos:

- El dominio de los medios de producción digital.
- El mundo como terreno de juego: todo se desarrolla a escala global.
- La red como elemento socializador. Incorporan la red como elemento vertebrador.
- Aprenden en red y de la red.

- Acceden a la información de forma rápida y desestructurada
- Dan importancia a la identidad digital.
- Crecen diferente: Lo hacen explorando y transgrediendo.

Como resultado del ambiente ubicuo y del volumen de su interacción con la tecnología, los nativos digitales piensan y procesan la información diferentemente a sus precursores.

Por su parte, los inmigrantes digitales, en cambio, son aquellas personas nacidas antes de mediados de los 80, en la era pre-digital, por lo que no están tan familiarizados con las nuevas tecnologías.

Los inmigrantes digitales tienen una serie de características comunes en relación con las tecnologías digitales:

- No nacieron en el mundo digital.
- Se van adaptando a la mayoría de aspectos de la nueva tecnología.
- Conservan siempre una cierta conexión con el pasado.
- Navega en Internet, en primer lugar, y para obtener información en segundo término.
- "Socializa" de forma diferentemente, al estilo tradicional, con el resto de personas.

No obstante lo anterior hay un concepto que no debemos de perder de vista: La centralidad de la TV como elemento dinamizador de todo el sistema audiovisual. Hay sofismas que algunas veces se lanzan sin fundamento. Veamos alguno de ellos:

- Se afirma algunas veces con cierta ligereza que los jóvenes no ven Televisión y que los niños solo ven Internet. Esto no es totalmente cierto. Los verdaderos datos indican que el consumo diario de internet es de 40 minutos y en España hay 17 millones de consumidores diarios de Internet. Por el contrario, los consumidores de TV son 35 millones, diariamente.
- Con relación al consumo de TV de los más jóvenes he aquí una tendencia en España: En el año 2.000 en niños se alcanzaba la cifra de 156 minutos de consumo/niño/día y ahora la cifra alcanzó 161 minutos. En jóvenes y desde la misma fecha se ha pasado de un consumo de TV de 153 minutos a 163 minutos joven/día. Y a partir de aquí está la regla de oro: A mayor edad, mayor consumo de TV. Estos aumentos se han producido con todas las tecnologías alrededor lo que demuestra que debemos ser cuidadosos con ciertos sofismas.
- La aparición de nuevas plataformas siempre invita a realizar previsiones no siempre veraces. La aparición de Netflix en el mercado es muy importante para este por muchas y variadas razones pero su implantación está lejos de su potencialidad. Netflix tiene 23 millones de clientes en E.UU pero su target es de 330 millones. Por tanto no tiene ni el 10% de su potencial. El número de ciudadanos estadounidenses que entran diariamente en la CBS es mucho mayor. Netflix es un gran negocio, es una alternativa más en el panorama de difusión de contenidos pero no tiene ni el volumen ni la audiencia de la TV en abierto.
- Otro de los operadores que han irrumpido en el sistema con vocación de cambio es YouTube. Sin duda alguna YouTube es el rey del video on line detrás de las televisiones generalistas pero no debemos olvidar que las TV generalistas están realizando y realizarán importantes inversiones en video on line lo que indudablemente cambia el modelo de consumo pero desde un dominio generalizado.

Para hacer un diagnóstico acertado debemos partir de la idea de que la TV cada vez es más importante, aunque suene a un modelo antiguo. En EEUU donde hay mucha más infraestructura (fibra, ancho de banda, más tecnología, etc.) dos terceras partes del consumo televisivo se realiza a través de la TV tradicional. La TV convencional va a ser cada vez más importante, vista, además de en el hogar, en Internet, Ipad, iPhone y en toda clase de displays que surjan.

El consumo de TV por espectador y día en España ha aumentado desde 2010 en 20 minutos al día alcanzando los 240 minutos/ persona/ día y no solo por la crisis, sino por el aumento exponencial

del número de canales, de pago, abiertos y temáticos. Este aumento ha significado pasar de una estructura de 6 cadenas de TV analógicas a 40 digitales. Y además a esto hay que añadir las redes sociales. Pero seguimos viendo TV.

La Televisión Digital Terrestre, TDT, con su oferta desaforada de canales, trae un aumento del consumo de TV. Este fenómeno se produce en todo el mundo. La conclusión es que si no todo, casi todo pasa por la TV. La tecnología siempre ha hecho evolucionar a la TV y la TV crece y se desarrolla con la tecnología.

Este y otros aspectos del papel central que la TV mantiene en el mapa digital de lo audiovisual, es ampliado por Ricardo Vaca en otra sección de esta publicación y en el que se ofrecen datos que contribuirán a hacer diagnósticos certeros sobre el futuro del sector.

Todos los cambios y evoluciones aquí expuestos y que sin ninguna duda contribuyen a crear nuevos hábitos de consumo e incluso nuevos consumidores, se están produciendo desde la centralidad de la TV, que seguirá siendo consumida mediante nuevas formas y modelos pero constituyendo la parte central del sistema.



3.- CONTENIDOS DIGITALES Y LOS NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO.

“La nueva generación de consumidores de contenidos en los medios, desean disponer cuando ellos quieren, como ellos quieren y sobre todo, lo que ellos quieren”. Rupert Murdoch. News Corp. 2006.

Ante la incertidumbre existente entre los profesionales de la producción de contenidos y la distribución y exhibición de los mismos, en las nuevas situaciones creadas por el mercado digital, los promotores de esta publicación han convocado a una serie de profesionales para que de una forma u otra – participando en reuniones específicas o entrevistas individuales, pudiesen ofrecer tendencias y dar respuestas a incógnitas que plantea el nuevo modelo del mercado audiovisual.

El 9 de Julio de 2013, se organizó en la sede de Egeda una reunión-debate, tipo focus group, con la asistencia de Alejandro Miranda (Versus Entertainment), Rubén Zarauza (Vodka Capital), Pilar Benito (Morena Films), Ricardo Vaca (Barlovento Comunicación), Fernando Labrada (MRC) y Oscar Berrendo (EGEDA).

En el curso de la reunión se desarrollaron diversos planteamientos entre los que destacan los siguientes:

3.1.- Las Series de Animación

Los canales de TV tienden a ser canales de promoción de las series de animación, por encima de ser un distribuidor finalista. Esta es una de las claves del modelo del mercado de la Animación para TV.

Después de siete años de experiencia en Zinkia, David Cantolla y Víctor López, dos de los creadores y desarrolladores del concepto y la marca Pocoyó, decidieron asociarse con Steven Posner y Juan Perea y poner en marcha Vodka Capital. Su primer proyecto es *Jelly Jamm*, coproducida por TVE, Bandai y Big Pictures.

En la serie tiene un gran peso la música y el componente pedagógico, en manos de Guille Milkyway (líder de La casa azul) y Elsa Punset, respectivamente. Además, el equipo de guionistas está liderado por Kevin Strader, nominado varias veces al Emmy y con amplia experiencia en el sector. La serie se ha vendido a más de 150 canales de TV y el secreto del modelo se basa en tener como coproductores a los propios distribuidores del merchandising generado. “Tenemos socios internacionales como Bandai, lo que es una garantía. Si vas a cualquier televisión con un juguetero detrás, sabe que en Navidad recuperará su inversión en la compra de derechos”.

Jelly Jamm es una serie animación 3D, dirigida a un público preescolar, en clave de comedia, que narra las aventuras de siete personajes, Bello, Goomo, Rita, Mina, Ongo, Rey y Reina; los cuales viven en un planeta de nombre Jammbo. Para poder vivir, el planeta requiere de una Fábrica de Música, el cual produce música continuamente a través de burbujas. En caso de que la fábrica parara, los personajes quedarían suspendidos en una posición fija, sin poder moverse y sin recordar nada. En cada capítulo, los personajes se divierten con variados juegos y actividades, mientras adquieren útiles aprendizajes.

Jelly Jamm es una producción de Vodka Capital y 737 Shaker, dos empresas españolas con sede en Madrid y en Segovia. La serie está coproducida por TVE, la empresa de juguetes, figuras de acción y videojuegos japonesa Bandai y la distribuidora portuguesa de home entertainment Big Pictures.

En los planteamientos de Vodka Capital, hay una estrategia inicial de coproducir fundamentalmente con distribuidores de merchandising y home entertainment, reduciendo el peso de la coproducción con canales de TV.

¿Existe una convergencia entre la Animación y los Videojuegos? La respuesta es claramente positiva como más adelante se explicará. La tendencia es trabajar contenidos multiplataforma. Los

departamentos de animación de las productoras hacen desde el principio sus apps y se puede decir que serán muy pocas las empresas de animación que no orienten sus productos para ser consumidos en iPad, iPhone y otros displays.

España es un país puntero en Animación y es un sector que no ha sido subvencionado en la misma medida que lo ha sido el cine tradicional. Esto ha obligado a tener una mirada muy intensa sobre el mundo que rodea a la animación y fundamentalmente la animación española siempre ha tenido una mirada internacional. El nivel de la animación española es muy competitivo y al mismo nivel que las mejores productoras de animación europea. Solamente las grandes compañías americanas y japonesas están por encima.

Bugsted, es una mini serie de TV, 13 episodios de 1 minuto, (diseñada y producida por Vodka Capital), que es un juego para iPad, para Internet, y además es un juguete. Como señala Rubén Zarauza, se trata de un "app – game para Internet". Se pretende convertir este proyecto en una marca. El primer socio fue la juguetera Simba que se embarcó en el proyecto desde el inicio.

Para crear una marca hay que tratar de obtener el tiempo máximo de exposición en los canales de TV, hasta que empiezas a lanzar producto al mercado y de ahí viene el retorno. Se trata de un modelo más flexible, en cuanto a ventanas de explotación, que el modelo cinematográfico tradicional.

Las rigideces del sistema de ventanas de explotación de largometrajes es uno de los problemas que dificultan el desarrollo de un modelo de negocio sostenible. Contrariamente a lo que ocurre en la producción cinematográfica, los productores de Animación ceden cuantos más pases en las cadenas de TV mejor. En la producción cinematográfica se negocia el número de pases en sentido contrario. Cuantos menos pases se piensa que es mejor para la producción. Es más, el aumento del número de pases de productos de Animación en un canal se prima por parte de la productora de tal forma que a partir de un número de pases se prima al canal con la participación en los beneficios del negocio en la medida que se acuerde en ese territorio. Los beneficios de los productores de TV no están en las emisiones de TV sino en la venta del licenciataria, juguetes, o productos derivados. Los canales de TV son para la Animación el lugar para hacer popular y conocido el producto. Nada más.

La Animación ha sido siempre muy cercana al Videojuego porque es mucho más sencillo realizar y desarrollar una app en este ámbito que en el ámbito de la imagen real.

El desarrollo de apps en las producciones de imagen real tiene más sentido en las acciones de promoción que para la producción en sí.

La Animación en España, como en otros países, tiene dificultades para llegar a las audiencias adultas si no es a través de largometrajes destinados al target familiar, target que cubre ampliamente el interés de mayores y pequeños. *Las Aventuras de Tadeo Jones* (más de 2.5 millones de espectadores en salas y segundo largometraje español más visto de 2012), es un ejemplo de este target que por otra parte exige un extraordinario esfuerzo en el guión para hacer converger el interés del amplio espectro al que se dirige. Otro ejemplo reciente de gran producción de largometraje de animación 3D en España los constituyó *Planet 51*. Producida por Illion Studios, con una fuerte inversión en la producción superando los 35 m€, llevó a las salas españolas 2 millones de personas y obtuvo en 2010 el premio Goya al mejor largometraje de Animación. No obstante el éxito en el mercado doméstico no se trasladó a los mercados internacionales al menos con las expectativas establecidas.

En el nuevo mercado la animación y el videojuego tienen un modelo de negocio completamente distinto de la imagen real. No obstante cuando se habla de Animación se habla fundamentalmente de series de animación aunque hay un producto bisagra – el largometraje de animación – que tiene similitudes con los modelos de explotación de las series de animación – el merchandising – y los largometrajes de imagen real – su exhibición en salas cinematográficas.

3.2.- Los largometrajes de Animación

Un ejemplo de producción de largometrajes de animación, de bajo presupuesto, lo constituye la productora Perro Verde, ganadora de Cartoon Tribute 2012 a la mejor productora de animación de Europa, Se trata de una empresa de producción española localizada en Galicia, dirigida por Manuel Cristóbal y creada en el 2007. Ha producido cinco largometrajes y en 2010 lanzó su primera aplicación para el Ipad llamada Contoplanet en colaboración con Milrayas que ha recibido múltiples descargas e importantes premios. Sus largometrajes han ganado tres premios Goya, diecinueve premios Maestro Mateo y numerosos premios internacionales.

En 2007 Perro Verde estrenó *Gritos en el pasillo* (Juanjo Ramírez Mascaró, 2007) en coproducción con Producciones bajo la lluvia, convirtiéndose en el primer estreno day & date realizado en España y Premio FICOD del Ministerio de Industria por su estrategia de marketing y distribución digital.

En 2008 estrenó con Aurum el largometraje de animación 3D *El Lince Perdido* (Manuel Sicilia, Raul García, 2008) en coproducción con Kandor Moon y presentado por Antonio Banderas, habiendo ganado el Goya a la mejor película de animación y el premio a mejor película en Animadrid entre otros.

En 2009 estrenó con Disney la comedia *Los muertos van deprisa* (Ángel de la Cruz, 2008) en coproducción con Artemática. También en 2009 estrenó el drama *La noche que dejó de llover* (Alfonso Zarauza, 2008) en coproducción con Iroko Films.

En 2012 estrenó con Wanda el largometraje *Arrugas* (Opera prima de Ignacio Ferreras), en coproducción con Cromosoma y TVG. Este largometraje obtuvo dos premios Goya, (al mejor guión adaptado y al mejor largometraje de animación). La estructura de financiación es sólida basada en crédito ICO, aval de Audiovisual SGR, derechos de antena de TVE, TVG y TVV. La estrategia de distribución con Wanda Films en las salas y Cameo Media en el mercado de video es correcta. Sale al mercado español de salas con 33 copias y obtiene un rendimiento de 5.000€ por copia.

Estamos por tanto ante un contenido de nicho, de valor ampliamente reconocido por la profesión, pero que exige estrategias específicas para alcanzar a su público lo que por otra parte resulta dificultoso. En este sentido Manuel Cristobal nos indica que "La explotación de *Arrugas* online se hizo de manera simultánea en Filmin, Itunes, Filmotech, Youzee y Wuaki. Funcionando bien en las dos primeras plataformas. Se logró poner a las cinco semanas de su estreno en cine, con precio mínimo de alquiler de 2.99€. Más tarde entró Canal Plus con Yomvi y también funcionó muy bien a nivel de descargas. En todo caso y desde la experiencia acumulada, mi opinión es que la animación no es un género, es una técnica. Si haces cine familiar su mercado es enorme y mundial, si haces un drama arthouse como *Arrugas* tu mercado es el de arthouse con el hándicap, en cuanto a mercado, de ser animación. Son deportes distintos y en el caso de dramas es básico dimensionar muy bien el proyecto. *Arrugas* se hizo con 2 millones de € de presupuesto y se llegó al tope del 50% de dinero público en la financiación por lo que estaba muy bien dimensionada aunque ello supuso bajar el nivel de la animación".

Internet es el territorio fundamental para la promoción y el consumo de la animación y los videojuegos. Se trata de un consumo bajo demanda, gratuito, en cualquier momento, en todos los idiomas y es el productor el que decide lo que cuelga o no en YouTube.

Hoy en YouTube hay compañías de producción de Animación que reciben significativos ingresos solo por la emisión de sus productos en este canal. Se puede afirmar que para el mundo de la animación y del videojuego, todo lo que se pasa por Internet es un beneficio para los productores y por el contrario, para la producción cinematográfica es fuente de pirateo y descargas ilegales. Internet también es una promoción para un largometraje de imagen real pero el público no acude a la sala para ver el producto completo, sino que espera a poder descargarlo legal o ilegalmente en internet. Internet, aparece como la moneda de dos caras: una para el modelo de negocio de la animación en general y de las series de animación en particular y otra bien distinta para los largometrajes de imagen real.

3.3.- La Convergencia: un nuevo modelo para los videojuegos y la animación.

Con la llegada de la digitalización el concepto de la convergencia se impone en todos los sectores. Hay dos sectores –hasta ahora con vías de desarrollo separadas – que han explotado en el sector del entretenimiento y que se están adaptando con gran rapidez y eficacia al nuevo modelo dominante. En los siguientes 10 puntos se plantea esta evolución desde la convergencia generalizada.

1. Con la llegada de la TDT, la fragmentación de públicos y la disminución de la inversión publicitaria y la aparición de las cadenas temáticas, parece necesario converger en un modelo digital en el que el usuario pueda interactuar con el medio de manera activa. Hay que darle las herramientas necesarias para ello y ofrecerle un acceso digital a los contenidos cuando quiera, como quiera y donde quiera.
2. El nuevo modelo exige establecer nexos de unión con sectores del entretenimiento como el del ocio interactivo que en su propia esencia tiene interiorizado el modelo de negocio digital y al que las productoras audiovisuales tienen mucho que ofrecer y añadir en términos de creatividad y contenidos.
3. En este mercado se apuesta mucho por la estrategia de marca en una visión del mismo de 360°. La generación de ingresos procede de múltiples orígenes: comunidad online, productos musicales, series de animación, juegos, merchandising,... Cada producto rentable por si mismo ha de apoyar siempre la estrategia de marca, alimentando la notoriedad con todo lo que generan alrededor. Un ejemplo de comunidad es el mundopocoyo.com o JellyJamm.com que son universos con un contenido atractivo que apoya la marca en cada caso.
4. El entorno digital como nuevo modelo, se basa en la producción industrial de contenidos que crea puestos de trabajo en producción, estimula el talento, genera distribución, genera consumo y finalmente genera patrimonio empresarial. Si se crea patrimonio, éste retornará creando valor de empresa y desarrollando un tejido sostenible y fuerte.
5. Los videojuegos pasan a la gran pantalla, películas que incorporan videojuegos, ediciones musicales que incorporan vídeos, juegos que incorporan éxitos musicales.... ¿Cual es y cuál será la relación entre las distintas industrias? El formato digital de las creaciones hace que la convergencia cine-animación-videojuegos-música sea posible de una manera fácil y natural en el modelo digital.
6. Se imponen los modelos híbridos dado que Internet lo va a aglutinar todo en diferentes dispositivos. Internet por tanto es un territorio digital que genera un modelo de negocio en esta industria.
7. Este concepto abierto 360° permite realizar propuestas totalmente visionarias y disruptivas y que se aceptan en el mercado. Un ejemplo es la apuesta por los juegos en el móvil, los videojuegos musicales para promocionar a un artista real e incluso el poder asociarlo a películas.
8. Nuevos territorios, nuevos modelos de negocio, marca, comunidad, distribución digital y convergencia se imponen en el mercado de Ocio digital.
9. ¿Qué papel juegan los países iberoamericanos en este mercado internacional? ¿Que podrían aportar? Parece existir cierto grado de unanimidad de que estamos ante una nueva oportunidad para el talento y la creatividad latina, donde destaca la capacidad de innovar y de creatividad como el punto fuerte.
10. La administración pública empieza a estudiar este negocio no solo bajo el prisma de innovación tecnológica sino como una auténtica industria. El hecho de que los videojuegos empiecen a asociarse a Cultura ha supuesto sin duda, un apoyo a este sector que viene de fronteras irreconocibles por el resto de la industria.

3.4.- La Producción de Videojuegos.

Argentina

Las empresas que desarrollan videojuegos en el país, la gran mayoría pymes y profesionales independientes, facturan unos \$370 millones al año, según los datos de la Asociación de Videojuegos Argentinos (ADVA), dando empleo a 3.000 personas. Esta actividad comenzó en Argentina a partir del año 2000. Actualmente se detecta un problema de capacitación ya que el sector está dominado por los autodidactas.

Según difundió ADVA en Argentina hay 70 empresas dedicadas a videojuegos que facturan cerca de \$370 millones al año, y de ellas 37% incursionó en una nueva arista de la industria: *advergaming* que es la utilización de los videojuegos para el mercado publicitario.

Los videojuegos, como segmento de la industria de software, formaron parte de la agenda de prioridades desde el Ministerio de Ciencia y Tecnología, con una variedad de fondos para financiar proyectos, con miras al desarrollo y formalización del sector.

Finger Olympic es un videojuego para iPhone e iPod, nació mucho antes de los Juegos Olímpicos de Londres. Para octubre de 2011 y luego de un trabajo de seis meses, ya se encontraba disponible en la tienda de aplicaciones de Apple, según comentó Santiago Morrone, fundador de Fingerway, la empresa desarrolladora del juego. Basado en un modelo de negocios Freemium, Finger Olympic logró el récord de 3,2 millones de descargas del App Store de Apple, cifra que le permitió convertirse en la aplicación número 1 en Estados Unidos y Reino Unido.

El equipo de Fingerway está integrado por los argentinos Sebastián Estevez, Mauro García y Pablo Elizalde (ilustradores), Matías Fabbi (diseñador) y el mencionado Santiago Morrone. En Argentina además de las anteriores se identifican hasta 30 empresas trabajando en el sector de los contenidos de videojuegos

Brasil

Tectoy (conocida como Tec Toy hasta finales de 2007) es una compañía brasileña fabricante de videojuegos y electrónica. Es conocida sobre todo por ser el distribuidor oficial de Sega en Brasil, habiendo desarrollado juegos y consolas. La empresa cotiza en la Bolsa de Valores de Sao Paulo.

Creada en 2007, Vostu es una empresa desarrolladora de juegos sociales para Brasil. Sus fundadores son Daniel Kafie, Mario Schlosser y Joshua Kushner, quienes en el momento de la fundación eran estudiantes de la Universidad de Harvard. Los juegos desarrollados por Vostu son *Café Mania*, *MegaCity*, *Mini Fazenda*, *GolMania*, *Flying Kingdoms*, *World Mysteries*, *Shaking Vegas* y *Magic Valley*. Los juegos sociales están disponibles en el Orkut y Facebook. En 2011, la compañía anunció la compra de MP Game Studio, una empresa dedicada a los juegos casuales y *adgames*. A principios de 2012, Vostu llevó a cabo una reestructuración de los diversos sectores de la compañía y una reducción apreciable de su actividad.

En Brasil las instituciones brasileñas empezaron a crear cursos de graduación, postgrado y especialización volcados hacia el sector. "El curso ya era un sueño antiguo, nacido de la ausencia de estas disciplinas en los cursos tradicionales. A mediados de 2001, con el creciente mercado, vimos que era el momento oportuno para implantarlo", explica Binder, coordinador del Curso de Especialización en Producción de Videojuegos de la UNICENP (Centro Universitario Positivo), uno de los pioneros en Brasil. Universidades tradicionales como la PUC-Rio (Pontificia Universidad Católica de Río de Janeiro) y la Universidad Anhembi-Morumbi siguieron el mismo camino llevando el mundo de los videojuegos a sus aulas.

La consecuencia natural fue el surgimiento de más empresas nacionales preparadas para competir en el mercado internacional. Un ejemplo es el recién lanzado *Erinia*, un MMORPG

(Massive Multiplayer Online Role Playing Game) cuya trama está basada en leyendas del folklore brasileño. Producido por Ignis Games, el juego estuvo en proceso de producción durante tres años con un coste de 400.000 dólares, enfocándose su comercialización hacia el mercado externo

Según ABRAGAMES (Asociación Brasileña de los Fabricantes de Juegos Electrónicos), el 98% de los juegos vendidos en Brasil son grandes franquicias producidas en el exterior y distribuidas en el país, lo que pone de manifiesto el gran espacio que todavía queda por conquistar para los *softhouses* brasileñas.

A pesar del enorme potencial, la piratería y los altos impuestos retraen a los inversores. Una reciente encuesta solicitada al IDC (International Data Corp) por BSA (Business Software Alliance) mostró que Brasil es uno de los países que más dinero pierde con la piratería en todo el mundo. Según el estudio, el 61% del software utilizado en el país es pirata, lo que hace que las pérdidas lleguen a la cifra de 519 millones de dólares. En el mercado de videojuegos la situación, es aún más crítica: nueve de cada diez juegos vendidos son ilegales.

Sin embargo, la piratería no es el único problema. Para contribuir negativamente con el aumento de costos, el país también cuenta con una de las mayores cargas tributarias del mundo. Del precio final pagado por el consumidor por un software alrededor del 30% son impuestos.

Gran parte de las empresas locales – se identifican más de 20, según Game developers Co han optado por lanzar juegos en los que las partidas se realizan en Internet. Éste es el caso, por ejemplo, de *Erinia*, un juego distribuido gratuitamente. Como el enfoque de la empresa es el cobro de mensualidades por el uso del servidor, el índice de piratería es cero. Ésta ha sido la solución adoptada por la mayoría de los *softhouses* ya que así es posible hacer una validación instantánea de la legalidad de la copia

Chile

En 2011 un juego chileno fue reconocido como uno de los 100 mejores videojuegos de PC de todos los tiempos por la revista americana PC Gamer. Se trata del título de acción y aventura que tiene lugar en un mundo de fantasía punk en primera persona «Zeno Clash», desarrollado por la empresa independiente chilena ACE Team.

En los últimos años han surgido algunas empresas que han invertido en el desarrollo de videojuegos hechos en Chile. Las producciones van desde los juegos 'casuales' diseñados para consolas de última generación (ej.: XBOX360) hasta creaciones para teléfonos celulares y computadores personales.

Otras de las más destacadas empresas son:

- Wanako Games: sin duda el máximo referente a nivel nacional. Este estudio fue formado el año 2002, y posee oficinas en Santiago de Chile y Nueva York. Son especialistas en el desarrollo de juegos 'casuales' para consolas, y su creación '*Assault Heroes*' fue premiada por el sitio especializado IGN en la categoría Mejor juego Xbox Live Arcade del año 2006.
- AmnesiaGames: se especializa en el desarrollo de juegos y aplicaciones multimedia para teléfonos celulares, los cuales operan en plataforma Java (J2ME) y también mediante mensajería SMS/MMS/WAP. Para ver un listado de sus juegos puede verse el siguiente link:
- PsychoWorld: con sede en Valparaíso, esta empresa desarrolla aplicaciones con contenido multimedia para teléfonos celulares. Entre sus productos se encuentran una aplicación J2ME para poder observar TV Internet desde un teléfono celular, y diversos juegos en categorías tales como deportes, música, etc., los cuales pueden ser observados en la siguiente página:

Colombia

El año 2011 ha sido un año importante para el sector de la animación y los videojuegos. A nivel

institucional, el gobierno colombiano ha creado convocatorias exclusivas para el sector y otras que lo incluyen como parte de una cadena de producción y distribución de contenidos digitales. A nivel privado, se han creado eventos, programas educativos y nuevas oportunidades de trabajo para aquellos que están interesados en conocer más a fondo y desempeñarse laboralmente dentro de la industria.

Actualmente el MinTIC (Ministerio de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones) a través de la Dirección de Contenidos Digitales y sus políticas de apoyo al sector, es una ventana de esperanza para el mismo. La realización del evento Colombia 3.0, sin duda, marcó la pauta que MinTic quiere liderar, abriendo ventanas nuevas de producción de creatividad en el terreno de las redes sociales, los dispositivos móviles y las aplicaciones digitales para nuevas plataformas.

Asimismo, el “BAM” (Bogotá Audiovisual Market), ha promovido la llegada de compradores interesados en ver lo que las empresas colombianas ofrecen en creación de contenidos. Aunque, no han sido mercados exclusivamente planeados para crear oportunidades en el sector de animación y videojuegos, sin duda se ha podido dar a conocer la creatividad y calidad de las empresas colombianas en el sector de la animación y los videojuegos. Entre las compañías colombianas más relevantes según “Game developers Co” se encuentran, Efecto Studios, ndi Teravision, y Zio Studios

España

La reciente historia de la producción de videojuegos en España comienza en 1998 cuando la empresa Pyro Studios, lanzó para PC el juego *Commandos* que dirigió Gonzalo Suárez. La obra de Suárez rompió la barrera del millón de copias vendidas en todo el mundo y renovó la esperanza de que el país recuperara la brillante posición de la dorada década de los 80.

Desde entonces se lanzan dos juegos españoles al año. En 2003 *Commandos 3* y *Praetorians* (Pyro Studios); en 2004, *Scrapland* de MercurySteam y *PC Fútbol* de Gaelco; en 2005, *Imperial Glory* (PyroStudios), *One* (Digital Legends), y *Torrente 3*, de Virtual Toys. No obstante ya en 2004 la industria de producción de videojuegos en España facturó 790 millones de euros superando con mucho a la facturación de la industria cinematográfica española. Pero los videojuegos no gozan de prestigio profesional y la realidad es que los profesionales de este sector son “los grandes desconocidos”, cuando la tendencia del consumo de videojuegos aumenta constantemente.

Para Gonzalo Suárez que trabaja con su propia compañía Arvirago Entertainment, el modelo al que se dirige la industria del videojuego se asemeja al de las grandes *majors* del cine. Los cientos de pequeños estudios – todos ellos con gran talento – tenderán a fusionarse o serán absorbidos por grandes compañías para poder crear productos más espectaculares que se lancen en todo el mundo a la vez.

Todos los actores implicados están de acuerdo en que lo principal es formar profesionales ya que faltan profesionales especializados y altamente cualificados para otorgar una mayor calidad a las historias de animación. Hay que alcanzar el nivel de estudios superiores para acceder a algunas de las iniciativas que distintas universidades, públicas y privadas, ofrecen. Antes de ese nivel académico, no hay formación en esta materia.

La Universidad Pompeu Fabra, en Barcelona, fue pionera al poner en marcha en 2002 el primer Máster de Creación de Videojuegos. Consiste en 400 horas lectivas, equivalente a 40 créditos. El máster cuesta 5.170 euros. En Madrid la Universidad Complutense oferta el Máster en Desarrollo de Videojuegos; la Universidad Europea, el de Creación y Producción de Videojuegos; el Gamelab es de la Universidad de Oviedo, cursos veraniegos de creación de videojuegos. Recientemente se ha constituido el Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital (U-tad) en Madrid que imparte diferentes Grados y Cursos Master, destacando entre estos últimos el Máster en Game Design y el Máster en Arte y Diseño visual de videojuegos.

Suárez ha valorado positivamente el nivel de calidad de los profesionales que residen en nuestro país. «España es un país con compañías de gran calidad, pero muchas veces éstas emplean esta

capacidad como empresas de servicios. Faltan profesionales especializados y con las competencias necesarias para afrontar una iniciativa con el nivel que demanda el mercado. A pesar de eso, la calidad que presentamos en nuestro país tanto en número de productoras como de producciones es muy buena», comenta.

Según el director y productor, el sector ofrece importantes salidas al mercado laboral y, a pesar de la crisis económica, se están desarrollando múltiples proyectos en España con carácter internacional. «La crisis –comentó- ha puesto en cuestión todas las estructuras de producción, además brinda la oportunidad otra vez a que pequeñas empresas e iniciativas puedan crear nuevos productos. Se está viendo que no solo están presentes los grandes emporios sino que la creatividad emerge, más que en otros momentos», y se identifica el colectivo de grafistas agrega. Respecto a la disciplina con mayor salida laboral dentro de este sector es claramente la de los grafistas. Según dijo, el colectivo de grafistas (grafistas, modeladores, texturadores, animadores, etc.) es el más requerido por la industria y de los que siempre hay una gran demanda.

Por otra parte el Ministerio de Industria, Energía y Turismo ha hecho público los Planes específicos de la Agenda Digital para España en los que DEV (Asociación Española de Empresas Desarrolladoras de Videojuegos), ha tenido un especial protagonismo en la elaboración del Plan de impulso de la economía digital y los contenidos digitales.

A pesar de que España es el cuarto país en consumo europeo de videojuegos, - en 2010 se vendieron un total de 18 millones de videojuegos en España y generó 1.200 millones de euros - sólo el 1% es de producción propia.

Según Ignacio Pérez Dolset, responsable de la película de animación *Planet 51* y cofundador de U-tad, la situación del videojuego español es crítica, manifestando lo siguiente en el marco de una mesa redonda en Gamefest 2011:

- Gamefest es la feria del videojuego española y solo hay tres videojuegos españoles: Esto indica que en España tenemos un problema muy grave.
- Tenemos potencial pero hace falta abonarlo. Es el último momento para coger el tren. Jugamos en Facebook, buscamos en Google, compramos en Amazon, en la industria digital nos hemos quedado fuera. El problema está en la tecnología, en las industrias digitales, no sólo en los videojuegos.
- España está regida por una generación que no conoce estas industrias.
- En la industria del videojuego podrían trabajar miles de personas en España. Hacen falta alumnos, pero también buenos cursos, proyectos serios. Lo cierto es que hay mucho por hacer.
- Existen prejuicios sobre la adicción de los jóvenes a este tipo de entretenimiento. Me he pasado veinte años discutiendo sobre eso con las administraciones y al final el videojuego en España está estigmatizado.

Por otro lado, la proliferación de «smartphones» en Europa ha supuesto que los usuarios usen cada vez más su móvil para jugar. Según un informe de ComScore, el 42% de los usuarios de «smartphones» de Alemania, Francia, España, Italia y el Reino Unido utilizaron al menos un juego en su dispositivo en febrero 2012. Además, los videojugadores a través de smartphones se han incrementado un 55 % respecto al año 2011. Por tanto estamos ante una nueva tendencia que Suarez llama «Smart gama». En el inmediato futuro tendremos un televisor en casa que estará sincronizado con sus tabletas o con los teléfonos. De esta manera se tendrán que desarrollar videojuegos para un multiusuario o una multiplataforma. En este sentido, Suarez ha terminado en 2012 la producción del video juego *The Lord of the creatures*, después de un largo periodo de desarrollo y va dirigido a las smart gama: iPhone, iPad y Facebook.

Cuadro con las producciones españolas de videojuegos más relevantes

Año	Título	Plataforma	Compañía
1987	<i>Goody</i>	Spectrum, Amstrad CPC, PCW, MSX, MSX-2 y PC (CGA)	Opera Soft
1987	<i>La Abadía del Crimen</i>	Amstrad CPC, Spectrum, MSX, PC	Opera Soft

1988	<i>Sol negro (videojuego)</i>	Spectrum, Amstrad, MSX, Atari ST, Amiga y PC (EGA)	Opera Soft
1989	<i>Mot</i>	Spectrum, Amstrad, C64, MSX, Atari ST, Amiga y PC	Opera Soft
1997	<i>Hollywood Monsters</i>	PC Windows	Pendolo Studios
1998	<i>Commandos: Behind Enemy Lines</i>	PC-Windows	Pyro Studios
1999	<i>Commandos: Beyond the Call of Duty</i>	PC-Windows	Pyro Studios
2002	<i>Commandos 2: Men of Courage</i>	PC-Windows, Ps2,Dreamcast, Xbox	Pyro Studios
2003	<i>Commandos 3</i>	PC Windows	Pyro Studios
2003	<i>Praetorians</i>	PC Windows	Pyro Studios
2004	<i>Scrapland</i>	PC Windows	Mercury Steam
2004	PC Fútbol	PC	Gaelco*
2005	<i>Imperial Glory</i>	PC	Pyro Studios
2005	<i>One</i>	Consola Nokia	Digital Legends
2005	<i>Torrente 3</i>	PC, Ps 2	Virtual Toys
2007	<i>Imagina ser diseñadora de moda</i>	Nintendo DS	Virtual Toys
2011	<i>Hollywood Monsters 2</i>	iPhone, iPad	Pendolo Studios/FX Interactive
2012	<i>The Lord Of The Creatures</i>	iPhone, iPad y Facebook	Arvirago

* *Gaelco clausuró su actividad en 2007 y los derechos de la serie PC Futbol son adquiridos por Korner Entertainment.*

La saga *Commandos* apuntaba a ser el gran éxito del videojuego español. Se trata de un juego de táctica en tiempo real sobre la guerra, cuya primera entrega, *Behind Enemy Lines*, supuso un éxito más que merecido, al ser reconocido en venta y crítica allende nuestras fronteras. El resto de la saga fue decreciendo en aceptación y no reeditaron el éxito de la primera.

Estamos por tanto ante un sector que genera empleo y da salida a la creatividad y el talento, pero del que hasta ahora se ha desentendido el sector público, aunque recientemente ha habido movimientos de reconocimiento institucional: La Asociación de Empresas de Videojuegos ha logrado integrar esta especialidad en el sector de las industrias culturales y se ha promovido la creación de la Academia de las Artes y Ciencias Interactivas y ha dado sus primeros pasos desde su creación en Junio de 2010. Los principales objetivos establecidos por los estatutos de la Academia contemplan fomentar el desarrollo de las artes y las ciencias relacionadas directa o indirectamente con el ocio interactivo y los videojuegos así como impulsar específicamente el desarrollo y perfeccionamiento de las distintas especialidades que intervienen el proceso de creación de un videojuego.

La industria del ocio interactivo mueve a nivel mundial unos 60.000 millones de dólares y en España unos 1.500 millones de euros sólo en lo que a venta de hardware y software físico se refiere, según datos de un informe de DFC Intelligence.

Curiosamente, esta industria tan potente en facturación es muy cambiante en sus hábitos de consumo. El negocio que antes se limitaba a crear un producto y distribuirlo, se extiende ahora en el tiempo: después de la creación y la venta, hay que ponerlo en manos del jugador (a veces, incluso, de forma gratuita) y ofrecerle un servicio continuo, con ampliaciones y actualizaciones.

Uno de los cambios más relevantes que se está produciendo ahora mismo en este sector es la imparable pujanza del mercado online, que ha transformando los modelos de negocio y las vías de monetización, que ahora van desde la publicidad al comercio de objetos virtuales, pasando por las suscripciones y los micropagos. Este mercado comenzó a crecer de manera imparable en Asia a principios de siglo y llega ahora a Occidente.

En Europa, por el momento, las consolas siguen siendo el mercado dominante pero el online está creciendo al doble de velocidad, a razón de un 12% anual. Compañías como la alemana Bigpoint cuentan con más de 100 millones de clientes registrados en sus juegos gratuitos reconocen unos beneficios anuales de alrededor de 25 millones de euros.

A ese mismo ritmo del 12% anual también está creciendo en Europa el mercado de los juegos para móviles. Y es sólo principio porque este sector va a verse ahora espoleado por la llegada de

nuevos dispositivos y plataformas como el iPad o la televisión digital, que constituyen un escenario muy atractivo para las productoras de contenidos interactivos.

Uno de los mejores ejemplos de la pujanza de los juegos para móviles es *Doodle Jump*, un juego casual de bajo presupuesto, que ha vendido más de 4 millones de copias en el iPhone.

Algo parecido ocurrió con la llegada de Facebook: pocos pudieron prever que se convertiría en una potente plataforma para el ocio interactivo. Con más de 69 millones de jugadores, Farmville ya está más poblado que Twitter (unos 54 millones).

Por todo ello, ni el productor ni el desarrollador pueden, ni deben, ya atarse a una sola plataforma. El juego debe ponerse en manos del consumidor en todas las plataformas rentables del mercado. A consecuencia de ello, se está dejando de dar prioridad a las que ofrecen mejores condiciones técnicas en beneficio de aquellas que posibilitan una monetización más rápida y rentable.

Con *Kroll* o *Bruce Lee Dragon Warrior HD*, Digital Legends no sólo han conseguido colocar un producto español en el top mundial de aplicaciones para iPhone e iPad, sino que han sido también referencia para los propios fabricantes del dispositivo, que se han apoyado en estas creaciones para potenciar sus lanzamientos.

Gamelab, es el principal escaparate de la industria española tanto dentro como fuera del país, y es una de las tres ferias más importantes de Europa. La feria finaliza, con la entrega de los Premios Nacionales a la Industria del Videojuego, las Pulgas, que distinguen cada año los productos, profesionales y empresas más destacados de la industria española. Gamelab 2012, en Junio de 2012, ha celebrado en Barcelona su VIII edición.

México

DevHourMx 2012 es un evento que busca el encuentro de profesionales en lo que se refiere al desarrollo de videojuegos en México y Latinoamérica, para hablar de una industria que se encuentra en fase de despegue. Y en la presentación del evento se dieron algunos datos bastante interesantes.

En México está surgiendo una generación dedicada a la producción de videojuegos tanto para consolas tradicionales como móviles (la mayoría realizados por estudios independientes) y a esta hay que añadir acciones formativas como la emprendida por el Instituto SAE que ofrece estudios en Diseño, Programación o Animación de videojuegos, de rango universitario, de tres años de duración y que recientemente ha abierto un campus en México. En México se identifican del orden de 12 empresas desarrolladoras de videojuegos.

Perú

Bamtang Games es una de las empresas pioneras de videojuegos en Perú. Fundada en el año 2002; tuvo como primer proyecto a «*Boxing box*» un videojuego sobre la ejercitación y el cuidado del cuerpo. *Boxing Box* fue la escuela de experimentación y aprendizaje de Bamtang Games. Cuatro años después la compañía ha crecido en número y en experiencia. Actualmente desarrolla juegos 3D y Casual Games para sus clientes, entre otros Crazy Combi 3D.

En Perú se ha celebrado en Noviembre 2012, el IV Congreso Internacional de Desarrolladores de Videojuegos (COIDEV) en el marco de la Universidad de San Ignacio de Loyola (USIL) de Lima.

El COIDEV es el evento más importante para el desarrollo y la investigación de video juegos y entretenimiento digital en Perú. Cuenta con la participación de científicos, artistas, diseñadores, profesores, estudiantes y de profesionales en la industria de la creación de videojuegos y animación 3D. El Congreso se inició en el 2009, con un enfoque exclusivo en el sector de la informática, ampliando su base al año siguiente con sectores relacionados al arte e industria. El objetivo de

COIDEV es impulsar una nueva línea de carrera profesional y una nueva oportunidad laboral para los interesados en la industria tecnológica y rentable de los videojuegos.

3.5.- Los nuevos modelos de Financiación del cine

Continuando con el análisis sobre el nuevo modelo de explotación del sector audiovisual nos adentramos en el mundo cinematográfico tradicional. Actualmente no hay un nuevo modelo para la cinematografía independiente y todos los productores están a la búsqueda del mismo.

En el caso de España todos los indicadores cinematográficos resultan a la baja: menor aportación pública al fondo ICAA, menor presupuesto para derechos de antena en TVE, concentración de canales privados y en consecuencia menores oportunidades, menor número de largometrajes estrenados, menor número de salas de exhibición, descapitalización de las compañías productoras, fragmentación empresarial, falta de crédito bancario y falta de incentivos para la inversión privada y para la inversión extranjera.

El modelo de financiación del cine vigente hasta hace muy poco, basado en las Ayudas a la Amortización y en la venta de derechos de antena, es un modelo hoy por hoy caduco y que resulta en general, inviable. El futuro y presente de la financiación del cine pasa por la inversión privada en el mismo, y su amortización por las ventas nacionales e internacionales y en la explotación de las fórmulas digitales on demand (VOD).

El modelo en el que vivimos actualmente ya se ha demostrado que no genera industria. Lo que ha generado es comodidad y no siempre, porque el modelo no solo resulta ineficaz sino defectuoso con fuertes dosis de inseguridad y tensiones de tesorería.

La situación es muy difícil y no sólo por el hecho de la crisis económica sino también por las condiciones impuestas por los canales de TV. Uno de los problemas que tienen la producción de ficción es que las cadenas de TV ya no pagan lo que pagaban y en consecuencia los productores se limitan a producir para los mercados locales en las condiciones que las cadenas establecen. Las productoras de ficción se tienen que adecuar a las posibilidades de los canales e incluso, además del contenido, tienen que ofrecer la financiación o el anunciante.

Como señala Pilar Benito “La financiación de largometrajes con el apoyo de un canal de TV corre el riesgo de resultar una financiación “tóxica” condicionada en muchos casos por actores e intervinientes que no responden ni a la idea del guión o de la historia y por el contrario responden a intereses de la cadena, ajenas a la película”.

En España las rigideces de la estructura de las ventanas de explotación contribuyen definitivamente a una explotación ineficaz. El video bajo demanda es un modelo emergente en otros países europeos pero en España no acaba de funcionar.

La crisis actual viene dada por que el público no entra en las salas a ver cine español, el mercado del video está desaparecido, el video *on demand* no acaba de funcionar, los canales de TV se integran en grupos cada vez más poderosos, la piratería crece sin parar..., el panorama no puede más dramático. También hay que tener en cuenta que la publicidad ha reducido un 50% sus inversiones en TV lo que también afecta a todo el sistema, junto a la inestabilidad de las cadenas autonómicas y las rigideces financieras de TVE. Pero por otro lado mientras el sector cinematográfico no se da cuenta de que el principal cliente del cine es la TV, el cine autóctono no saldrá adelante. Los mejores directores de cine y guionistas americanos están haciendo televisión. La relación cine - TV es clave para la supervivencia de mismo. Por tanto no estamos ante una crisis del cine con el nuevo modelo, que también, sino ante una crisis del sistema audiovisual de los países que desean tener una agenda propia en el sector audiovisual.

¿La pregunta clave es para quien producimos cine? ¿Para quien producimos Animación? El cine no tiene que entender la TV solamente como una fuente de financiación sino que es un elemento sustantivo de la industria cinematográfica. Y el cine siempre ha tenido un complejo de superioridad

sobre la TV sin razón alguna, más allá de las razones culturales. La TV, en sus amplias formas de acceso, es el eje que soporta todo el sistema audiovisual, incluido el cine.

Estamos ante una nueva era audiovisual con una gran incertidumbre, agravada por la crisis económica actual. Ante esto, el sector cinematográfico Iberoamericano presenta una fuerte fragmentación. He aquí algunos datos: De un total de 3.144 largometrajes estrenados en salas comerciales en el ámbito Iberoamericano, desde el año 2000, se ha identificado:

- 11.535 actores,
- 3.633 productores (personas físicas),
- 3.544 guionistas,
- 3.430 directores, y
- 3.333 compañías de producción.

Esto da una idea de la fragmentación del sector. De los 3.144 largometrajes considerados, 1.679 son de nacionalidad española (total o parcial) y la fragmentación es proporcional a la anteriormente expresada.

El problema de todo esto es que no hay una industria audiovisual sino que tanto en España como en Iberoamérica hay un “artesanado”, donde hay muchos operadores y ninguno, o al menos muy pocos, tienen fuerza suficiente para generar algún proyecto capaz de atraer a su país y a los de alrededor capitales suficientes. Solo somos capaces de generar ideas que al final deberían ser producidos por otros y no caer en el riesgo de producir múltiples películas sin capacidad de vida propia en el mercado. ¿No sería mejor producir un “Lo Imposible” cada cuatro años, que producir 25 películas perdidas en los vericuetos de las salas vacías?

Aquí tenemos que hacer mención al gran esfuerzo dinamizador de la cinematografía iberoamericana en los últimos años que ha resultado ser el Programa Ibermedia.

Ibermedia nace pocos años después de la creación del Programa Media (la Decisión 90/685/CEE del Consejo Europeo, de 21 de diciembre de 1990), que ha sido a través de sus sucesivos desarrollos hasta nuestros días, el ariete audiovisual más importante para la dinamización del sector audiovisual europeo. Ibermedia desde sus orígenes se mira en el Programa Media y muchas de sus acciones y criterios de selección se basan en los diseñados por el programa de ámbito europeo.

Ibermedia es un programa de estímulo a la coproducción de películas de ficción y documentales realizadas en la comunidad Iberoamericana integrada por diecinueve países. Su misión es la de trabajar para la creación de un espacio audiovisual iberoamericano por medio de ayudas financieras y a través de convocatorias que están abiertas a todos los productores independientes de cine de los países miembros de América Latina, España y Portugal.

Entre sus objetivos destacan los relacionados con promover la realización de proyectos audiovisuales dirigidos al mercado, fomenta la integración en redes de las empresas productoras para facilitar las coproducciones y ayuda a la formación continua de los profesionales de la producción y la gestión empresarial audiovisual a través de talleres, becas o seminarios, y a la utilización de nuevas tecnologías.

Desde 1998, Ibermedia ha realizado 21 convocatorias fruto de las cuales ha sido el apoyo a 589 proyectos de coproducción cinematográfica que forma parte del principal objetivo del programa: El estímulo a la integración en redes de trabajo y a la suma de fondos de financiación. Ibermedia también ha contribuido a exhibir 298 películas y ha otorgado 324 becas de formación en todos los países de la comunidad, por un total de 73 millones de dólares invertidos en cine iberoamericano. El impacto de Ibermedia ha provocado que el cine Iberoamericano haya estado presente en los principales festivales de cine del mundo, y más de un título ha sido nominadas al Óscar a la mejor película en lengua no inglesa.

Ibermedia es una historia escrita en los últimos 17 años que nace con la aprobación del Fondo Ibermedia en la V Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno (1996), celebrada en Isla

Margarita (Venezuela). Además de los gobiernos colaboraron en su puesta en marcha la Federación Iberoamericana de Productores Cinematográficos y Audiovisuales (FIPCA) y la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano (FNCL).

La actuación de Ibermedia está basada en el Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana, el Acuerdo Iberoamericano de Coproducción Cinematográfica, y el acuerdo para la Creación del Mercado Común Cinematográfico Latinoamericano. En el Convenio de Integración Cinematográfica se establece el estatuto jurídico de la denominada Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica (CACI), quien dirige las actividades de la Secretaria Ejecutiva de Ibermedia. Las actividades de integración en el sector cinematográfico y audiovisual se desarrollan a través de dos ejes fundamentales. La coproducción, al que se vincula la distribución, y el de la cooperación donde se articulan diversas líneas de trabajo: desarrollo de proyectos, promoción, preservación y formación.

La coproducción ha constituido en estos años, el arma defensiva de empresarios y realizadores latinoamericanos para enfrentarse a la estrechez de los mercados locales. Como ha indicado Lluís Bonet, “.....de una parte el dominio oligopólico de la distribución por parte de las grandes empresas norteamericanas y el tamaño reducido de los mercados domésticos. La conjunción de ambas características dificulta la amortización de una película en su propio mercado y como consecuencia reduce la disponibilidad de recursos financieros privados para la producción cinematográfica”.

Si a lo anterior añadimos las restricciones presupuestarias del sector público se llega a la conclusión de que la coproducción se ha convertido en la principal, cuando no la única, posibilidad de realización de un largometraje en la mayoría de los países del ámbito Ibermedia.

Si el cine iberoamericano ha logrado una presencia capital en festivales del mundo entero, no se puede decir que se haya creado una industria cinematográfica propia. Los esfuerzos y ayudas de Ibermedia han sido claves para dar visibilidad al cine iberoamericano pero no suficiente para la viabilidad industrial del mismo. Con estos mimbres, el cine iberoamericano se enfrenta al reto del cambio de modelo del mercado audiovisual, promovido por la digitalización y las nuevas formas de consumo de la cultura en general y del cine en particular.

Dada la pequeña dimensión de muchos de los intervinientes en el sector, quizás una tendencia a reforzar es la de generar y desarrollar formatos basados en el talento existente y que nadie discute, venderlos internacionalmente, y que sean otros, con músculo financiero, los encargados de su producción y distribución?

En estas circunstancias la financiación del cine adquiere extraordinaria importancia y se identifican tres vehículos financieros claves en el futuro, como alternativa en un contexto generalizado de la reducción drástica de los fondos públicos:

- Generación de Aavales desde Sociedades de Garantías Recíprocas, tipo Audiovisual SGR o el European Guarantee Fund,
- Políticas de exenciones fiscales, tipo Agrupaciones de Interés Económico (AIEs) y Fondos de Inversión
- Generación de Seguros de Buen Fin, tipo Iberoamerican Film Bonds,

Con el propósito de apoyar a la industria audiovisual española, el Ministerio de Cultura desde el Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales (ICAA) y la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA) constituyeron, a finales de 2005, Audiovisual Sociedad de Garantías Recíprocas (SGR), que se define como entidad financiera propia con conocimiento profundo de la industria audiovisual, reconociendo el valor de los activos de las empresas del mismo. Tiene como fin facilitar a las empresas productoras el acceso a los mercados financieros en las mejores condiciones, en base a acuerdos globales con las principales entidades bancarias y entidades aseguradoras, para lo que los criterios de selección están basados en la viabilidad técnica y económica de los proyectos. Se trata de un instrumento de promoción económica para las pequeñas y medianas empresas del sector audiovisual,

ampliamente considerado. Audiovisual SGR ha apoyado con sus avales más de 120 largometrajes desde su fundación en 2006, además de otras operaciones con series de ficción de TV y otro tipo de inversiones en equipos e infraestructuras, con una significativa influencia en el sector audiovisual español. El límite establecido por empresa para la capacidad de endeudamiento vivo (aval concedido a una empresa), es de 1.200.000€ y la capacidad de concesión de avales es del orden de 150 millones de euros teniendo en cuenta que a 31 de diciembre de 2012 sus fondos propios ascienden a 15.8M€.

Una experiencia similar, se ha desarrollado a nivel europeo con la creación del Media Production Guarantee Fund, (MPGF) que bajo el paraguas del Programa Media ofrece garantías similares a las de Audiovisual SGR en el ámbito europeo desde 2010. El presupuesto inicial asciende a 8m€ y para cuya gestión, la Comisión Europea selecciono a Audiovisual SGR junto con el IFCIC de Francia. En el tiempo transcurrido desde su creación, 28 entidades bancarias se han beneficiado de los avales facilitados por MPGF, que han facilitado 38 millones de € en préstamos a 21 largometrajes de 9 países europeos distintos.

Tanto la experiencia de Audiovisual SGR como la de Media Production Guarantee Fund responden a una necesidad muy sentida en toda la comunidad audiovisual tanto española como europea y sin ninguna duda también en la iberoamericana, ante el reto del cambio de modelo del mercado digital: el nuevo modelo exige la creación de vehículos financieros que faciliten el acceso al crédito a las pequeñas y medianas empresas del sector cinematográfico y audiovisual.

No podemos dejar de mencionar una de las instituciones financieras más importantes de América Latina por su carácter multilateral. Nos referimos al Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Se trata de una institución financiera que apoya el desarrollo económico, social e institucional sostenible de América Latina y el Caribe.

El Grupo BID está integrado por el Banco Interamericano de Desarrollo, la Corporación Interamericana de Inversiones (CII) y el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN). La CII se ocupa principalmente de apoyar a la pequeña y mediana empresa, y el FOMIN promueve el crecimiento del sector privado mediante donaciones e inversiones, con énfasis en la microempresa.

Los países miembros del Banco son 48 de los que 22 son miembros no prestatarios.

El BID ha tenido muy escasas acciones en el sector audiovisual pero recientemente ha tenido una actuación de carácter piloto que ha respondido al título de "Apoyo a la Industria Audiovisual: Articulación de la cadena y comercialización". Este programa de apoyo, también conocido como Acción Audiovisual, (AxAV), está promovido por el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) de una parte y de otra por la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile (UC), fue aprobado en Abril de 2008, comenzando sus actividades en Junio de 2008 y finalizando en Diciembre de 2012. Su financiación se ha realizado a partes iguales entre ambos promotores para un presupuesto total cercano a las 3M de dólares.

La Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica (UC) se ha caracterizado por un compromiso sostenido con el desarrollo del sector audiovisual chileno bajo la batuta de su decano, Silvia Pellegrini, y el trabajo ejecutivo de Fernando Acuña. Además de la formación de profesionales de cine y televisión de alto nivel a través de la carrera de Dirección Audiovisual, aportó a la industria el programa Nodo Audiovisual, antecedente directo del programa Acción Audiovisual con una clara orientación hacia la distribución y comercialización de cine en la región, en el marco del cambio de modelo.

El objetivo general de Acción Audiovisual es contribuir a mejorar la competitividad de la industria audiovisual chilena e incrementar su acceso al mercado regional e internacional, convirtiéndolo en un sector atractivo, rentable y que aporte al desarrollo cultural del país. Se trata de mejorar la articulación entre los diversos eslabones de la cadena productiva de la industria audiovisual y fortalecer algunas capacidades que, actualmente, limitan su desarrollo potencial.

Esta colaboración entre BID/FOMIN y UC se considera de carácter pionero y ambos promotores

han considerado Acción Audiovisual como una experiencia piloto de cuyos resultados y experiencias pueden y deben beneficiarse otros países de la región. Acción Audiovisual se ha estructurado bajo cinco líneas, también llamadas componentes:

- Componente I. Asociatividad en la industria audiovisual: Fortalece las redes de empresas y facilitar la articulación de la cadena productiva.
- Componente II. Fortalecimiento de la capacidad innovadora de la industria: Realiza actividades de formación en competencias específicas y se estimula una dinámica que facilite la introducción de innovaciones desde otras industrias y favorezca la generación local de innovación.
- Componente III. Desarrollo de la cadena productiva: Facilita la generación de vínculos productivos entre las empresas de la industria a través de desarrollo de proyectos comerciales concretos.
- Componente IV. Estrategias innovadoras de distribución para la comercialización: Promueve el acceso al mercado nacional e internacional de productos audiovisuales chilenos, haciendo énfasis en nuevos modelos de intercambio.
- Componente V. Monitoreo y difusión de mejores prácticas: Realiza estudios de impacto, sistematización de la experiencia y divulgación de la misma.

Esta estructura ha dado lugar durante el periodo de implantación del programa a 76 actividades, que han atraído a un total de 825 participantes.

Los datos indican el interés de los profesionales chilenos del sector audiovisual por los temas relacionados con las estrategias innovadoras de la distribución de contenidos, la cadena productiva y la capacitación en competencias específicas, en un marco de cambio de modelo del mercado digital.

Estamos por tanto ante una innovadora actividad de BID/FOMIN en el terreno audiovisual merecedora de continuidad y ampliación en el inmediato futuro.

En otro orden de cosas debemos considerar las acciones relacionadas con las políticas de exenciones fiscales promovidas con el fin de atraer capital privado a la producción cinematográfica y la audiovisual en general. En España se ha experimentado recientemente con la aplicación de la exención fiscal a través del instrumento llamado Agrupación de Interés Económico (AIE), que no es un instrumento fiscal propio del sector audiovisual sino de la industria en general. La AIE, viene definida por la Ley 12/1991 de 29 de Abril y la ley de Cine de 2007 establece beneficios fiscales como medida de fomento para la producción cinematográfica, mencionando específicamente la incorporación de Agrupaciones de Interés Económico (AIE) al sector audiovisual.

La finalidad de la Agrupación de Interés Económico es facilitar el desarrollo o mejorar los resultados de la actividad de sus socios. Se constituye por un limitado periodo de tiempo, en el sector audiovisual por cinco años y una vez terminado el proyecto su existencia se extingue. Los socios de la AIE reciben un beneficio fiscal del 18% en la reducción de su base imponible de la declaración de impuestos. Este modelo permite que un inversor pueda entrar en una AIE y obtener beneficios fiscales sin ser coproductor, y en consecuencia sea ajeno al resultado comercial del largometraje o producción audiovisual de que se trate.

Las AIEs dirigidas al sector cinematográfico español en 2008 han intervenido en 33 producciones de largometrajes hasta fines de 2012 atrayendo financiación privada de forma significativa.

En América Latina existen también incentivos fiscales, destinados a atraer capital privado al sector cinematográfico, más allá de las políticas de fomento del sector cinematográfico que se desarrollan en prácticamente todos los países del área. Entre los mecanismos de inversión – fundamentalmente fondos que canalizan inversiones de forma profesional - favorecidos con medidas fiscales, destacan los implantados en Brasil, Colombia y México,

En Brasil se contemplan en su legislación mecanismos de inversión y de patrocinio, que tiene como fin la obtención de rentabilidad a la inversión. Por su interés en la materia que nos ocupa, destacamos los Funcines, los Fondos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional. Los Funcines fueron lanzados el 11 de noviembre de 2003, a partir de la reglamentación preparada por ANCINE. Estos fondos deben ser administrados por entidades financieras autorizadas por el

Banco Central de Brasil y están obligados a mantener un 10% de su patrimonio en títulos emitidos por el Tesoro Nacional y/o el Banco Central de Brasil.

Los Funcines pueden destinar su inversión no solo en la producción de obras audiovisuales brasileñas sino también en infraestructuras, salas cinematográficas, y proyectos de comercialización de obras audiovisuales brasileñas, entre otros. La Lei do Audiovisual (Lei Federal nº 8.685/93) en diversos artículos hace mención a las Funcines. En seis años y hasta 2010 el total de recursos financieros aplicados a los proyectos audiovisuales por Funcines alcanzaron la cifra de 23 millones de R\$.

Seis Funcines han sido identificadas según la CVM, Comisión de Valores Mobiliarios:

Cine AA
Fator Funcine
BRB Brasilia Funcine
Lacan-Downtown Filmes
Investimage 1
Rio Bravo Cinema 1

Otra iniciativa brasileña en el área de los incentivos fiscales a la inversión en el sector audiovisual, es el Programa Especial de Fomento, PEF, que se centra en la inversión de grupo de obras o proyectos, reunidos en torno a un programa con una visión común, y no tanto a productos individualizados.

En Colombia, dentro de los mecanismos de financiación en el sector audiovisual con recursos privados, destaca el Fondo de Capital Privado Hispano Americano I (FCPH I), dotado con 6 MUS\$. Se trata de un Fondo de Capital Privado creado y regulado bajo las normas del decreto 2175 de 2007, el cual tiene como objeto la inversión en activos audiovisuales. El Fondo es administrado por Fiduciaria Bancolombia S.A. y gestionado profesionalmente por Dynamo Capital S.A. Aunque el periodo de inversión de este Fondo ya ha finalizado Dynamo está en la fase de estructuración de un nuevo fondo que de continuidad a la gestión realizada. Dynamo Capital nace desde la visión profesional de los líderes de la productora cinematográfica Dynamo Producciones, Andrés Calderón y Rodrigo Guerrero

Lo más relevante de esta productora – más allá de la creatividad y la inclusión del desarrollo como fase clave de la producción, es la relación entre los fondos gestionados por Dynamo Capital y la producción de contenidos de Dynamo Producciones. Esto resulta verdaderamente innovador en América Latina e incluso en muchos países europeos. Dynamo, es la empresa de producción audiovisual más prolífica colombiana, con más de 15 producciones nacionales e internacionales realizadas desde 2006, tanto en cine como en televisión. Tiene una clara visión internacional del mercado trabajando con coproductores de Estados Unidos, España, Alemania, Francia, México y Perú.

En México existe el estímulo fiscal al cine (EFICINE) - no es estrictamente un fondo como los anteriores considerados - que se establece en el artículo 226 de la Ley del Impuesto sobre la Renta para los contribuyentes que aporten a proyectos de inversión en la producción cinematográfica nacional. Se trata de un estímulo fiscal consistente en un crédito fiscal a cargo del impuesto sobre la renta o el impuesto al activo de hasta un 10% del impuesto sobre la renta a su cargo en el ejercicio inmediato anterior. El Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) analiza y evalúa la viabilidad del proyecto de inversión.

El tercer vehículo financiero a considerar y que entendemos complementario de los dos anteriores los constituyen los Seguros de Buen Fin. Este concepto, en inglés "Completion Bond" asegura a los inversores en una determinada producción que ésta se realizará ajustándose al presupuesto y dentro del plazo previsto. En la actualidad existen dos grandes grupos que ofrecen un Seguro de Buen Fin. Film Finance, con gran influencia en el sector cinematográfico anglosajón y la más antigua en el sector y European Film Bonds, con sede en Copenhague y un ámbito más

europeo e internacional. En este marco se ha creado la sociedad Iberoamerican Film Bonds con sede en Madrid en una asociación con European Film Bonds. IFB ha sido creada en mayo de 2013 y pretende extender este instrumento a los mercados Iberoamericanos.

El seguro de buen fin no es más que una garantía para los inversores de que el proyecto será terminado en tiempo y forma, lo que resulta de alto interés para la industria audiovisual donde su valor “intangibles” desde el punto de vista financiero, impide en muchos casos la atracción de capital privado.

Hasta aquí las referencias a tres herramientas financieras de importancia capital ante el nuevo modelo de mercado digital: *facilidades de crédito a las pequeñas y medianas empresas, incentivos fiscales a los inversores privados* en el sector audiovisual y *garantías de finalización de los proyectos* en tiempo y forma. Tres líneas de actuación para un nuevo mercado.

3.6.- El Video On Demand (VOD)

Si la financiación del cine en el nuevo modelo tiene un horizonte de financiación privada, como se ha expuesto en el punto 3.3 - más allá de las obligaciones del sector público para con la cultura y en consecuencia para determinadas producciones cinematográficas – en el área de la amortización aparecen como fórmulas innovadoras y con las incertidumbres consiguientes, las modalidades de la distribución on line.

Los nuevos sistemas de distribución on line de largometrajes, series de TV, videojuegos vienen a resolver los problemas de saturación de títulos en las salas, dando respuesta a los retos de la movilidad del espectador, ofreciendo cine y el contenido en general dónde, cuándo y cómo desea el mismo, generando oportunidades a nuevos creadores y talentos. Pero desde el punto de vista del nuevo modelo de mercado, el sistema online acerca a productores y distribuidores, facilita el acceso al contenido, dificulta la expansión de la piratería y abre al cine un mercado nuevo, con múltiples nichos para los diferentes productos cinematográficos, ampliándose su duración en el tiempo y extendiendo su capacidad de acceso.

El Video on Demand (VOD) es la estrella del firmamento del acceso a los contenidos en el mapa digital. Anders Sjöman, vicepresidente de Vodder, empresa de origen Escandinavo y llamada a ser una de los operadores del VOD más innovadores ha expuesto su opinión sobre la evolución del VOD y los dispositivos de acceso: “Existen informes y estadísticas de crecimiento sobre el mercado VoD pero ninguno al que damos especial valor. Es un nuevo sector que está rompiendo barreras y en el que hemos aprendido que los pronósticos y estimaciones son muy difíciles. Sabemos que la rapidez para cambiar y el crecimiento de un sector en particular depende de la penetración de banda ancha, especialmente la penetración de alta velocidad; del comportamiento del consumidor que va convirtiéndose al online y al mismo tiempo convirtiéndose al *on demand*; del desarrollo de la electrónica de consumo, principalmente los *televisores conectados a internet*, y de la disponibilidad de los propietarios de contenido para probar nuevos modelos de negocio digitales.

Las plataformas móviles son enormemente importantes en este desarrollo, pero no constituyen la única solución. El objetivo es poder ofrecer el mismo contenido al consumidor, sin importar el dispositivo que tengan a su alcance. Si están de viaje, será un *smartphone* o una *tablet*. Si están en el salón de casa, será el televisor. Y si están de vacaciones en una casa alquilada, será el ordenador. En estos momentos y mirando nuestros resultados, se observa todavía un mayor consumo a través de web, sin embargo existe un importante crecimiento en el consumo a través de plataformas móviles”.

El propio concepto de VOD evoluciona de forma imparable apareciendo nuevos conceptos como AVOD, que utiliza como soporte económico la *publicidad* u otra fórmula como la TVOD, una *suscripción temporal* mediante un fee. No obstante todos los sistemas resultan complementarios y como indica Anders Sjöman, “Elegir un modelo VOD como más exitoso que los otros significa disminuir el valor de los modelos combinados. Creemos que el modelo AVOD atrae a una audiencia concreta, que luego va a convertirse al TVOD pero que nunca hubiesen ido al TVOD directamente. Al mismo tiempo, el modelo TVOD es atractivo para una audiencia en particular, independientemente de si

tenemos AVOD o no. En esta combinación, también puedes añadir dispositivos móviles que, como plataforma, también atraen a un tipo de usuario distinto al usuario basado en el salón de estar". Estamos ante un mapa de múltiples ofertas donde el único apellido común es "On Demand".

¿Cuáles son los principales operadores o modelos de distribución on demand? He aquí una lista no exhaustiva en cuanto a operadores y contemplando la práctica totalidad de modalidades.

a. Free VOD: YOU TUBE. www.youtube.com

- Modelo de negocio basado en la publicidad.
- Dirigido al PC
- No hay fee para el usuario
- Los usuarios pueden subir y compartir videos.
- Los ingresos brutos para 2011 se calculan en 1.1 billón dólares
- Propietario: Google

b. Venta Directa y Alquiler VOD: iTunes. www.apple.com

- En 2010 controló el 85% de la música vendida. Vendió 10 billones de canciones.
- No utiliza publicidad
- Su catálogo contiene 12 millones de canciones, mas de 55.000 episodios de TV y 8.500 films de los que 2.500 son en HD.
- 15 canales temáticos de géneros de cine.
- Sus displays son PC, iPod e iPad.

c. Suscripción VOD. (SVOD): NETFLIX. www.netflix.com

- Catálogo con 100.000 títulos disponibles para alquiler.
- 40.000 títulos disponibles en streaming.
- Suscripción de 7,99US\$ al mes para ambos servicios.
- 20 millones de suscriptores en 2010 y esperados 27 millones en 2011.
- El servicio comienza en segundos a partir de la solicitud.
- La mitad de los títulos estrenados en USA están disponibles 6 meses después.
- Los suscriptores consumen 25 horas al mes.
- El incremento de los suscriptores ha tenido un crecimiento muy rápido. Superan 1 millón en 2003 hasta llegar a 20m en 2010.
- Entre 2004 y 2010 dos modelos han evolucionado de la siguiente forma: Blockbuster, paso de facturar 6 billones de dólares a la bancarrota y Netflix paso de la nada a facturar 2.2 billones de dólares.
- Disponible en PS3, Wii, Xbox, PC, Mac, Móviles y Tableta.
- No disponible en España.

d. Suscripción VOD. (SVOD): AMAZON PRIME. www.amazon.com

- Tiene un catálogo de 5.000 títulos en streaming.
- Tiene una cuota de suscripción de 6.58\$ al mes o 79US\$ año.

e. Venta Directa VOD: AMAZON PRIME. www.amazon.es

- Venta directa en DVD y Blue ray.
- 22 géneros de cine y TV.
- Precios en torno a 20€ por título.

f. Free VOD. HULU. www.hulu.com

- Contenido disponible por tiempo limitado después de la emisión.
- Episodios completos.
- Modelo basado en publicidad con unos ingresos de 240 millones de dólares año.
- No hay cuotas para el usuario.
- 30 millones de usuarios en USA.
- El sistema es propiedad de NBC, Disney y Universal.

g. Suscripción VOD. (SVOD): HULU PLUS. www.hulu.com/plus

- Se calculan 1.3 millones de suscriptores en 2011.

- Se ofrecen todos los episodios de las series más populares.
- Cuota de 7,99 US\$ al mes.

h. Suscripción VOD. (SVOD): FILMIN. www.filmin.es

- Tiene un catálogo de 3.800 largometrajes y 100 series de TV.
- Cuota Premium acceso al Catálogo a partir de 8€ al mes.
- Cuota Premium + acceso a Catálogo Selectivo a partir de 15€/mes.
- Disponible Android, InoutTV, PS3, Apple TV y iPhone, iPad, Samsung TV y LG TV.
- El sistema es propiedad de Cameo Media y sus socios.
- Noticias.
- También ofrece servicio de alquiler de hasta 72 horas con tarifas desde 0,95€ por título.

i. Free VOD. CATCH UP TV/ABC. www.abc.com

- Contenido disponible por tiempo limitado después de la emisión.
- Episodios completos.
- Modelo basado en publicidad.
- No hay cuotas para el usuario.
- Como este modelo hay otros operadores que basado en publicidad, ofrecen este servicio.

j. Free VOD. CATCH UP TV/BBC iPlayer. www.bbc.co.uk/iplayer

- Contenido disponible por tiempo limitado después de la emisión.
- Episodios completos.
- Modelo basado en la financiación del gobierno a través de los impuestos.
- No hay cuotas para el usuario.
- Para PC.
- Disponible para utilizar con Wii. (Consola de Nintendo).
- Como este modelo y variaciones hay muchos operadores europeos que ofrecen este servicio. Entre otros, RTVE (www.rtve.es).

k. Pay TV. HBO. www.hbo.com

- Es un canal de pago.
- Cuota de suscripción.
- Ofrece contenidos Premium de series, documentales, deportes y largometrajes.
- Este modelo se ha extendido a múltiples canales o plataformas de canales desde Canal + o Imagenio hasta Direct TV.

l. Venta directa/Alquiler. VOD.VUDU. www.vudu.com

- Sin suscripción
- Catálogo con 16.0000 títulos de cine, de los que 2.000 en HD.
- Venta directa por 20US\$.
- Alquiler por 4US\$.
- En 2010 abandona su set top box y hace acuerdos con LD, Mitsubishi.
- Streaming en 3D.

m. Alquiler VOD. FILMOTECH. www.filmotech.com

- Iniciativa de Egeda.
- Catálogo con 1.600 títulos de largometrajes, 580 cortometrajes y 58 series.
- Sin suscripción.
- Alquiler por 1,74€.
- Pago por Visa, SMS y otros.
- Estrenos especiales.
- Noticias.

n. Alquiler DVD. REDBOX. www.redbox.com

- Quioscos de DVD.
- 20.000 quioscos en 2010.
- Alquiler de DVD de Fox y Universal.
- Alquiler 24 horas por 1 US\$.

- Se pueden hacer reservas on line.
 - Se paga con tarjeta de crédito.
 - Es un sistema mixto de venta física (retail), y sistema on line.
- o. Venta Directa/Alquiler VOD. Videojuegos. PLAY STATION STORE. www.us.playstation.com**
- 40 millones de usuarios en 2010.
 - 3.500 títulos disponibles.
 - Además películas en HD para venta directa a 20US\$ y alquiler por 5US\$.
 - Pago por Visa.
- p. Venta Directa/Alquiler VOD. Videojuegos. XBOX LIVE. www.xbox.com**
- Consola Xbox 360.
 - Juegos exclusivos triple A.
 - Suscripción de usuario.
- q. Free VOD. WII. www.wii.com**
- Consola Wii.
 - Juegos exclusivos.
 - Sin publicidad.
 - Sin cuota usuario.
 - Pago por VISA según puntos.
- r. On Demand DVD. WARNER ARCHIVE COLLECTION. WBShop.com**
- Compra DVD.
 - Pago por la red.
 - Nuevo camino de explotar el archivo.
- s. Free VOD. VODO. www.vodo.com**
- Especializado en documentales.
 - Financiación con donaciones.
 - Fundado por Channel 4 Britdoc.
 - Descarga legal P2P gratuita.
- t. Free VOD, AVOD, TVOD y Cloud based EST. VODDLER. www.voddlr.com**
- Catálogo de 5.000 títulos con Películas, Series y Documentales.
 - Oferta gratuita de parte del Catálogo con publicidad (AVOD).
 - Oferta de TVOD *Transaction based Video-on-Demand*, transacción que permite al usuario el acceso a contenido específico a cambio de una tarifa durante un periodo de tiempo.
 - *Cloud based Electronic Sell-Through* (Cloud based EST) se basa en la compra, ofreciendo al usuario acceso a contenido por un periodo de tiempo ilimitado a cambio de una tarifa.
- u. Cloud Licence:** Descargas a soportes basados en sistemas de grabación Ultravioleta.
- v. Cloud Licence, modelo Keychest.** Similar al anterior aunque las descargas se pueden realizar a todos los tipos de soportes existentes.

Cuadro de síntesis de sistemas y operadores más relevantes de distribución on line

	Free VOD/AVOD	Suscripción VOD/TVOD	Venta VOD	Alquiler VOD	Pay TV	Alquiler DVD	Venta DVD
You Tube	***			***			
Netflix		***					
Amazon Prime		***	***				
Hulu	***						
Hulu Plua		***					
Catch Up TV BBC, RTVE	***						
Catch Up TV ABC	***						
HBO					***		
Vudu			***	***			
Filmotech		***		***			
Filmin		***		***			
Redbox						***	
Play Station			***	***			
Xbox Live			***	***			
WII	***						
Warner Archive							***
Vodo	***						
Voddler	***	***	***	***			

Del cuadro anterior se desprende que el futuro de la distribución digital esta en el VOD de forma que ha aparecido Encuentratupeli.com, como el primer buscador español de contenidos audiovisuales *online*, promovido por Versus Entertainment y la plataforma estadounidense CanIstream.it, líder del sector de los buscadores de VOD en EEUU. A este buscador se han adherido las plataformas más importantes que operan en España: Filmin, Wuaki, Filmotech o Nubeox.

No obstante, el panorama aquí descrito del VOD todavía se enfrenta con dos problemas. Por una parte el ancho de banda que impide en varios países el visionado streaming con normalidad. En segundo lugar está en el concepto VOD como reacción a la piratería.

¿Se está ofreciendo al precio razonable los servicios de streaming de VOD o debido a los precios la piratería se mueve más fácilmente? En todo caso la variada oferta de VOD no ha hecho más que empezar. Nuevos operadores y agregadores aparecerán en el mercado en el inmediato futuro con ofertas que posicionarán a todos los operadores y players. No obstante la Piratería aparece en el panorama no ya del cine, que también, sino en el ámbito de las Industrias Creativas como la gran amenaza del sistema.

4.- LA PIRATERIA

Recientemente se ha presentado el informe del Observatorio de la Piratería y Hábitos de Consumo de Contenidos Digitales para 2012 en España, realizado por la consultora GFK para La coalición de creadores e industrias de contenidos. Entre sus conclusiones resaltamos las siguientes:

- 1 de cada 2 internautas ha accedido a algún producto ilegal
 - 32 de cada 100 piratean música
 - 43 de cada 100 piratean películas
 - 7 de cada 100 piratean videojuegos
 - 12 de cada 100 piratean libros
- 1 de cada 3 piratas más activos, manifiestan no estar haciendo daño a nadie ni consideran que hacen una actividad censurable.
- 1 de cada 6 piratas no ve que haya consecuencias legales y consideran que no hacen daño alguno a ninguna industria.

Al analizar los cuatro sectores claves, Música, Cine, Videojuegos y Libros, el Informe de GFK obtiene las siguientes conclusiones:

- Música:
 - Accesos ilícitos online 2.118 millones de accesos.
 - Lucro cesante total 579,5 millones de euros (542,5 online y 37 físico).
 - El lucro cesante es el 8,2% del valor del total pirateado y de no ser lucro cesante supondría multiplicar por 3,6 el valor de la industria.
- Cine
 - Accesos ilícitos online 536,2 millones de accesos.
 - Lucro cesante total 326,6 millones de euros (117,1 online y 209,5 físico).
 - El lucro cesante es el 9,6% del valor del total pirateado y de no ser lucro cesante supondría incrementar un 43% el valor de la industria...
- Videojuegos
 - Accesos ilícitos online 168,2 millones de accesos.
 - Lucro cesante total 269,5 millones de euros (47,3 online y 222,2 físico).
 - El lucro cesante es el 6,1% del valor del total pirateado y de no ser lucro cesante supondría incrementar un 55,1% el valor de la industria.
- Libros
 - Accesos ilícitos online 226,9 millones de accesos.
 - Lucro cesante total 45 millones de euros (5,1 online y 39,9 físico).
 - El lucro cesante es el 7,7% del valor del total pirateado y de no ser lucro cesante supondría incrementar un 4,6% el valor de la industria.
- Estos datos, cuando menos demoledores, llevan a la siguientes conclusiones finales iguales de contundentes:
 - El valor total del lucro cesante en España de las cuatro áreas consideradas asciende a la cifra de 1.220,6 Millones de €, es decir, el 51% de la facturación actual de las industrias consideradas.
 - En un escenario sin piratería, el número de puestos de trabajo a crear sería de 24.766 empleos directos.
 - Los ingresos perdidos por las arcas públicas asciende a 494,7 M€.

Con motivo de la entrada en 2011 de Netflix en el mercado argentino, Sofía Gestoso señala que el operador de VOD se establece en un país –en el que operan plataformas legales como Arnet, On Play, entre otros - con un índice de piratería del 73%, y donde el 90% de las copias de películas en video en circulación son piratas. Según Sofía Gestosola la piratería genera en Argentina unas pérdidas estimadas de más de 300 millones de pesos lo que equivale al 52% del movimiento del mercado

legal del video y representa más de dos veces el presupuesto que percibe anualmente el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), para el Fondo de Fomento Cinematográfico. Lamentablemente, cifras y pérdidas similares se podrían ofrecer de otros países Iberoamericanos.

Como ha indicado Alejandro Miranda, (Versus Entertainment), “desde el mundo anglosajón Internet es una herramienta de promoción y de oportunidades. Desde el punto de vista latino, Internet promueve el pirateo y la destrucción de los negocios. Y en este mundo nos movemos. Es un tema de educación”.

Hasta aquí este capítulo que debe invitar a la reflexión a las autoridades encargadas de los contenidos y de las Industrias culturales en general y además de a los profesionales que se ven atrapados en una industria donde la incertidumbre del nuevo modelo está instalada y con una realidad que es una fuerte componente de lucro cesante. Esto también forma parte del nuevo modelo de mercado digital.

Pilar Benito: Es la Directora General de la compañía de producción cinematográfica Morena Films desde 2003. En los últimos tres años, Pilar ha participado en la financiación y producción de las siguientes producciones:

SCORPION IN LOVE, de Santiago Zannou
 THE LAST DAYS, de Alex and David Pastor
 INVASOR, by Daniel Calparsoro
 WHITE ELEPHANT, de Pablo Trapero
 7 DAYS IN HAVANA, de Benicio del Toro, Julio Medem, JC Tabio, Elia Suleiman, Gaspar Noe, Pablo Trapero and Laurent Cantet
 TAMBIÉN LA LLUVIA, de Iciar Bollain
 CELDA 211, de Daniel Monzón
 CHE, de Steven Soderbergh

Estudió Administración de Empresas en la Universidad Complutense de Madrid, y durante tres años trabajo para la Unidad Media de la consultora Arthur Andersen. Ejerce de forma regular como profesora / tutora en la Media Business School en el curso MEGA como experta en "Management and Financing of a Film Production Company".

Alejandro Miranda: Ha trabajado en el sector audiovisual durante los últimos 16 años en empresas multinacionales como CIC Video (Joint venture entre Paramount, Dreamworks and Universal), Paramount home Entertainment, división de DVD y Universal Studios Networks, división de Televisión.

Executive MBA por el IE Business School.

Socio de Versus Entertainment desde el año 2005, empresa dedicada a la gestión integral de contenidos audiovisuales desde la producción hasta la venta de derechos televisivos. Con oficina en Madrid y Barcelona especializada en el cine de autor y en producciones internacionales.

Entre sus producciones, Alejandro Miranda ha estado involucrado en varias películas, destacando Guest (Dir. Jose Luis Guerin), BURIED (Ryan Reynolds) ganadora de 3 premios Goya. Además ha participado, como inversor, en las producciones de Emergo (Carlos Torrents) y Red Lights (Con Robert Deniro y Sigourney Weaver).

En la actualidad está produciendo una película con Isaki Lacuesta, ganador de la Concha de Oro de San Sebastián 2011.

Socio del portal de Video Bajo Demanda FIMIN, www.filmin.es

En la actualidad ha lanzado al mercado una aplicación Web/App mediante una joint Venture con una empresa americana, localizada en Nueva York, Urban Pixels. Dicha aplicación es un buscador de películas cuya finalidad es encontrar la mejor oferta de precio para una película determinada (www.verunapeli.com).

Ricardo Vaca Berdayes: Es Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad San Pablo CEU (2009) y Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense (1977).

Desde 1977 trabaja en los medios de comunicación, en radio, televisión y prensa, habiendo dirigido emisoras de radio en Ciudad-Real, Toledo y Sevilla.

Desde octubre de 1998, preside Barlovento Comunicación, empresa de la que es fundador y que está especializada en consultoría audiovisual.

Profesor Adjunto de Universidad. "Empresa de Radio y Televisión", en la Universidad Complutense (1997-1998) e "Investigación de Audiencias" (2001-2013) y de Estructura del Sistema

Audiovisual (2010-2013) en la Universidad San Pablo CEU.

Autor de “Quién manda en el mando. Comportamiento de los espectadores ante la televisión” (Editorial Visor, 1997) y “El Ojo Digital. Audiencias 1” (Fundación Ex Libris, 2004). “El Ojo Digital. Audiencias 2” (Fundación Ex Libris, 2006). “El puzzle de la audiencia televisiva” (Fundación Ex Libris 2009). “El perfil de la audiencia de Cuatro y la Sexta: 2005-2008” (Fundación Ex Libris, 2010).

En 1981, Diploma a la mejor labor radiofónica por las emisoras de Radio Toledo y Radio Tajo y en 1990, es premiado con el Micrófono de Oro de la Asociación de Profesionales de Radio y Televisión.

En 1998, obtiene la Antena de Oro por su aportación al estudio y análisis de la industria y empresa de televisión con motivo de la publicación del libro: “Quién manda en el mando...”. En 2006 recibe el Premio Talento de la Academia de las Ciencias y las Artes de la Televisión.

Rubén Zarauza: Es productor ejecutivo y socio de VodkaTalent, una empresa española especializada en la creación de Marcas de Entretenimiento Infantil. Fundada en 2009, ya ha desarrollado y producido JELLY JAMM, presente en más de 150 países y en 18 idiomas diferentes. VodkaTalent está produciendo BUGSTED, un juego-app y serie de animación que será lanzado en el último trimestre de 2013.

Rubén combina su trabajo en VodkaTalent con la producción de largometrajes a través de su empresa gallega Maruxiña Film Company. Su primera producción, LOS FENÓMENOS, cuenta con Lola Dueñas y Luis Tosar como actores protagonistas.

Rubén fue productor ejecutivo de Zinkia Entertainment de 2007 a 2009. En Zinkia estuvo a cargo de la producción de varios programas y especiales de POCOYÓ así como coordinando el desarrollo las series MOLA NOGURU y FISHBONE SAGA.

Antes de Zinkia, Rubén participó en el desarrollo y financiación de los largometrajes de animación de Dygra Films, EL BOSQUE ANIMADO (2002) y EL SUEÑO DE UNA NOCHE DE SAN JUAN (2005).

Fernando Labrada: Es Licenciado en Ciencias Físicas por la Universidad Complutense de Madrid. Comenzó su carrera profesional en 1968 en Radio Televisión Española, donde ocupó distintas posiciones, tal como Director de Producción de TVE en 1974 – 1977 y Director del Centro de Documentación desde 1981 hasta 1988. Durante este periodo también fue Secretario General de FIAT/IFTA (Federación Internacional de Archivos de Televisión).

Es autor de varios artículos y libros, y ha participado en numerosas conferencias y seminarios. Entre 1988-90 fue el Consejero Delegado de Cannon Group Iberoamerica y entre 1990 – 1992 lo fue de la distribuidora Weekend Video.

Fue Director General de Radio y Televisión en el Estadio Olímpico durante los Juegos Olímpicos de 1992 celebrados en Barcelona. En 1993 fue nombrado Director General de la Media Business School, que es una iniciativa del Programa MEDIA de la Unión Europea. La MBS desarrolla actividades de Formación, Investigación y Publicaciones en el ámbito de la industria audiovisual europea.

En 1996 fundó Media Research & Consultancy (MRC) de la que es su actual presidente, compañía especializada en la asesoría a la industria audiovisual, empresa que ha desarrollado sistemas de información sobre el sector cinematográfico y audiovisual y tiene clientes a nivel empresarial e institucional tanto en España como en el extranjero.

En 2013, creó Iberoamerican Film Bonds, de la que es su presidente.

Bibliografía:

Digital Agenda for Europe. A Europe 2020 initiative. Comisión Europea

Creative Europe: Support programme for Europe's cultural and creative sectors from 2014. Comisión Europea.

II Seminario Audiovisual. Fundación Ortega y Gasset. Madrid 2011.

III Seminario Audiovisual. Fundación Ortega y Gasset. Madrid 2012/13

Focus Group celebrado el 9 de Julio de 2013, en la sede de Egeda con la asistencia de Alejandro Miranda (Versus Entertainment), Rubén Zarauza (Vodka Capital), Pilar Benito (Morena Films), Ricardo Vaca (Barlovento Comunicación), Fernando Labrada (MRC) y Oscar Berrendo (EGEDA).

Cinebase 3. Media Research & Consultancy (MRC)

Base Documental de Media Reserach & Consultancy (MRC)

Informe Piratería de Observatorio de la Piratería y Hábitos de Consumo de Contenidos Digitales para 2012 en España, GFK

Acuerdo Egeda-YouTube. Egeda.

Producción, coproducción e intercambio entre España, América Latina y El Caribe. Fundación Carolina.

Mecanismos Actuales de Financiación de Contenidos Audiovisuales en Latinoamérica. Coordinador: Steve Solot. 2011.

Entrevistas personales

Otras fuentes de Internet

CAPITULO VII
CONCLUSIONES

Organización y Política Audiovisual en Latinoamérica

· *Países Iberoamericanos:* Los 22 países analizados son: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

Cuadro C.1.1
Política Audiovisual en Iberoamérica. Año 2012

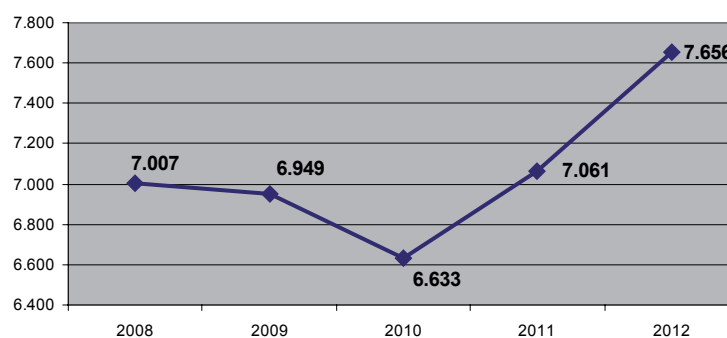
N°	País	Legislación	Instituciones	Financiación
1	Argentina	Si	Si	Si
2	Bolivia	Si	Si	Si
3	Brasil	Si	Si	Si
4	Chile	Si	Si	Si
5	Colombia	Si	Si	Si
6	Costa Rica	En proyecto	Si	En proyecto
7	Cuba	Si	Si	Si
8	Ecuador	Si	Si	Si
9	El Salvador	No	No	No
10	España	Si	Si	Si
11	Guatemala	En proyecto	En proyecto	En proyecto
12	Honduras	No	No	No
13	México	Si	Si	Si
14	Nicaragua	Si	Si	Si
15	Panamá	Si	Si	Si
16	Paraguay	En proyecto	En proyecto	En proyecto
17	Perú	Si	Si	Si
18	Portugal	Si	Si	Si
19	Puerto Rico	Si	Si	Si
20	República Dominicana	Si	Si	Si
21	Uruguay	Si	Si	Si
22	Venezuela	Si	Si	Si

- *Datos económicos.* 11 países ofrecen datos económicos sobre la actividad cinematográfica: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, Perú, Portugal, Uruguay y Venezuela.
- *Legislación Audiovisual.* 17 países disponen de leyes sectoriales, 3 países tienen en proceso de estudio una ley audiovisual (Costa Rica, Guatemala y Paraguay) y 2 países no disponen de leyes sectoriales (El Salvador y Honduras).
- *Organismos Oficiales.* 18 países cuentan con organismos oficiales de promoción del sector audiovisual, 2 países están en proceso de crearlos (Guatemala y Paraguay) y 2 países no disponen de organismos oficiales (El Salvador y Honduras).
- *Políticas Activas.* Todos los países disponen de fondos específicos de apoyo al sector audiovisual.
- *Filmotecas/Cinematecas:* 18 países cuentan con una filmoteca o cinemateca, 2 países están en proceso de constituirla (Panamá y Paraguay) y 2 países no disponen de filmoteca (El Salvador y Honduras).
- *Film Commission:* 14 países cuentan con una Comisión Fílmica y 8 no disponen de ella (Bolivia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, y Paraguay).
- *Festivales de Cine.* Todos los países tienen al menos un Festival anual. El festival de cine de San Sebastián (España) y el de Mar del Plata (Argentina) están acreditados con clase A por la FIAPF.
- *Conclusión final.* Más allá de la escasez de datos y de criterios armónicos sobre los mismos, se identifican avances significativos en el desarrollo de políticas activas sobre el sector audiovisual en la mayoría de los países, así mismo la formación está ampliamente extendida, con fortalezas y debilidades, las políticas de conservación y preservación de material audiovisual están muy presentes en casi todos los países y hay unanimidad en relación a los festivales como modelo de promoción del talento local. Las políticas de promoción del territorio es un hecho emergente que en los próximos años veremos crecer de forma creciente.

Producción Cinematográfica en Iberoamérica

- *Muestra-Base* (12 países iberoamericanos): Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, Paraguay, Perú, Portugal, Uruguay y Venezuela.
- En 2012: los países iberoamericanos de la muestra base representan al 85% de la población de Iberoamérica, el 90% del PIB regional y suman más de 15.500 pantallas cinematográficas.
- En 2012: los países de la muestra base estrenan más de 2.400 películas en las salas cinematográficas, recaudan más de 3.500 millones de dólares de taquilla y superan los 650 millones de espectadores en los cines.
- La asistencia de espectadores a los cines de países iberoamericanos representa aproximadamente el 9% del total mundial.

Gráfico C.2.1
Asistencia mundial estimada de espectadores a las salas de cine. Millones de espectadores (Fuente: OBS, Unesco)



- En el trienio 2010-2012: el promedio anual de pantallas en funcionamiento en los países de la muestra base se sitúa en torno a las 15.100, la recaudación se eleva a 3.325 millones de dólares, los espectadores suman 622 millones por año, la frecuencia de asistencia es de 1,1 por habitante, el precio medio de las entradas se sitúa en 5,4 dólares y el promedio de estrenos comerciales por año es de 2.704.
- En el trienio 2010-2012: los datos acumulados reflejan unos ingresos de casi 10.000 millones de dólares, una asistencia de 1.866 millones de espectadores y una cifra de estrenos comerciales superior a 8.100 (cuadro C.2.1.)

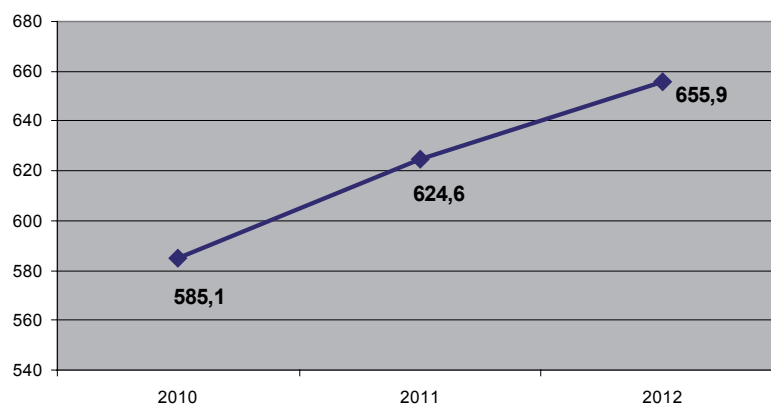
Cuadro C.2.1

Datos cinematográficos acumulados. Iberoamérica. 2010-2012

Conceptos	Datos muestra base
Población estimada 2012 (millones)	572,9
Número de pantallas de cine 2012	15.524
Ingresos 2010-2012 (millones USD)	9.975,3
Espectadores 2010-2012 (millones)	1.866
Estrenos comerciales totales 2010-2012	8.111
Estrenos extranjeros 2010-2012	6.589
Estrenos nacionales 2010-2012	1.522
Promedio de asistencia por habitante	1,1
Precio medio entrada (USD)	5,4

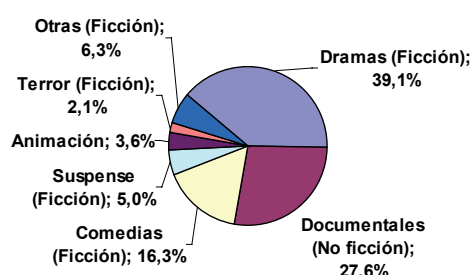
- Los estrenos de cine nacional representan el 20% del total de estrenos en 2012 y el 18,7% en el trienio 2010-2012.
- *Muestra-Rentrak* (7 países iberoamericanos): Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México y Venezuela.
- En el trienio 2010-2012, la cuota de mercado de asistencia al cine USA en la muestra de países Rentrak asciende al 84,5% frente al 11,3% obtenido por los estrenos comerciales del cine iberoamericano.

Gráfico C.2.2
Asistencia de espectadores a los cines de países
iberoamericanos. Millones de espectadores (Fuente: Rentrak)



- En el trienio 2010-2012, casi 193 millones de espectadores asistieron a los estrenos iberoamericanos y la taquilla acumulada por los mismos superó los mil millones de dólares.
- En el trienio 2010-2012, el país con el mayor porcentaje de estrenos nacionales fue Argentina (40,2%) seguido de España (29%) y Brasil (26,4%). Estos mismos países fueron los que registraron un promedio de asistencia mayor al cine nacional pero en diferente orden: Brasil (14,7%), España (14,5%) y Argentina (8,5%).
- Los largometrajes con más éxito en Iberoamérica en el trienio 2010-2012 fueron: *Los Vengadores* (39 millones de espectadores), *La Edad de Hielo 4* (38,3) y *Toy Story 3* (31,1 millones).
- Los largometrajes nacionales con más éxito en el trienio 2010-2012 fueron: *Tropa de élite 2* (Brasil) con 11,3 millones de espectadores, *Lo imposible* (España) con 6 millones, *No eres tú, soy yo* (México) con 2,9 millones y *Stefan vs. Kramer* (Chile) con 2 millones de espectadores.
- Los largometrajes iberoamericanos (no nacionales), estrenados en países iberoamericanos, con más éxito en el trienio 2010-2012 son: *Lo imposible* (3,9 millones de espectadores), *Medianoche en París* (2,9 millones), *A Roma con amor* (1,7 millones) y *Los ojos de Julia* (1 millón).
- Los países iberoamericanos que más títulos estrenaron en los países Rentrak durante el periodo 2010-2012, sobre un total de 1.279 títulos analizados, fueron: España (401 títulos), Argentina (341), Brasil (254) y México (204).
- El porcentaje de coproducción de estos títulos se sitúa en el 21% frente al 79% de cine nacional 100%. El porcentaje de coproducción entre países iberoamericanos se sitúa en el 55,8%, frente al 44,2% de coproducciones con otros países.
- Los países con los mayores porcentajes de coproducciones fueron: Colombia (39%), Chile (37,8%), España (35,4%) y Argentina (28,7%).
- Las producciones 100% iberoamericanas exhibidas en un mayor número de mercados son: *La piel que habito* (España), *Ágora* (España), *Los ojos de Julia* (España) y *Poema de salvación* (Argentina).
- La distribución de los títulos por formatos es la siguiente: 69% ficción en imagen real, 27,6% largometraje documental y 3,6% animación.

Gráfico C.2.2
Distribución de la temática de los títulos cinematográficos de estreno en países de Iberoamérica. Periodo 2010-2012



Por países

· **Argentina:** La asistencia de espectadores a las salas cinematográficas aumentó un 9% en 2012, respecto a 2011. En 2012, los estrenos nacionales representaron el 40% y obtuvieron una cuota de audiencia del 9,6%. En el periodo 2010-2012, los estrenos nacionales e iberoamericanos obtuvieron una cuota de espectadores del 10,7%. En este periodo, *La Edad del Hielo 4* (2012) fue la producción más exitosa con 4,4 millones de espectadores y la película argentina más popular fue *Dos más dos* (2012), con un millón de espectadores.

· **Brasil:** La asistencia de espectadores a las salas cinematográficas aumentó un 7,3% en 2012, respecto a 2011. En 2012, los estrenos nacionales representaron el 25,1% y obtuvieron una cuota de audiencia del 13,1%. En el periodo 2010-2012, los estrenos nacionales e iberoamericanos obtuvieron una cuota de espectadores del 16,1%. En este periodo, *Tropa de élite 2* (2010), con 11,3 millones de espectadores fue la producción más popular.

· **Chile:** La asistencia de espectadores a las salas cinematográficas aumentó un 16,6% en 2012, respecto a 2011. En 2012, los estrenos nacionales representaron casi el 12% y obtuvieron una cuota de audiencia del 12,6%. En el periodo 2010-2012, los estrenos nacionales e iberoamericanos obtuvieron una cuota de espectadores del 9,3%. En este periodo, *Stefan vs. Kramer* (2012) y *La Edad del Hielo 4* (2012) fueron la producciones más exitosas con más de 2 millones de espectadores.

· **Colombia:** La asistencia de espectadores a las salas cinematográficas aumentó un 11% en 2012, respecto a 2011. En 2012, los estrenos nacionales representan el 4,5% y obtuvieron una cuota de audiencia del 10%. En el periodo 2010-2012, los estrenos nacionales e iberoamericanos obtuvieron una cuota de espectadores del 9%. En este periodo, *La Edad del Hielo 4* (2012) fue la producción más exitosa con 2,8 millones de espectadores y la película colombiana más popular fue *El paseo* (2010), con 1,4 millones.

· **Ecuador:** La asistencia de espectadores a las salas cinematográficas se sitúa en 14 millones en 2011 y 2012. En dichos años, los estrenos nacionales representan menos del 5% y la cuota de espectadores a dichos estrenos se sitúa en torno al 2% y al 1,4%, respectivamente. La película ecuatoriana más popular fue *Con mi corazón en Yambo* (2011), con más de 165.000 espectadores.

· **España:** La asistencia de espectadores a las salas cinematográficas disminuyó un 3,8% en 2012, respecto a 2011. En 2012, los estrenos nacionales representan el 28,5% y obtuvieron una cuota de espectadores del 18%. En el periodo 2010-2012, los estrenos nacionales e iberoamericanos obtuvieron una cuota de espectadores próxima al 15%. En este periodo, *Lo imposible* (2012) fue la producción más exitosa con más de 6 millones de espectadores.

· **México:** La asistencia de espectadores a las salas cinematográficas aumentó un 11,7% en 2012, respecto a 2011. En 2012, los estrenos nacionales representaron el 21% y obtuvieron una cuota de audiencia del 5%. En el periodo 2010-2012, los estrenos nacionales e iberoamericanos obtuvieron una cuota de espectadores de casi el 8%. En este periodo, *Los Vengadores* (2012) fue la producción

más exitosa con 16 millones de espectadores y la película mexicana más popular fue *No eres tú, soy yo* (2010), con casi 3 millones.

· **Paraguay:** La asistencia de espectadores a las salas cinematográficas superó el millón de espectadores en 2012. Los estrenos nacionales representaron más de un 3% y obtuvieron una cuota de espectadores del 21%. La película paraguaya más popular fue *7 Cajas*, con más de 260.000 espectadores.

· **Perú:** La asistencia de espectadores a las salas cinematográficas ascendió a 31 millones de espectadores en 2012. Los estrenos nacionales representaron el 4% y obtuvieron una cuota de espectadores del 1,5%. En el periodo 2010-2012, la película más popular fue *La Edad de Hielo 4* con 2,3 millones de espectadores y la película peruana de más éxito fue *Los ilusionautas*, con más de 200.000 espectadores.

· **Portugal:** La asistencia de espectadores a las salas cinematográficas disminuyó un 12,7% en 2012, respecto a 2011. En 2012, los estrenos nacionales representaron el 9% y obtuvieron una cuota de espectadores del 5,5%. En el periodo 2010-2012, *Avatar* (2010) fue la producción más exitosa con casi 800.000 espectadores y la película portuguesa *Balas & Bolinhos* (2012) fue la más popular, con más de 250.000 espectadores.

· **Venezuela:** La asistencia de espectadores a las salas cinematográficas disminuyó un 0,7% en 2012, respecto a 2011. En 2012, los estrenos nacionales representaron el 9% y obtuvieron una cuota de espectadores del 6%. En el periodo 2010-2012, los estrenos nacionales e iberoamericanos obtuvieron una cuota de mercado del 7,2%. En este periodo, *La Edad del Hielo 4* (2012) fue la producción más exitosa, con 1,7 millones de espectadores, y la película venezolana más popular fue *La hora cero* (2010), con más de 850.000 espectadores.

· **USA:** La asistencia de espectadores a las salas cinematográficas aumentó un 7,7% en 2012, respecto a 2011. En 2012, los estrenos nacionales representaron el 60,5% y acumularon el 95,6% de la recaudación total. En el periodo 2010-2012, los estrenos iberoamericanos obtuvieron una cuota de mercado del 0,4%.

Producción de ficción Iberoamericana

· *Muestra-Obitel* (10 países iberoamericanos y USA habla hispana): Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, Portugal, Uruguay, Venezuela y USA.

Cuadro C.3.1

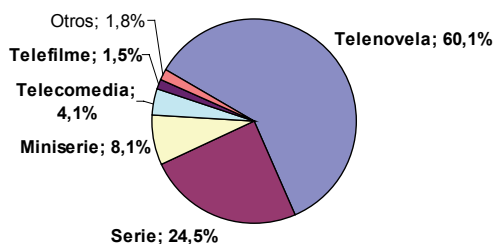
Número de cadenas incluidas en el estudio

País	Privadas	Públicas	Total
Argentina	4	1	5
Brasil	5	1	6
Chile	6	1	7
Colombia	3	2	5
Ecuador	4	3	7
España	4	2	6
EE.UU.	6	0	6
México	3	2	5
Paraguay	6	1	7
Portugal	2	2	4
Uruguay	3	1	4
Venezuela	8	5	13
Total	54	21	75

Mercado Iberoamericano

- El porcentaje promedio de tiempo dedicado por las televisiones iberoamericanas a programas de Ficción representa el 26,7% sobre el tiempo total de emisión.
- Los porcentajes más elevados de tiempo dedicado a la ficción corresponden a las televisiones de Ecuador (42,4%) y Chile (37,7%).
- El peso de la ficción nacional de estreno frente a la iberoamericana (no nacional) representa el 45,4% en títulos, el 35,6% en emisiones y el 32,8% en tiempo de programación.
- Los países con los mayores porcentajes de emisiones de ficción nacional de estreno frente a ficción iberoamericana (no nacional) son Brasil (80,4%), México (77,7%), España (65,7%) y Colombia (65,5%).
- Los países con los mayores porcentajes de emisiones de ficción iberoamericana frente a la ficción nacional son Uruguay (98,4%), Ecuador (91,3%) y Venezuela (87,5%).
- La Telenovela es el género de ficción más habitual en los canales de televisión de los países iberoamericanos con el 60% del total de títulos analizados.

Gráfico C.3.1
Distribución de los títulos de Ficción de estreno en países iberoamericanos por géneros audiovisuales. Periodo 2010-2011



- Los países con el mayor volumen de ficción de estreno difundida en sus canales de televisión: Venezuela (128 títulos, 10.252 emisiones y 8.948 horas), Chile (125 títulos, 9.861 emisiones y 6.457 horas) y Estados Unidos (120 títulos, 8.296 emisiones y 8.597 horas).
- Los países que más ficción de estreno aportaron a las parrillas del conjunto de televisiones analizadas fueron: México (247 títulos, 21.660 de emisiones y 19.202 horas), Colombia (169 títulos, 11.380 emisiones y 9.292 horas) y Brasil (163 títulos, 9.789 emisiones y 7.511 horas).
- México, Colombia y Brasil acumularon el 60% del tiempo total de emisión de ficción de estreno en el conjunto de países.
- Los países que más ficción de estreno exportaron dentro del mercado iberoamericano, el peso que representa respecto al total de ficción producida por dicho país y el destino mayoritario de los títulos estrenados son los siguientes:

1. México: 17.693 emisiones (81,6%). Países receptores: Estados Unidos (60 títulos), Chile (35 títulos) y Venezuela (27 títulos).

2. Colombia: 7.249 emisiones (63,6%). Países receptores: Venezuela (40 títulos), Ecuador (29 títulos) y Estados Unidos (18 títulos).

3. Estados Unidos: 6.098 emisiones (77,3%). Países receptores: Chile (22 títulos), Venezuela (15 títulos), México (10 títulos).

4. Brasil: 5.788 emisiones (59,1%). Países receptores: Portugal (27 títulos), Chile (13 títulos) y Argentina (11 títulos).

5. Venezuela: 2.696 emisiones (67,8%). Países receptores: Ecuador (13 títulos), Estados Unidos (9 títulos) y Uruguay (5 títulos).

6. Argentina: 2.616 emisiones (47,3%). Países receptores: Uruguay (14 títulos), Brasil (3 títulos) y Venezuela (3 títulos).

· Las franjas de tarde y *prime time* acumulan el 81% de la programación de la ficción de estreno en el conjunto de países.

· Los países con más programación de ficción de estreno en la franja de tarde son: Chile (6.621 emisiones), Venezuela (3.797 emisiones) y Argentina (3.054 emisiones).

· Los países con más programación de ficción de estreno en la franja de *prime time* son: Estados Unidos (4.444 emisiones), Venezuela (3.799 emisiones), Ecuador (3.215 emisiones) y Portugal (3.212 emisiones).

· Los países con un mayor porcentaje de programación *prime time* (superior al 50%), respecto al total: Portugal (56,7%), Estados Unidos (53,6%) y México (51,4%).

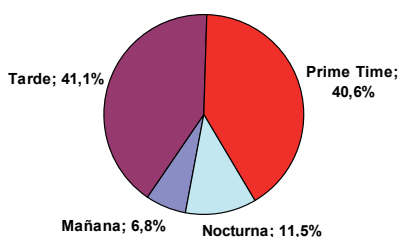
· La ficción nacional de estreno se programó en la franja de máxima audiencia de forma mayoritaria y obtuvo los mejores porcentajes de audiencia.

· Las emisiones con una mayor audiencia (superior al 30%) son: *Passione* (Globo, 43,9%) y *Viver a vida* (Globo, 39,2%) en Brasil, y *A corazón abierto* (RCN, 40,1% y 35,6%) en Colombia.

· Las emisiones con un mayor *share* (superior el 50%) son: *Passione* (Globo, 67,1%) y *Viver a vida* (Globo, 62,2%) en Brasil; *Deixa que te leve* (TVI, 58,6%) en Portugal y *La viuda joven* (Venevisión, 57,8%) en Venezuela.

· Los títulos presentes en los *top-10* de un mayor número de países iberoamericanos son: la coproducción hispano-colombiana *La Reina del Sur* (Colombia, Ecuador, México, Uruguay y USA) y la telenovela mexicana *La fuerza del destino* (Argentina, México, Venezuela y USA).

Gráfico C.3.2
Distribución porcentual por franjas de las emisiones de ficción en países iberoamericanos. Años 2010 y 2011



Mercado Europeo

· Las series iberoamericanas de ficción se difundieron en países como Eslovenia, Hungría, Italia, Polonia, Rumanía y Rusia.

· Las cadenas europeas de televisión que más series iberoamericanas difundieron son: PoP TV (Eslovenia), Italia 1 (Italia), TV2 (Hungría), TVN7 (Polonia), Acasa (Rumanía), Domashny (Rusia).

- Los países que más series de ficción exportaron a los países europeos son: Argentina, Brasil, Colombia, España, México y Venezuela.
- Las series iberoamericanas en España se difundieron mayoritariamente a través de las televisiones autonómicas.
- Los largometrajes iberoamericanos se emitieron en un mayor número de países europeos que las series de ficción.
- Las cadenas europeas que más largometrajes iberoamericanos difundieron son: Sky Cinema (Alemania, Italia y Reino Unido), Prime (Bélgica), Canal + (Países nórdicos), Cinecinema (Francia), Film1 (Países Bajos), HBO (Hungria, Polonia y República Checa), Rumanía (TVR1 y TVR2) y Rusia (NTV y PRM).
- Los países que más largometrajes exportaron a los países europeos son: Argentina, Brasil, España y México.
- El porcentaje de coproducción iberoamericano entre los títulos de largometrajes que llegan al mercado europeo es mayor que para las series de ficción:

1. **Argentina:** 28,5% frente al 15%.
2. **Brasil:** 10% frente al 2%.
3. **Colombia:** 69% frente al 22%.
4. **México:** 19% frente al 10%.
5. **Venezuela:** 58% frente al 30%.

Ficción por países 2010 - 2011

- **Argentina:** la ficción aportó un promedio del 19,7% del tiempo total de emisión en el conjunto de cadenas de televisión. La ficción nacional de estreno sumó el 38,4% del total de emisiones, frente al 61,6% de la ficción iberoamericana (no nacional). Los países que más producción iberoamericana de ficción aportaron a la programación de los canales argentinos son: México, Colombia y Brasil. Los países que importaron ficción argentina son: Perú, Colombia, Chile, México, España, Italia, Rumanía, Rusia y USA. Las producciones argentinas de estreno emitidas en *Telefé* y *El trece* fueron las más populares. Los rankings de audiencia estuvieron liderados por *Valientes* (29,3%) y *El hombre de tu vida* (21,4%).
- **Brasil:** la ficción aportó un promedio de casi un 21% del tiempo total de emisión en el conjunto de cadenas de televisión. La ficción nacional de estreno sumó el 80,4% del total de emisiones, frente al 19,6% de la ficción iberoamericana (no nacional). Los países que más producción iberoamericana de ficción aportaron a las cadenas brasileñas son: Argentina, México y Venezuela. Los países que importaron ficción brasileña fueron Argentina, Colombia, Chile, Perú, Venezuela, Portugal, Rumanía, Rusia y USA. Las producciones brasileñas de estreno emitidas en *Globo* fueron las más populares. Los rankings de audiencia estuvieron liderados por *Vivir a vida* (39,2%) y *Passione* (43,9%).
- **Chile:** la ficción aportó un promedio del 37,7% del tiempo total de emisión en el conjunto de cadenas de televisión. La ficción nacional de estreno sumó el 26% del total de emisiones, frente al 74% de la ficción iberoamericana (no nacional). Los países que más producción iberoamericana de ficción aportaron a las cadenas chilenas son: México, Estados Unidos y Brasil. Los países que importaron ficción chilena son: Colombia, España, México, Perú y Venezuela. Las producciones chilenas de estreno emitidas en Canal 13 y en la televisión pública TVN fueron las más populares. Los rankings de audiencia estuvieron liderados por *Los 80: más que una moda* (26,8% y 29,8%).

· **Colombia:** la ficción aportó un promedio del 15,8% del tiempo total de emisión en el conjunto de cadenas de televisión. La ficción nacional de estreno sumó el 65,3% del total de emisiones, frente al 34,7% de la ficción iberoamericana (no nacional). Los países que más producción iberoamericana de ficción aportaron a las cadenas colombianas son: México y Estados Unidos. Los países que importaron ficción colombiana fueron Argentina, Chile, Perú, México, Venezuela, España, Rumanía, Rusia y USA. Las producciones colombianas de estreno emitidas en RCN y Caracol fueron las más populares. Los *rankings* de audiencia estuvieron liderados por la serie *A corazón abierto* (40,1% y 35,6%).

· **Ecuador:** la ficción aportó un promedio del 42,4% del tiempo total de emisión en el conjunto de cadenas de televisión. La ficción nacional de estreno sumó el 8,7% del total de emisiones, frente al 91,3% de la ficción iberoamericana (no nacional). Los países que más producción de ficción iberoamericana aportaron a las cadenas ecuatorianas son: Colombia, México, Venezuela y Estados Unidos. Las emisiones de series de estreno más populares pertenecieron a series colombianas, ecuatorianas y estadounidenses programadas en TC Televisión, Ecuavisa y Teleamazonas. Los *rankings* de audiencia estuvieron liderados por las producciones colombianas *El Capo* (22%) y *Amor sincero* (18,5%).

· **España:** la ficción aportó un promedio del 26,3% del tiempo total de emisión en el conjunto de cadenas convencionales de televisión. La ficción nacional de estreno programada en las cadenas de ámbito estatal sumó el 65,7% del total de emisiones, frente al 34,3% de la ficción iberoamericana (no nacional). Los países que más producción de ficción aportaron a las cadenas de ámbito estatal son: México y Estados Unidos. Los países que aportaron ficción a las cadenas de ámbito autonómico son: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Venezuela y Estados Unidos. Los países que importaron ficción española en Iberoamérica son: Argentina, Chile, Colombia, Perú, México, Venezuela y Estados Unidos. Los mercados europeos receptores de ficción española son: Alemania, Francia, Hungría, Italia, Polonia, Portugal, Rumanía y Rusia. Las series españolas de estreno registraron los mayores porcentajes de audiencia. Las emisiones más populares pertenecieron a *Águila Roja* (14% y el 14,7%).

· **México:** la ficción aportó un promedio del 28% del tiempo total de emisión en el conjunto de cadenas de televisión. La ficción nacional de estreno sumó el 77,7% del total de emisiones, frente al 22,3% de la ficción iberoamericana (no nacional). Los países que más producción de ficción aportaron a las cadenas mexicanas fueron México y Estados Unidos. Los países que importaron más ficción mexicana son: Argentina, Chile, Colombia, Perú, Venezuela, España y USA. Las producciones de ficción de estreno mexicanas programadas en Televisa fueron las más populares. Los *rankings* de audiencia estuvieron dominados por las producciones mexicanas *Soy tu dueña* (25,7%) y *Una familia con suerte* (20,6%).

· **Paraguay:** la ficción aportó un promedio del 20,3% del tiempo total de emisión en el conjunto de cadenas de televisión. Los programas de entretenimiento acumularon el mayor porcentaje de programación (27,4%) y, junto con el cine, fueron los programas más numerosos en los *rankings* de audiencia. Las emisiones de cine y ficción más populares se difundieron en las cadenas Telefuturo y S.N.T. Las emisiones de ficción con más audiencia pertenecieron a la telenovela brasileña *El Profeta* (8,8%) y las estadounidenses *Victorinos* (7,4%) y *¿Dónde está Elisa?* (7,1%).

· **Portugal:** La ficción nacional de estreno sumó el 43,1% del total de emisiones, frente al 56,9% de la ficción iberoamericana (no nacional). El país que más producción iberoamericana de ficción aportó a las cadenas portuguesas fue Brasil. Las series portuguesas de estreno registraron los mayores porcentajes de audiencia. Las emisiones televisivas más populares (excluidas las deportivas) se programaron en las cadenas TVI, SIC y RTP1. Los *rankings* de audiencia estuvieron liderados por las telenovelas portuguesas *Deixa que te leve* (20,4%) y *Espírito Indomavel* (18,8%).

· **Uruguay:** la ficción aportó un promedio del 26,7% del tiempo total de emisión en el conjunto de cadenas de televisión. La ficción nacional de estreno sumó el 1,6% del total de emisiones. Los países que más producción iberoamericana de ficción aportaron fueron a las cadenas uruguayas son: México, Argentina y Colombia. Las emisiones de las series de más éxito procedieron de

varios países: Argentina (5), Brasil (5), Uruguay (2), Chile (2), Colombia (2), USA (2), España y México. Las producciones de ficción de estreno programadas en Saeta y Teledoce fueron las más populares. Los *rankings* de audiencia estuvieron liderados por la telenovela chilena *¿Dónde está Elisa?* (9,9%) y la producción brasileña *Vivir la vida* (15,2%).

- **Venezuela:** la ficción aportó un promedio del 17% del total de emisiones en el conjunto de cadenas de televisión. La ficción nacional de estreno sumó el 12,5% del total de emisiones, frente al 87,5% de la ficción iberoamericana (no nacional). Los países que más producción iberoamericana aportaron a las cadenas venezolanas son: Colombia, México y Estados Unidos. Los países iberoamericanos que importaron ficción venezolana son: Argentina, Chile, Colombia, España, Perú y USA. Las emisiones de las series venezolanas, colombianas y estadounidenses registraron los mayores porcentajes de audiencia. Los programas difundidos en Venevisión y Televén fueron los más populares. Los *rankings* de audiencia de ficción estuvieron liderados por la telenovela venezolana *La viuda joven* (15,2%) y por la producción estadounidense *Más sabe el diablo* (11,6%).

- **USA:** La ficción estadounidense de estreno sumó el 21,5% del total de emisiones, frente al 78,5% de la ficción iberoamericana (no nacional). Los países que más producción iberoamericana de ficción aportaron a las cadenas estadounidenses de habla hispana son: México, Colombia y Venezuela. Las emisiones de series mexicanas registraron los mayores porcentajes de audiencia. La ficción de estreno con más éxito se programó en Univisión. Las emisiones más vistas correspondieron a la producción mexicana *Soy tu dueña* (22,5%) y la serie estadounidense *Eva Luna* (20,9%).

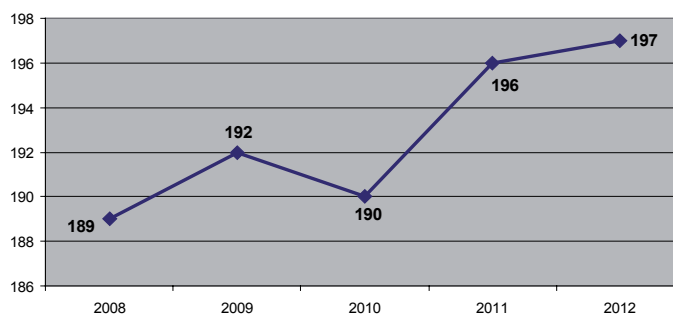
Panorama televisivo y digital en Iberoamérica

- *Muestra-EurodataTV* (17 países iberoamericanos): Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, España, Guatemala, México, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

- El panorama televisivo en Iberoamérica, con excepción de España y Portugal, refleja que la transición digital de la televisión terrestre en los diferentes países de la región se completará con posterioridad al 2020.

- En 2012, el promedio de consumo televisivo de los países iberoamericanos se situó en 206 minutos por persona y día, siete minutos más que en 2011. Los países con más consumo son Portugal (284), Argentina (258) y España (246).

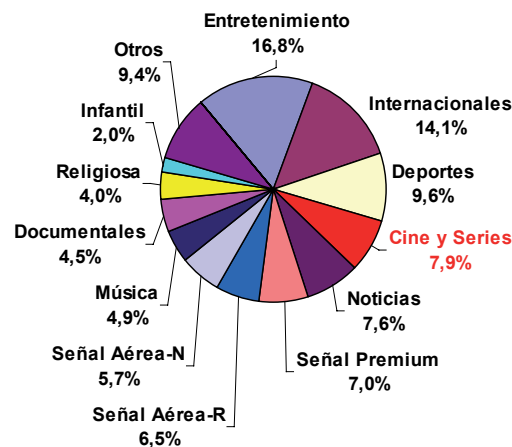
Gráfico C.4.1
Consumo mundial de televisión. Minutos por persona y día
(Fuente: EurodataTV)



- Las televisiones privadas superan ampliamente en cuota de pantalla a las televisiones de titularidad pública. Los países en donde la televisión pública tiene un mayor peso son: Chile, Ecuador, España, Panamá y Portugal.

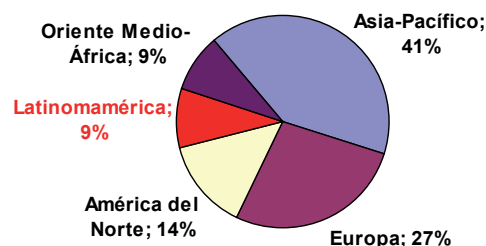
- La penetración promedio de la televisión de pago en el conjunto de países es superior al 40%. El país con el mayor índice de penetración es Argentina, donde casi un 80% de la población dispone de este tipo de servicios.
- Las estimaciones realizadas en el primer semestre de 2013 por la consultora BB calculan que en la región iberoamericana existen unos 70 millones de suscriptores y una penetración en torno al 44%. La distribución de la señal por género en los 2.054 canales muestreados se refleja en el gráfico C.4.2.

Gráfico C.4.2
Porcentaje de señales por géneros (Fuente: BB)



- El panorama digital en Iberoamérica refleja que existen 131,5 millones de líneas fijas, casi 690 millones de líneas móviles y 287,3 millones de usuarios conectados a Internet (casi el 41% de la población). La penetración de la banda ancha entre los internautas es del 34,2%.
- *Muestra-ComScore* (10 países iberoamericanos): Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú, Portugal, Puerto Rico y Venezuela.
- La audiencia de Iberoamérica en Internet representa el 9% del consumo mundial y el consumo mensual promedio por usuario se sitúa en 26,1 horas.

Cuadro C.4.3
Distribución porcentual de la audiencia mundial en Internet
(Fuente: ComScore-marzo-2013)

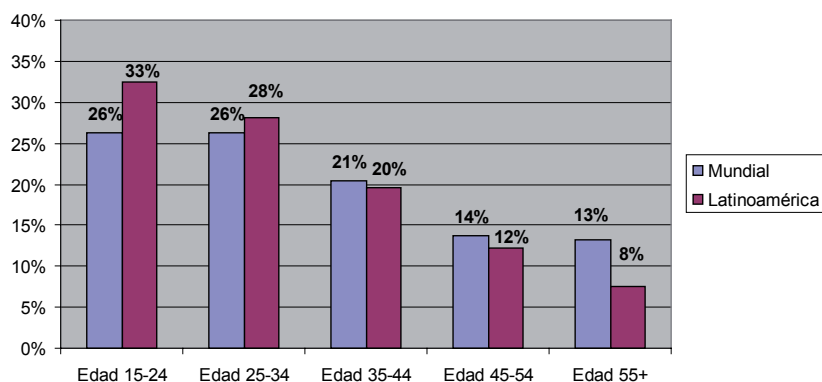


- Los países con mayor audiencia son Brasil (62,1 millones de visitantes únicos), México (24,3 millones) y España (22,4 millones). Los países con mayor consumo online por usuarios son

Brasil (35,6 horas mensuales), Argentina (24,1 horas) y España (23,3 horas).

· La población *online* en Latinoamérica es ligeramente más joven que la del resto del mundo, sobretodo en el caso del grupo de edad 15-24 años, equilibrándose en el grupo de edad de 35 a 44 años.

Gráfico C.4.4
Distribución porcentual de la audiencia en Internet por grupos de edades (Fuente: Comscore-Marzo 2013)



Por países

· **Argentina:** La transición digital de la TTV tiene previsto completarse en 2019, el consumo de televisión se sitúa en 258 minutos por persona y día, la televisión de pago tiene una penetración del 79,5% y la televisión pública tiene una cuota de pantalla del 3,6%, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 55 millones, los usuarios de internet representan el 66,4% de la población y su consumo *online* es de 24,1 horas mensuales.

· **Bolivia:** La transición digital de la TTV tiene previsto completarse en 2020, la televisión de pago tiene una penetración del 10,7%, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 8,3 millones, los usuarios de internet representan el 30% de la población.

· **Brasil:** La transición digital de la TTV tiene previsto completarse en 2016, el consumo de televisión se sitúa en 216 minutos, la televisión de pago tiene una penetración del 33,8% y la televisión pública tiene una cuota de pantalla del 1,1%, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 244,3 millones, los usuarios de internet representan el 45,6% de la población y su consumo promedio *online* es de 35,6 horas mensuales.

· **Chile:** La transición digital de la TTV tiene previsto completarse en 2018, el consumo de televisión se sitúa en 220 minutos, la televisión de pago tiene una penetración del 54,1% y la televisión pública tiene una cuota de pantalla del 15,7%, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 22,4 millones, los usuarios de internet representan el 58,6% de la población y su consumo promedio *online* es de 19,5 horas mensuales.

· **Colombia:** La transición digital de la TTV tiene previsto completarse en 2019, el consumo de televisión se sitúa en 212 minutos, la televisión de pago tiene una penetración del 56,9% y la televisión pública tiene una cuota de pantalla del 1,4%, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 46,2 millones, los usuarios de internet representan el 59,5% de la población y su consumo promedio *online* es de 18,9 horas mensuales.

· **Costa Rica:** La transición digital de la TTV tiene previsto completarse en 2017, el consumo de televisión se sitúa en 202 minutos, la televisión de pago tiene una penetración del 63,3% y la televisión pública tiene una cuota de pantalla del 1,8%, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 4,3 millones, los usuarios de internet representan el 43,1% de la población.

- **Cuba:** La transición digital de la TTV tiene previsto completarse en 2021, todas las cadenas de televisión son de titularidad públicas y la recepción mayoritaria es terrestre, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 1,3 millones, los usuarios de internet representan el 23,2% de la población.
- **Ecuador:** La transición digital de la TTV tiene previsto completarse en 2020, el consumo de televisión se sitúa en 177 minutos, la televisión de pago tiene una penetración del 29,8% y la televisión pública tiene una cuota de pantalla superior al 31%, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 15,3 millones, los usuarios de internet representan el 43,8% de la población.
- **El Salvador:** La transición digital de la TTV tiene previsto completarse en 2019, el consumo de televisión se sitúa en 212 minutos, la televisión de pago tiene una penetración del 32,1%, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 8,3 millones y los usuarios de internet representan el 24,5% de la población.
- **España:** La transición digital de la TTV se completó en 2012, el consumo de televisión se sitúa en 246 minutos, la televisión de pago tiene una penetración del 23,5% y la televisión pública tiene una cuota de pantalla del 17,2%, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 52,5 millones, los usuarios de internet representan el 67,2% de la población y su consumo promedio *online* es de 23,8 horas mensuales.
- **Guatemala:** La transición digital de la TTV tiene previsto completarse en 2018, el consumo de televisión se sitúa en 163 minutos, la televisión de pago tiene una penetración del 26,6%, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 20,7 millones y los usuarios de internet representan el 16,2% de la población.
- **Honduras:** La transición digital de la TTV tiene previsto completarse en 2021, la televisión de pago tiene una penetración del 34,8%, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 8 millones y los usuarios de internet representan el 15,9% de la población.
- **México:** La transición digital de la TTV tiene previsto completarse en 2015, el consumo de televisión se sitúa en 199 minutos, la televisión de pago tiene una penetración del 40,5% y la televisión pública tiene una cuota de pantalla del 1,3%, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 94,5 millones, los usuarios de internet representan el 36,5% de la población y su consumo promedio *online* es de 18,8 horas mensuales.
- **Nicaragua:** La transición digital de la TTV tiene previsto completarse en 2020, la televisión de pago tiene una penetración del 34,8%, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 4,8 millones y los usuarios de internet representan el 13,7% de la población.
- **Panamá:** La transición digital de la TTV tiene previsto completarse en 2021, el consumo de televisión se sitúa en 200 minutos, la televisión de pago tiene una penetración del 31,9% y la televisión pública tiene una cuota de pantalla del 31%, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 6,7 millones y los usuarios de internet representan el 42,8% de la población.
- **Paraguay:** La transición digital de la TTV tiene previsto completarse en 2016, el consumo de televisión se sitúa en 152 minutos, la televisión de pago tiene una penetración del 16% y la televisión pública tiene una cuota de pantalla del 0,5%, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 6,5 millones y los usuarios de internet representan el 23,9% de la población.
- **Perú:** La transición digital de la TTV tiene previsto completarse en 2020, el consumo de televisión se sitúa en 204 minutos, la televisión de pago tiene una penetración del 31,9%, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 32,4 millones, los usuarios de internet representan el 36,5% de la población y su consumo promedio *online* es de 21,5 horas mensuales.
- **Portugal:** La transición digital de la TTV se completó en 2012, el consumo de televisión se sitúa en 284 minutos, la televisión de pago tiene una penetración del 37% y la televisión pública tiene una cuota de pantalla del 17,3%, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 12,3 millones,

los usuarios de internet representan el 55,2% de la población y su consumo promedio *online* es de 20,6 horas mensuales.

· **Puerto Rico:** La transición digital de la TTV tiene previsto completarse en 2015, el consumo de televisión se sitúa en 244 minutos, la televisión de pago tiene una penetración del 66% y la televisión pública tiene una cuota de pantalla del 4,6%, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 3,1 millones, los usuarios de internet representan el 48% de la población y su consumo promedio *online* es de 13,8 horas mensuales.

· **República Dominicana:** La transición digital de la TTV tiene previsto completarse en 2015, el consumo de televisión se sitúa en 164 minutos, la televisión de pago tiene una penetración del 48%. Las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 8,7 millones y los usuarios de internet representan el 45,6% de la población.

· **Uruguay:** La transición digital de la TTV tiene previsto completarse en 2015, el consumo de televisión se sitúa en 203 minutos, la televisión de pago tiene una penetración del 56,4% y la televisión pública tiene una cuota de pantalla del 3%, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 4,7 millones y los usuarios de internet representan el 55,9% de la población.

· **Venezuela:** La transición digital de la TTV tiene previsto completarse en 2021, el consumo de televisión se sitúa en 162 minutos, la televisión de pago tiene una penetración del 63,6% y la televisión pública tiene una cuota de pantalla del 9%, las líneas de telefonía móvil/celular ascienden a 28,7 millones, los usuarios de internet representan el 41% de la población y su consumo promedio *online* es de 17,2 horas mensuales.

La Formación Audiovisual en Iberoamérica

· *Formación Reglada.* Los 22 países iberoamericanos cuentan con 1.353 Universidades o Centros Universitarios, de las que 641 (47,37%) imparten estudios de Comunicación, generando 1.060 Licenciaturas/Grados y 220 Masters/Magisters/Mestrados/MBA.

C.5.1				
<i>Formación reglada en Iberoamérica. Año 2012</i>				
Nº	País	Total Universidades	Universidades con Comunicación	Licenciaturas / Grado
1	Argentina	90	56	137
2	Bolivia	45	21	24
3	Brasil	178	123	256
4	Chile	61	28	54
5	Colombia	77	33	43
6	Costa Rica	48	9	14
7	Cuba	16	5	5
8	Ecuador	59	27	39
9	El Salvador	25	11	11
10	España	83	65	136
11	Guatemala	13	6	8
12	Honduras	11	4	4
13	México	365	140	174
14	Nicaragua	33	5	5
15	Panamá	24	7	9
16	Paraguay	36	18	21
17	Perú	67	38	53

18	Portugal	24	10	15
19	Puerto Rico	16	3	6
20	República Dominicana	26	12	18
21	Uruguay	6	5	9
22	Venezuela	50	15	19
Total		1.353	641	1.060

· *Oferta Formativa*. Los países con el mayor número de Universidades/Centros son: México (140), Brasil (123), España (65) y Argentina (56). Los países en los que las Universidades/Centros con formación en Comunicación y Audiovisual tienen un mayor peso en relación al total son: Uruguay (83,3%), España (81,7%), Brasil (69,1%) y Argentina (62,2%). Los países con un mayor número de Licenciaturas/Grados son: Brasil (256), México (174), España (136) y Argentina (137).

· *Formación específica*. Los 9 países que cuentan con 12 instituciones que imparten formación reglada específica en *cinematografía* son: Argentina (2), Chile (2), Colombia, Cuba, España (2), México (3), Perú, Uruguay y Venezuela.

· *Cursos Postgrado*. El total de masters asciende a 220, de los que 115 son impartidos en España, 30 en Brasil y 17 en México. El número de MBAs asciende a 10, de los que 9 son impartidos en Brasil y uno en España.

· *Problemática Formativa*. La información disponible refleja un exceso de licenciaturas en Periodismo y Publicidad y un déficit en otras materias, un desequilibrio en la oferta formativa entre los diferentes países respecto al total de Universidades, una cierta escasez de centros docentes y materias relacionadas con aspectos concretos del mercado audiovisual y existe una ausencia generalizada de centros y materias de formación, relacionadas con los aspectos del mercado: Producción creativa, aspectos legales, derechos de propiedad intelectual, gestión empresarial, marketing y distribución.

Esta es la parte más débil de la oferta lo que sin duda está en relación con la dificultad que en general tiene el mundo Iberoamericano para hacer visible sus productos audiovisuales en el mercado local, primero, y en el internacional después.

· *Homologación Europea*. El Proceso de Bolonia, que afecta a España y Portugal, constituye un Espacio Europeo de Educación Superior con el objetivo de homologar las titulaciones y ciclos formativos (grado, máster y doctor) en los países que se adhieran al mismo (47 actualmente). Brasil tiene una estructura de títulos universitarios similar que los hace equiparables y el resto de países utilizan mayoritariamente el conocido Sistema de las Licenciaturas.

· La conclusión final es que hay una amplia oferta de formación en Iberoamérica pero dicha oferta debe evolucionar y orientarse hacia los nuevos modelos de comunicación, producción, distribución y exhibición, basados en el modelo digital impulsado por las TICs.

Modelos Futuros de Negocio

· El cambio de modelo de explotación de las producciones audiovisuales en general y de la industria cinematográfica en particular - provocado por el desarrollo fulgurante de la tecnología digital - ha coincidido con la crisis económica financiera que azota el mundo y en consecuencia empiezan a aparecer estrategias conducentes a fortalecer las infraestructuras de las Tecnologías de la Comunicación y la Información (TICs), con el fin de que la sociedad y los agentes económicos mejoren sus condiciones de competitividad y desarrollo.

· La *Estrategia Europa 2020* constituye una visión de la economía social y mercantil para la Europa del siglo XXI, basada en tres pilares: Crecimiento inteligente, Crecimiento sostenible y Crecimiento integrador.

- La *Comisión Europea* sobre el marco de la *Estrategia Europa 2020* establece siete iniciativas esenciales para posibilitar el avance en cada prioridad. Una de estas iniciativas es la *Agencia Digital para Europa* (ADE).
- La *Agenda Digital para Europa* se establece con el objetivo de acelerar el acceso a Internet y poner en práctica un *mercado único digital* para personas y empresas.
- Los objetivos de la ADE se despliegan a través de siete procesos: creación de un mercado único digital, mejora de las normas e interoperabilidad de las TIC, aumento de la confianza y seguridad tecnológica, aumento del acceso a bandas anchas rápidas y ultrarrápidas, impulso del I+D en TIC, dotación de las capacidades digitales y servicios online accesibles a todos los europeos y liberalización del potencial de servicio público que poseen las TIV.
- El programa *Creative Europa* (2014-2020) surge en el marco de la ADE y tiene como objetivo impulsar el crecimiento de las industrias culturales y creativas. El presupuesto total es de 1.800 millones de euros, de los cuales, 900 millones se van a dedicar al cine y el sector audiovisual.
- Los *Nuevos Hábitos de Consumo* surgidos de la adaptación de los consumidores a las nuevas herramientas y medios digitales son: Interactividad de contenidos, consumo de contenidos en movilidad, universalidad de la conectividad, consumo individual de contenidos, caducidad de contenidos y dispositivos, las relaciones en la Red Social, la globalidad del mercado, consumo *on demand* y fragmentación de la audiencia.
- El *Modelo de Financiación del Cine* basado en las Ayudas a la Amortización y en la venta de Derechos de Antena con una excesiva rigidez en la estructura de las ventanas de explotación, debe dejar paso a aumento de la inversión privada, amortización a través de ventas nacionales e internacionales, puesta en práctica de fórmulas de explotación digital *on demand* y flexibilización de las ventanas de explotación.
- El *Programa Ibermedia* de estímulo a la coproducción de cine de ficción y documental en Iberoamérica ha posibilitado la defensa del sector audiovisual ante la estrechez de los mercados locales y el oligopolio de las *majors* americanas. Además, ha permitido la visibilidad internacional del cine iberoamericano pero no ha servido para consolidar una industria cinematográfica y por tanto el mercado iberoamericano también debe afrontar una mejora del modelo de explotación.
- La *Financiación del Cine* en un contexto generalizado de reducción de fondos públicos cuenta con tres facilidades financieras claves en el futuro: Generación de Avales desde Sociedades de Garantía Recíproca, Incentivos Fiscales con el fin de atraer capital privado (Agrupaciones de Interés Económico y Fondos de Inversión) y Generación de Seguros de Buen Fin que garanticen la finalización de proyectos en tiempo y forma.
- El *Formato Digital* de los contenidos audiovisuales posibilita la convergencia cine-animación-videojuegos-música. El concepto 360° origina que los ingresos procedan de múltiples orígenes relacionados en torno a una *estrategia de marca*: cine, series de animación, merchandising, videojuegos, juegos para móviles, productos musicales, comunidad online, etc.
- La *Distribución Legal* de contenidos audiovisuales *online* puede convertirse en una ventana real e innovadora de amortización aunque cuenta con incertidumbres asociadas. La distribución *online* aproxima a productores y distribuidores, facilita el acceso al contenido, dificulta la expansión de la *piratería* y abre un nuevo mercado con múltiples nichos para los diferentes productos audiovisuales.
- El *Video on Demand* es una de las formas de acceso a los contenidos más importantes del mapa digital. El crecimiento del sector depende de la penetración de la banda ancha de alta velocidad, del desarrollo e implantación de la electrónica de consumo (televisores conectados a internet, plataformas móviles, etc.) y de la disponibilidad del propietario del contenido a probar nuevos modelos de negocio digitales.

· La *Piratería* es la gran amenaza de la Industria Cultural y Creativa en el entorno digital. Según el informe del Observatorio de la Piratería: uno de cada dos internautas accede a algún producto ilegal, uno de cada tres *piratas* manifiestan no estar haciendo daño a nadie y uno de cada seis *piratas* no percibe que deba haber consecuencias legales.

Se hace necesario el endurecimiento de la legislación para hacer cada día más difícil la actividad pirata, pero de forma paralela se deben promover acciones de carácter divulgativo y de educación para establecer reglas socialmente claras en este campo, en las que las Sociedades de gestión de derechos - EGEDA, entre otras – contribuyan de forma definitiva a ampliar la “complicidad social” sobre este problema que constituye uno de los efectos perversos mas demolidores de la Sociedad de la Información y de la Comunicación.



ANEXO 1

Títulos iberoamericanos estrenados en países iberoamericanos y USA (AR-BR-CO-CL-ES-ME-VE-US). Periodo 2010-2012

TÍTULO	PAÍS DE PRODUCCIÓN	GÉNERO	DIRECTOR
360	Austria, Brazil, France, UK	FIC	Fernando Meirelles
2033	Mexico	FIC	Francisco Laresgoiti
11-11-11	Spain, USA	FIC	Darren Lynn Bousman
0.56%	Mexico	DOC	Lorenzo Hagerman
03:34 Terremoto en Chile	Chile	FIC	Juan Pablo Ternicier
14 de junio, lo que nunca se perdió	Argentina	DOC	Daniel Circosta
14 días con Víctor	Spain	FIC	Román Parrado
18 cigarrillos y medio	Mexico, Paraguay	FIC	Marcelo Tolces
18 comidas	Argentina, Spain	FIC	Jorge Coira
180 grados	Mexico	FIC	Fernando Kalife
180 grados	Brazil	FIC	Eduardo Vaisman
180 segundos	Colombia	FIC	Alexander Giraldo
200 años después	Mexico	DOC	Mitl Valdez
23.11.1967: documentos do caso Clodimar Pedrosa	Brazil	DOC	Eliton Oliveira
23-F	Spain	FIC	Chema de la Peña
31 minutos	Chile, Brazil, Spain	FIC	Álvaro Díaz, Pedro Peirano
400 Contra 1	Brazil	FIC	Caco Souza
4x Timao - A conquista do tetra Corinthians	Brazil	DOC	Di Moretti
5x Favela	Brazil	FIC	Wagner Novais, Cacau Amaral
5x Pacificação	Brazil	DOC	Cadu Barcelos, Rodrigo Felha
7 dias en La Habana	France, Spain	FIC	Julio Medem, Benicio Del Toro
75 Habitantes, 20 casas, 300 vacas	Argentina	DOC	Fernando Domínguez
778 La Chanson de Roland	Spain	DOC	Oliver Van Der Zee
80 egunean	Spain	FIC	Jose Mari Goenaga, Jon Garaño
9 meses	Spain, Venezuela	FIC	Miguel Perelló
A alma do osso	Brazil	DOC	Cao Guimaraes
A beira do caminho	Brazil	FIC	Breno Silveira
A casa verde	Brazil	FIC	Paulo Nascimento
A falta que me faz	Brazil	DOC	Marilia Rocha
A falta que nos move	Brazil	FIC	Christinae Jatahy
A familia Braz: Dois tempos	Brazil	DOC	Arthur Fontes, Dorrit Harazim
A fuga da mulher gorila	Brazil	FIC	Felipe Bragança

A guerra dos Vizinhos	Brazil	FIC	Rubem Xavier
A la sombra del moai	Chile	DOC	Lorenzo Moscia
A margem do lixo	Brazil	DOC	Evaldo Mocarcel
A música segundo Tom Jobim	Brazil	DOC	Dora Jobim, Nelson P. Dos Santos
A novela das 8	Brazil	FIC	Odilon Robcha
A quien llamarías?	Argentina	FIC	Martin Viaggio
A Roma con amor	Italy, Spain, USA	FIC	Woody Allen
A suprema felicidade	Brazil	FIC	Arnaldo Jabor
A tiro de piedra	Mexico	FIC	Sebastián Hiriart
A través del silencio	Mexico	FIC	Marcel Sisniega
A un metro de ti	Chile, Spain	FIC	Daniel Henríquez
AAA, la película	Mexico	AN	Alberto Rodríguez
Aballay, el hombre sin miedo	Argentina, Spain	FIC	Fernando Spinner
Abel	Mexico	FIC	Diego Luna
Aboio	Brazil	DOC	Marilia Rocha
Abrir puertas y ventanas	Argentina, Switzerland	FIC	Milagros Mumenthaler
Acacio	Brazil	DOC	Marilia Rocha
Accidentes gloriosos	Argentina, Sweden	FIC	Mauro Andrizzi, Marcus Lindeen
Acne	Argentina, Mexico, Spain, Uruguay	FIC	Federico Veiroj
Acorazado	Mexico	FIC	Álvaro Curiel
Acorralados	Argentina	FIC	Julio Bove
Adios mundo cruel	Mexico	FIC	Jack Zagha Kababie
Adolfo Perez Esquivel	Argentina	DOC	Miguel Mirra
Adopción	Argentina	FIC	David Lipszyc
Aficionados	Spain	FIC	Arturo Dueñas
Agnosia	Spain	FIC	Eugenio Mira
Agnus Dei: cordero de Dios	France, Mexico	DOC	Alejandra Sánchez
Agora	Spain	FIC	Alejandro Amenábar
Agua y sal	Argentina	FIC	Alejo Taube
Aguas verdes	Argentina	FIC	Mariano De Rosa
Águila Roja, la película	Spain	FIC	José Ramón Ayerra
Aita	Spain	FIC	José María De Orbe
Alamar	Mexico	FIC	Pedro González Rubio
Alegría	Brazil	FIC	Felipe Braganza
Alem da Estrada (Por el camino)	Brazil, Uruguay	DOC	Charly Braun
Alexia	Spain	DOC	Pedro Delgado
Alguien ha visto a Lupita?	Argentina, Chile, México	FIC	Gonzalo Jusitiniano
Alumbrando en la oscuridad	Argentina	DOC	Mónica Gazpio, Fermín Rivera
Amador	Spain	FIC	Fernando León de Aranoa
Amanecer de un sueño	Poland, Spain	FIC	Freddy Mas Franqueza
Amanecidos	Spain	FIC	Yonay Boix, Pol Aregall
Amanha nunca mais	Brazil	FIC	Tadeu Jungle
Amar no es querer	Mexico	FIC	Guillermo Barba
Amateur	Argentina	DOC	Nestor Frenkel
Amelia	Brazil, Canadá, USA	FIC	Mira Nair
America, una historia muy portuguesa	Brazil, Portugal, Spain, Russia	FIC	Joao Nuno Pinto
Amerikanuak	Spain	DOC	Gorka Bilbao, Nacho Reig
Amigos	Spain	FIC	Marcos Cabota, Borja Manso
Amor a mares	Argentina	FIC	Ezequiel Crupnicoff
Amor en Fin	Mexico	FIC	Salvador Aguirre
Amor en tránsito	Argentina	FIC	Lucas Blanco
Amor?	Brazil	FIC	Joao Jardim
Amorcito corazón	Venezuela	FIC	Carmen Roa

Amores locos	Spain	FIC	Beda Docampo Feijoo
Anclados	Spain	DOC	Carlota Nelson
Andrés no quiere dormir la siesta	Argentina	FIC	Daniel Bustamante
Angel caído	Mexico	FIC	Arturo Anaya
Ánima	Mexico	FIC	Antón Terni
Ánima Buenos Aires	Argentina	AN	María Verónica Ramírez
Animals	Spain	FIC	Marçal Fores
Anita	Argentina	FIC	Marcos Carnevale
Anita no pierde el tren	Spain	FIC	Ventura Pons
Anonimo	Chile	FIC	Renato Pérez
Antes de que el mundo acabe	Brazil	FIC	Ana Luiza Azevedo
Antes del estreno	Argentina	FIC	Santiago Giralt
Any de Gràcia	Spain	FIC	Ventura Pons
Año bisiesto	Mexico	FIC	Michael Rowe
Años después	Mexico, Spain	FIC	Laura Gardos
Ao sul de setembro	Brazil	FIC	Amauri Tangara
Aparecida - O Milagre	Brazil	FIC	Tizuka Yamasaki
Apartamento 143	Spain	FIC	Carles Torrens
Apatía, una película de carretera	Colombia	FIC	Arturo Ortegón
Aquele querido mês de agosto	France, Portugal	FIC	Miguel Gomes
Aqui entre nos	Mexico, USA	FIC	Patricia Martínez de Velasco
Arena	Austria, Spain	DOC	Gunter Schwaiger
Argus Montenegro e a instabilidade do tempo forte	Brazil	DOC	Pedro Lucas
Arrieros	Argentina, Chile	DOC	Juan Baldana
Arriya, la piedra	Spain	FIC	Alberto Gorritiberea
Arrugas	Spain	AN	Ignacio Ferreras
As aventuras de Agamenon, o reporter	Brazil	FIC	Victor Lopes
As canções	Brazil	DOC	Eduardo Coutinho
As cartas psicografadas por Chico Xavier	Brazil	DOC	Cristiana Grumbach
As doze estrelas	Brazil	FIC	Luiz Alberto Pereira
As maes de Chico Xavier	Brazil	FIC	Glauber Filho, Halder Gomes
As melhores coisas do Mundo	Brazil	FIC	Lais Bodanzky
Asalto al Banco Central	Brazil	FIC	Rodrigo Leao
Así es la suerte	Mexico	FIC	Juan Carlos De La Llaca
Asmita Bed & Breakfast	Spain	DOC	Marceli Pares
Astro, uma fábula urbana em um Rio de Janeiro mágico	Brazil	AN	Paula Trbulsi
Ate que a sorte nos separe	Brazil	FIC	Roberto Santucci
Atraco!	Argentina, Spain	FIC	Eduard Cortés
Atrocious	Mexico, Spain	FIC	Fernando Barreda Luna
AU3 (Autopista Central)	Argentina	DOC	Alejandro Hartmann
Ausente	Argentina	FIC	Marco Berger
Avenida Brasília Formosa	Brazil	DOC	Gabriel Mascaró
Awka Liwen	Argentina	DOC	Mariano Aiello, Kistine Hille
Azul y no tan rosa	Spain, Venezuela	FIC	Miguel Ferrari
B1 - Tenorio em Pequim	Brazil	DOC	Felipe Braga, Eduardo Hunter
Bacalar	Mexico	FIC	Patricia Arriaga-Jordan
Bahea minha vida	Brazil	DOC	Marcio Cavalcante
Bahía azul	Chile	FIC	Nicolás Acuña
Bala mordida	Mexico	FIC	Diego Muñoz
Balada triste de trompeta	France, Spain	FIC	Alex De La Iglesia
Balmes, el doble exilio de la pintura	Chile	DOC	Pablo Trujillo Novoa
Barcelona, antes de que el tiempo lo borre	Spain	DOC	Mireia Ros
Baztan	Spain	FIC	Iñaki Elizalde

Bel Borba aqui	Brazil	DOC	André Constantini, Burt Sun
Belair	Brazil	DOC	Noa Bressane, Bruno Safadi
Bellos suicidios	Spain	FIC	Rafael Gordon
Bertsolari	Spain	DOC	Altuna Asier
Bestezuelas	Spain	FIC	Carles Pastor
Bi Anai (Dos Hermanos)	Spain	FIC	Imanol Rayo
Bichos criollos	Argentina	DOC	Diego Lombardi
Bicicleta, cuchara, manzana	Spain	DOC	Carles Bosch
Billi Pig	Brazil	FIC	José Eduardo Belmonte
Biutiful	Mexico, Spain, USA	FIC	Alejandro González-Iñarritu
Blackie, una vida en blanco y negro	Argentina	DOC	Alberto Ponce
Blackthorn	Bolivia, Spain, France	FIC	Mateo Gil
Blancanieves	Spain	FIC	Pablo Berger
Blog	Spain	FIC	Elena Trape
Blow Horn	Spain	DOC	Luis Miñarro
Boca de fresa	Argentina	FIC	Jorge Zima
Boca do lixo	Brazil	FIC	Flavio Frederico
Boleto al paraiso	Cuba, Spain	FIC	Gerardo Chijona
Bollywood dream	Brazil, India, USA	FIC	Beatriz Seigner
Bombal	Chile	FIC	Marcelo Ferrari
Bon appetit	Germany, Spain, Switzerland	FIC	David Pinillos
Bonsai	Argentina, Chile, France, Portugal	FIC	Cristian Jiménez
Boogie, el aceitoso	Argentina, Mexico	AN	Gustavo Cova
Borrar de la memoria	Mexico	FIC	Alfredo Gurrola
Boxeo en Constitución	Argentina	DOC	Jakob Weingartner
Brasil animado	Brazil	AN	Marian Caltabiano
Brichos 2 - A floresta e nossa	Brazil	AN	Paulo Munhoz
Brijes	Mexico	AN	Benito Fernández
Bróder	Brazil	FIC	Jeferson De
Bruc	Spain	FIC	Daniel Benmayor
Bruna surfistinha	Brazil	FIC	Marcus Baldini
Brutalbox	Spain	FIC	Óscar Rojo
Buen día, día	Argentina, Italy	DOC	Eduardo Pinto, Sergio Constantino
Buen Pastor. Una fuga de mujeres	Argentina	DOC	Matías H. Córdoba, Lucía Torres
Buried (Enterrado)	Spain, USA	FIC	Rodrigo Cortés
Buscando a Eimish	Spain	FIC	Ana Rodríguez Rosell
Buscando a Eric	Belgium, France, Italy, Spain, UK	FIC	Ken Loach
Buscando al huemul	Argentina	DOC	Juan Diego Kantor
Buscando la ola	Mexico	FIC	Gabriel Retes
Bypass	Spain	FIC	Aitor Mazo, Patxo Tellería
Cabeça a premio	Brazil, UK	FIC	Marco Ricca
Cabeza de pescado	Argentina	FIC	July Massaccesi
Cabimas, donde todo comenzó	Venezuela	FIC	Jacobo Penzo
Caleuche: el llamado del mar	Chile	FIC	Jorge Olgúin
Camera obscura	Spain	FIC	Maru Solares
Camino	Spain	FIC	Javier Fesser
Campamento Flipy	Spain	FIC	Rafa Parbus
Campo Cerezo	Argentina	FIC	Patricia Martín García
Caño dorado	Argentina	FIC	Eduardo Pinto
Capitães da Areia	Brazil	FIC	Cecilia Amado, Guy Gonçalves
Cara ou coroa	Brazil	FIC	Ugo Gioletti
Caracremada	Spain	FIC	Luis Galter
Carancho	Argentina, Chile, France	FIC	Pablo Trapero

Carmina o revienta	Spain	FIC	Paco León
Carmo, hit the road	Brazil, Poland, Spain	FIC	Murilo Pasta
Carne cruda	Spain	FIC	Tirso Calero
Carne de neón	Argentina, Spain, Sweden, France	FIC	Paco Cabezas
Caro Francis	Brazil	DOC	Nelson Hoineff
Carrusel	Colombia	FIC	Guillermo Iván
Catalunya uber alles!	Spain	FIC	Ramón Termens
Causas, una historia latinoamericana	Argentina	DOC	Juan Palomino, Claudio Posse
Cefalópodo	Mexico	FIC	Rubén Imaz
Celda 211	France, Spain	FIC	Daniel Monzón
Cenizas eternas	Venezuela	FIC	Margarita Cadenas
Centro	Argentina, Germany	DOC	Sebastián Martínez
Ceremonias de barro	Argentina	DOC	Nicolás Di Giusto
Cerro Bayo	Argentina, France	FIC	Victoria Galardi
Chacú	Argentina	DOC	Felipe Pigna
Chance	Panamá	FIC	Abner Benaim
Chantal Akerman, de cá	Brazil	DOC	Gustavo Beck, Leonardo Ferreira
Chapadmalal	Argentina	DOC	Alejandro Montiel
Che, un hombre nuevo	Argentina, Cuba, Spain	DOC	Tristan Bauer
Che: guerrilla	France, Spain, USA	FIC	Steven Soderbergh
Cheila: una casa pa Maita	Venezuela	FIC	Eduardo Barberena
Chiapas, el corazón del Café	Mexico	FIC	Alejandro González Padilla
Chico & Rita	Spain, UK	AN	Fernando Trueba
Chico Xavier	Brazil	FIC	Daniel Filho
Chicogrande	Mexico	FIC	Felipe Cazals
Choco	Colombia	FIC	Jhonny Hendrix
Cilada.com	Brazil	FIC	José Alvarenga jr.
Cildo	Brazil, UK & Ireland	DOC	Gustavo Moura
Cinco días sin Nora	Mexico	FIC	Mariana Chenillo
Cinco metros cuadrados	Spain	FIC	Max Lemcke
Circuit	Spain	FIC	Xavier Ribera
Circular	Brazil	FIC	Aly Muritiba
Cisnes	Germany, Portugal	FIC	Hugo Vieira Da Silva
Ciudad en rojo	Cuba	FIC	Rebeca Chávez
Ciudad oculta	Spain	DOC	Andrés Bujardón
Ciudad Rural	Mexico	DOC	Roberto Canales
Civilización	Argentina	DOC	Rubén Guzmán
Cocoricó conta os clássicos	Brazil	AN	Fernando Salem
Colosio: el asesinato	Mexico, Spain	FIC	Carlos Bolado
Como bola sin manija	Argentina	DOC	Miguel Frías, Pablo Osos
Como esquecer	Brazil	FIC	Malu de Martino
Cómplices del silencio	Argentina, Italy, Spain	FIC	Stefano Incerti
Conocerás al hombre de tus sueños	Spain, USA	FIC	Woody Allen
Construção	Brazil, Cuba	DOC	Carolina Sa
Contos gauchescos	Brazil	FIC	Henrique de Freitas Lima
Contra el tiempo	Spain	DOC	José Manuel Serrano
Contracorriente	Colombia, France, Peru	FIC	Javier Fuentes León
Contracorriente	Mexico	FIC	Elisa Salinas
Contratiempo	Mexico	FIC	Ramiro Medina-Flores
Copito de Nieve	Spain	AN	Andrés G. Schaer
Coração do samba	Brazil	DOC	Thereza Jessouron
Corações sujos	Brazil	FIC	Vicente Amorim
Cordero de dios	Argentina, France	FIC	Lucía Cendrón

Cornelia frente al espejo	Argentina	FIC	Daniel Rosenfeld
Corpos celestes	Brazil	FIC	Margos Jorge
Cortos interruptus	Venezuela	FIC	Albi De Abreu
Cracks de nácar	Argentina	DOC	Daniel Casabe, Edgardo Dieleke
Crebinsky	Spain	FIC	Enrique Otero
Crepúsculo rojo	Mexico	FIC	Carlos González Morantes
Criada	Argentina	DOC	Matías Herrera Córdoba
Crisálidas	Argentina	FIC	Julio Midu, Fabio Junco
Cristiada	Mexico	DOC	Dean Wright
Critico	Brazil	DOC	Kleber Mendonça Filho
Cronicas Chilangas	Mexico	FIC	Carlos Enderle
Crónicas de la gran serpiente	Argentina	DOC	Darío Arcella
Cruzadas	Argentina	FIC	Diego Rafecas
Cruzando el límite	Spain	FIC	Xavi Giménez
Cuánto pesa su edificio, Sr. Foster?	Spain, UK, USA	DOC	Norberto López Amado
Cuarenta	Colombia	FIC	Carlos Fernández de Soto
Cuchillo de palo	Spain	DOC	Renate Costa
Cuentas del alma	Argentina	DOC	Mario Bomheker
Cuentos de la selva	Argentina	AN	Liliana Romero, Norman Ruiz
Cuestión de principios	Argentina	FIC	Rodrigo Grande
Cuidadores	Spain	DOC	Oskar Tejedor
Curitiba zero grau	Brazil	FIC	Eloi Ferreira
Daniel y Ana	Mexico, Spain	FIC	Michel Franco
Daquele instante em diante	Brazil	DOC	Rogério Velloso
Darío Santillán: La dignidad de un rebelde	Argentina	DOC	Miguel Mirra
De artistas y de locos	Argentina	DOC	Miguel Mirra
De caravana	Argentina	FIC	Rosendo Ruiz
De día y de noche	Mexico	FIC	Alejandro Molina
De la infancia	Mexico	FIC	Carlos Carrera
De mayor quiero ser soldado	Italy, Spain	FIC	Christian Molina
De panzazo	Mexico	DOC	Juan Carlos Rulfo
De pernas pro ar	Brazil	FIC	Roberto Santucci
De pernas pro ar 2	Brazil	FIC	Roberto Santucci
De tu ventana a la mía	Spain	FIC	Paula Ortiz
Del amor y otros demonios	Colombia, Costa Rica	FIC	Hilda Hidalgo
Depois de ontem antes de amanha	Brazil	DOC	Christine Liu
Desafío	Mexico	FIC	Jorge Luquin
Desaparecidos	Brazil	FIC	David Schurmann
Desassossego	Brazil	DOC	Felipe Bragança, Gustavo Bragança
Des-autorizados	Venezuela	FIC	Elia K. Schneider
Desbordar	Argentina	FIC	Alex Tossenberger
Desechos	Spain	FIC	David Marques
Desenrola	Brazil	FIC	Rosane Svartman
Desmadre	Argentina	FIC	Juan Pablo Martínez, Jazmín Stuart
Despues de Lucía	France, Mexico	FIC	Michel Franco
D-humanos	Argentina	DOC	Mariana Arruti, Javier De Silvio
Día de preto	Brazil	FIC	Marcos Felipe, Daniel Mattos
Día naranja	Argentina, Colombia, Venezuela	FIC	Alejandra Szeplaki
Diablo	Argentina	FIC	Nicanor Loreti
Diario de un astronauta	Spain	DOC	Manuel Hueriga
Diario de una ninfómana	Spain	FIC	Christian Molina
Días de gracia	Francia, Mexico, USA	FIC	Everardo Gout
Días de pesca	Argentina	FIC	Carlos Sorín

Días de poder	Venezuela	FIC	Román Chalbaud
Días de vinilo	Argentina	FIC	Gabriel Nesci
Dictado	Spain	FIC	Antonio Chavarrias
Didi Hollywood	Spain	FIC	Bigas Luna
Dieta mediterránea	Spain	FIC	Joaquín Oristrell
Diletante	Argentina	DOC	Kris Niklison
Dino Cazzola, una filmografía de Brasilia	Brazil	DOC	Andrea Prates, Cleisson Vidal
Dios me libre	Chile	FIC	Martín Duplaquet
Dioses	Argentina, France, Peru	FIC	Josue A. Méndez
Disparos	Brazil	FIC	Juliana Reis
Dispongo de barcos	Spain	FIC	Juan Cabestany
Dois coelhos	Brazil	FIC	Afonso Poyart
Domingo de Ramos	Argentina	FIC	José Glusman
Domingos	Brazil	DOC	María Ribeiro
Don Gato y su pandilla	Mexico	AN	Alberto Mar
Don Mendo Rock ¿La venganza?	Spain	FIC	José Luis García Sánchez
Dónde está la felicidad?	Brazil, Spain	FIC	Carlos Alberto Riccelli
Donde habita el diablo	Spain	FIC	Carles Torrens
Dónde se nacionaliza la marea?	Spain	DOC	Carlos Benpar
Dormir al sol	Argentina	FIC	Alejandro Chomski
Dos hermanos	Argentina	FIC	Daniel Burman
Dos mas dos	Argentina	FIC	Diego Kaplan
Drácula	Italy, Spain	FIC	Darío Argento
Dragones: destino de fuego	Peru	AN	Eduardo Schuldt
Drama	Chile	FIC	Matías Lira
Duas mulheres	Portugal	FIC	Joao Mario Grilho
Dudamel: El sonido de los niños	Venezuela, USA	DOC	Alberto Arévalo
Dulce de leche	Argentina	FIC	Mariano Galperin
Duro y furioso	Mexico	FIC	Miguel Marte
Dzi Croquettes	Brazil	DOC	Rafael Álvarez, Tatiana Issa
E a vida continua	Brazil	FIC	Paulo Figueiredo
E ai Hendrix?	Brazil	DOC	Pedro Paulo Carneiro
E ai, comeu?	Brazil	FIC	Felipe Joffily
E.S.O.	Spain	FIC	Santiago Lapeira
El agua del fin del mundo	Argentina	FIC	Paula Siero
El almafuerte	Argentina	DOC	Roberto Persano
El ambulante	Argentina	DOC	Lucas Marcheggiano
El amigo alemán	Argentina, Germany	FIC	Jeanine Meerapfel
El Anticristo	Spain	FIC	Manuel Carballo
El año del tigre	Chile	FIC	Sebastián Lelio
El árbol	Mexico, Spain	FIC	Carlos Serrano Azcona
El artista y la modelo	France, Spain	FIC	Fernando Trueba
El atentado	Mexico	FIC	Jorge Fons
El baile de la victoria	Spain	FIC	Fernando Trueba
El Baile de San Juan	Mexico, Spain	FIC	Francisco Athie
El bosque	Spain	FIC	Óscar Aibar
El calambre	Mexico, France	FIC	Matía Meyer
El camino del vino	Argentina	DOC	Nicolás Carrera
El campo	Argentina, France, Italy	FIC	Hernán Belon
El Capitan Trueno y el Santo Grial	Spain	FIC	Antonio Hernández
El cartel de los sapos	Colombia	FIC	Carlos Moreno
El cazador de dragones	Cuba, Spain	FIC	Patxi Barco
El Chef, una receta sobre la felicidad	France, Spain	FIC	Daniel Cohen

El chico que miente	Venezuela	FIC	Marité Ugás
El cielo abierto	Mexico	DOC	Everardo González
El cielo elegido	Argentina	FIC	Victor González
El cielo en tu mirada	Mexico	FIC	Pedro Pablo Ibarra
El circuito de Román	Argentina, Chile	FIC	Sebastián Brahm
El círculo	Uruguay	DOC	Aldo Garay
El club de los suicidas	Spain	FIC	Roberto Santiago
El cónsul de Burdeos	Portugal, Spain	FIC	Joao Correa, Francisco Manso
El cónsul de Sodoma	Spain	FIC	Sigfrid Monleón
El corredor nocturno	Argentina, Spain	FIC	Gerardo Herrero
El cuerno de la abundancia	Cuba, Spain	FIC	Juan Carlos Tabío
El cuerpo	Spain	FIC	Oriol Paulo
El décimo infierno	Argentina	FIC	Mempo Giardinelli
El dedo	Argentina	FIC	Sergio Teubal
El derrotado	Argentina	FIC	Javier Torre
El día que no nació	Argentina, Germany	FIC	Florian Micoud Cossen
El diario de Carlota	Spain	FIC	José Manuel Carrasco
El dios de madera	Spain	FIC	Vicente Molina Foix
El discípulo	Spain	FIC	Emilio Ruiz Barrachina
El eco del miedo	Mexico	FIC	Sam Reyes
El edificio de los chilenos	Chile, Cuba, Francia	DOC	Macarena Aguiló, Susana Foxley
El efecto Tequila	Mexico	FIC	León Serment
El ejército de los helechos	Chile	FIC	Diego González-Durney
El encamado	Spain	FIC	Germán Roda
El escritor de telenovelas	Colombia	FIC	Felipe Dothee
El estudiante	Argentina	FIC	Santiago Mitre
El estudiante	Mexico	FIC	Roberto Girault
El etnógrafo	Argentina	DOC	Ulises Rosell
El exterior	Argentina	DOC	Sergio Criscolo
El extraño caso de Angélica	Brazil, France, Portugal, Spain	FIC	Manoel De Oliveira
El fantástico mundo de Juan Orol	Mexico	FIC	Sebastián del Amo
El fin de la espera	Argentina	FIC	Francisco D'Intino
El fin de Potemkin	Argentina	DOC	Misael Bustos
El gato desaparece	Argentina	FIC	Carlos Sorín
El General	Argentina, Mexico, USA	DOC	Natalia Almada
El género femenino	Spain	FIC	Carlos Benpar
El gran milagro	Mexico	AN	Morris Bruce
El gran río	Argentina	DOC	Rubén Plataneo
El Gran Vázquez	Spain	FIC	Oscar Aibar
El héroe del monte Dos Hermanas	Argentina	DOC	Rodrigo H. Vila
El hombre de al lado	Argentina	FIC	Mario Cohn, Gastón Duprat
El hombre de las mariposas	Spain	FIC	Maxi Valero
El idioma imposible	Spain	FIC	Rodrigo Rodero
El impenetrable	Argentina, France	DOC	Daniel Incalcaterra
El infierno	Mexico	FIC	Luis Estrada
El informe Toledo	Mexico	DOC	Albino Álvarez
El ingeniero	Mexico	DOC	Alejandro Lubeki
El internado, la película	Spain	FIC	Norberto Lopez-Amado
El invierno de los raros	Argentina	FIC	Rodrigo Guerrero
El Jefe	Argentina, Canada, Colombia	FIC	Jaime Escallón-Buraglia
El Juez y el General	Chile, USA	DOC	Elizabeth Farnsworth
El lenguaje de los machetes	Mexico	FIC	Kyzza Terraza
El lenguaje del tiempo	Chile	FIC	Sebastián Araya

El limpiapiscinas	Chile	FIC	José Luis Guridi
El lince perdido	Spain	AN	Raul García, Manuel Sicilia
El lugar más pequeño	Mexico	DOC	Tatiana Huezo-Sánchez
El mal ajeno	Spain	FIC	Oskar Santos
El mal del sauce	Argentina	FIC	Sebastián Sarquis
El manzano azul	Venezuela	FIC	Olegario Barrera
El milagro de Marcelino Pan y Vino	Mexico	FIC	José Luis Gutiérrez
El milagro del Papa	Mexico	DOC	José Luis Valle
El misterio de las lagunas	Venezuela	DOC	Atahualpa Lichy
El mocito	Chile	DOC	Jean De Certeau, Marcela S. Cares
El monje	France, Spain	FIC	Dominik Moll
El mundo es nuestro	Spain	FIC	Alfonso Sánchez
El mundo que fue y el que es	Spain	FIC	Pablo Llorca
El mural de Siqueiros	Argentina, Mexico	FIC	Héctor Oliveira
El notificador	Argentina	FIC	Blas Eloy Martínez
El otro fútbol	Argentina	DOC	Federico Peretti
El otro lado del espejo: La guerra secreta de Nicaragua	Spain	DOC	Ángel Amigo
El páramo	Argentina, Colombia, Spain	FIC	Jaime Osorio
El partener	Argentina	FIC	Rubén Estrella
El paseo	Colombia	FIC	Harold Trompetero
El paseo 2	Colombia	FIC	Harold Trompetero
El perdón	Spain	DOC	Bonaventura Durall Soler
El perfecto desconocido	Spain	FIC	Toni Bestard
El periodista	Argentina	FIC	Diego Recalde
El perseguidor	Argentina	FIC	Víctor Cruz
El piano mudo	Argentina	DOC	Jorge Zuahir Jury
El poder de la palabra	Chile	DOC	Francisco Hervé
El Polonio	Argentina	DOC	Daiana Rosenfeld
El pozo	Argentina	FIC	Rodolfo Carnevale
El premio	Peru	FIC	Alberto Durant
El principio de la espiral	Mexico	FIC	Rafael Rangel
El quinto mandamiento	Mexico	FIC	Rafael Lara
El Rati Horror Show	Argentina	DOC	Enrique Piñeyro, Pablo Tesoriere
El reclamo	Argentina, Italy	FIC	Stefano Pasetto
El recuento de los daños	Argentina	FIC	Inés De Oliveira
El regalo	Chile	FIC	Cristian Galaz
El regalo de Silvia	Spain	FIC	Dionisio Pérez-Galindo
El resquicio	Argentina, Colombia	FIC	Alfonso Acosta
El Rocío es compartir	Spain	DOC	Francisco Campos Barba
El rumor de las piedras	Venezuela	FIC	Alejandro Bellame Palacios
El Santos vs La Tetona Mendoza	Mexico	AN	Andrés Couturier, Alejandro Lozano
El secreto	Mexico	FIC	Gilberto de Anda
El secreto de los 24 escalones	Spain	FIC	Santiago Lapeira
El secreto de sus ojos	Argentina, Spain	FIC	Juan José Campanella
El sexo de las madres	Argentina	FIC	Alejandra Marino
El sexo de los Ángeles	Brazil, Spain	FIC	Xavier Villaverde
El show de Polo Polo Recargado	Mexico	FIC	Iván Huerta, Jorge Urdapilleta
El silencio del puente	Argentina	DOC	Eduardo Schellemborg
El sol	Argentina	AN	Ayar Blasco
El sueño de Iván	Colombia, Spain, Mexico	FIC	Roberto santiago
El sueño de Lu	Mexico	FIC	Carlos Sama
El tesoro del rey Midas	Spain	AN	Maite Ruiz de Austri
El túnel de los huesos	Argentina	FIC	Nacho Garassino

El último aplauso	Argentina, Germany, Japan	DOC	German Kral
El último cuerpo	Venezuela	FIC	Carlos Daniel Malavé
El último Elvis	Argentina, USA	FIC	Armando Bo
El último magnate	Spain	DOC	José Antonio Hergueta
El ultimo paso	Belgium, France, Spain	DOC	Enara Goikoetxea, Iurre Tellería
El último verano de la Boyita	Argentina, France, Spain	FIC	Julia Solomonoff
El último vuelo del flamenco	Brasil, Mozambique, Portugal, Spain	FIC	Joao Ribeiro
El vagoneta en el mundo del cine	Argentina	FIC	Maximiliano Gutiérrez
El velador	Mexico	DOC	Natalia Almada
El viaje del cometa	Mexico	DOC	Ivonne Fuentes
El vuelco del cangrejo	Colombia, France	FIC	Oscar Ruiz Navia
El vuelo del tren	Spain	FIC	Paco Torres
Electrodomésticos, el frío misterio	Chile	DOC	Sergio Castro San Martín
Elefante blanco	Argentina, France, Spain	FIC	Pablo Trapero
Elegía de abril	Argentina	FIC	Gustavo Fontán
Elevado 3.5	Brazil	DOC	Maira Buhler, Paulo Pastorelo
Elisa K.	Spain	FIC	Jordi Cadena, Judith Colell
Ella y el Candidato	Mexico	FIC	Roberto Girault
Els passos perduts	Spain	FIC	Jordi Cadena
Elsa y su ballet	Argentina	DOC	Darío Doria
Elvira	Mexico	FIC	Manuel Ochoa, Antonio Travieso
Elvis y Madona	Brazil	FIC	Marcelo Laffitte
Elza	Brazil	DOC	Ernesto Baldan, Izabel Jaguaribe
Em teu nome	Brazil	FIC	Paulo Nascimento
Empleadas y patronos	Argentina, Panamá	DOC	Abner Benaim
En coma	Colombia	FIC	Juan David Restrepo
En el camino	Brazil, UK, USA	FIC	Walter Salles
En el futuro	Argentina	FIC	Mauro Andrizzi
En fuera de juego	Argentina, Spain	FIC	David Marques
Encontrarás dragones	Argentina, Spain, USA	FIC	Roland Joffe
Entre esquelas	Spain	FIC	Adan Martin
Entre lobos	Germany, Spain	FIC	Gerardo Olivares
Entre los muertos	Bulgaria, Germany, Italy, Spain	FIC	Milcho Manchevski
Enxaneta	Spain	DOC	Paulí Subirà
Er Conde Bond	Venezuela	FIC	Benjamín Rausseo
Er Conde Jones	Venezuela	FIC	Benjamín Rausseo
Er reloj der loro	Venezuela	FIC	John Petrizzelli
Era uma vez Verónica	Brazil	FIC	Marcelo Gomes
Erase una vez en Durango	Mexico	FIC	Juan Antonio de la Riva
Erase una vez un barco	Venezuela	DOC	Alfredo Anzola
Ernesto Sabato, mi padre	Argentina	DOC	Mario Sábato
Errantes	Argentina	DOC	González Ursi, Lisandro
Escuchando al juez Garzón	Spain	DOC	Isabel Coixet
Eskalofrio	Spain	FIC	Isidro Ortiz
Esma, memorias de la resistencia	Argentina	DOC	Claudio Remedi
Esperando la carroza	Argentina	FIC	Alejandro Doria
Esperando septiembre	Spain	FIC	Tina Olivares
Espia Só	Brazil	DOC	Saturnino Rocha
Espíritu de triunfo	Mexico	FIC	Miguel Rico Tavera
Estación del olvido	Spain	FIC	Christian Molina, Sandra Serna
Estamos juntos	Argentina, Brazil	FIC	Toni Venturi
Estás ahí?	Spain	FIC	Roberto Santiago
Estigmas	Spain	FIC	Adán Aliaga

Estrada para Ythaca	Brazil	FIC	Pedro Diogenes, Guto Parente
Estrada Real da Cachaça	Brazil	DOC	Pedro Urano
Estrellas que alcanzar	Spain	FIC	Mikel Rueda
Eu e meu Guarda-Chuva	Brazil	FIC	Toni Vanzolini
Eu Eu Eu, Jose Lewgoy	Brazil	DOC	Claudio Kahns
Euforia	Mexico	FIC	Alfonso Corona
Eva	France, Spain	FIC	Kike Maíllo
Eva de la Argentina	Argentina	AN	María Seoane
Eva y Lola	Argentina	FIC	Sabrina Farji
Evelyn	Spain	FIC	Isabel De Ocampo
Expedicionários	Brazil	DOC	Otavio Cury
Extraños en la noche	Argentina	FIC	Alejandro Montiel
Extraterrestre	Spain	FIC	Nacho Vigalondo
Extremos	Venezuela	FIC	Juan Carlos López-Durán
Fake orgasm	Spain	DOC	Jo Sol
Familia para armar	Argentina	FIC	Edgardo González Amer
Familia vende tudo	Brazil	FIC	Alain Fresnot
Familias por igual	Argentina	DOC	Rodolfo Moro, Marcos Duzszczak
Familystrip	Spain	DOC	Luis Miñarro
Fase 7	Argentina	FIC	Nicolás Goldbart
Febre do Rato	Brazil	FIC	Claudio Assis
Federal	Brazil, Colombia, France	FIC	Erik De Castro
Felicitas	Mexico	DOC	Erika Araujo
Feliz Año abuela	Spain	FIC	Esnal Telmo
Fénix 11-23	Spain	FIC	Joel Joan, Sergi Lara
Filhos de Joao, admiravel mundo novo bahiano	Brazil	DOC	Henrique Dantas
Fin	Spain	FIC	Jorge Torregrossa
Finisterrae	Spain	FIC	Sergio Caballero
Flamenco, Flamenco	Spain	DOC	Carlos Saura
Flor de Abril	Brazil	FIC	Cícero Filho
Flor de Fango	Mexico	FIC	Guillermo González
Flor en Otomi	Mexico	DOC	Luisa Riley
Flores en el desierto	Mexico	DOC	José Álvarez
Fogonero del delirio	Mexico	DOC	Gustavo Domínguez
Fontana, la frontera interior	Argentina	FIC	Juan Bautista Stagnaro
Fortalezas	Argentina	DOC	Christoph Behl, Tomás Lipgot
Fragments de una búsqueda	Argentina	DOC	Norberto Ludin, Pablo Milstein
Francia	Argentina	FIC	Adrián Caetano
Franzie	Argentina	FIC	Alejandra Marino
Fuera de carta	Spain	FIC	Nacho García Velilla
Fuga de Cerebros 2	Spain	FIC	Carlos Theron
Garbo: The Spy	Spain	DOC	Edmon Roch
García	Brasil, Colombia	FIC	José Luis Rugeles
Gartxot	Spain	AN	Juanjo Elordi, Asisko Urmeneta
Gasolina	Guatemala, USA	FIC	Julio Hernández Cordón
Gatos viejos	Chile, USA	FIC	Pedro Peirano, Sebastián Silva
Gaturro	Argentina, Mexico	AN	Gustavo Cova
Gestación	Costa Rica	FIC	Esteban Ramírez
Gigante	Argentina, Germany, Spain, Uruguay	FIC	Adrián Biniez
Gimme the Power	Mexico	DOC	Olallo Rubio
Girimunho	Brazil, Germany, Spain	FIC	Clarisa Campolina, Helvecio Marins
Gonzaga - de pai para filho	Brazil	FIC	Breno Silveira
Gordo, calvo y bajito	Colombia	AN	Carlos Osuna

Gorri	Argentina	DOC	Carmen Guarini
Gremio 10X0	Brazil	DOC	Beto Souza
Gricel	Argentina	DOC	Jorge Leandro Colás
Grupo 7	Spain	FIC	Alberto Rodríguez
Guelcom	Argentina	FIC	Yago Blanco
Guest	Spain	DOC	José Luis Guerín
Habana Eva	Cuba, France, Venezuela	FIC	Fina Torres
Habitación en Roma	Spain	FIC	Julio Medem
Hacerme feriante	Argentina	DOC	Julián D'Angiolillo
Hachazos	Argentina	DOC	Andrés Di Tella
Hecho en México	Mexico	DOC	Duncan Bridgeman
Helena	Brazil	FIC	José Henrique Fonseca
Hermanitos del fin del mundo	Argentina	FIC	Julio Midu
Hermano	Venezuela	FIC	Marcel Rasquín
Héroes	Spain	FIC	Pau Freixas
Héroes verdaderos	Mexico	AN	Carlos Kuri
Hidalgo: La historia jamás contada	Mexico	DOC	Antonio Serrano Argüelles
Hierro	Spain	FIC	Gabe Ibáñez
Hija	Chile	DOC	Mari Paz González
Hijos de las nubes: la última colonia	Spain	DOC	Álvaro Longoria
HIM: más allá de la Luz	France, Mexico	FIC	Frank Darier-Baziere
Hipólito	Argentina	FIC	Teodoro Ciampagna
Hiroshima	Argentina, Colombia, Spain, Uruguay	FIC	Pablo Stoll
Historia de un grupo de Rock	Spain	DOC	Juanma Bajo Ulloa
Historias breves 6	Argentina	FIC	Ignacio Chaneton, Michelina Oviedo
Historias breves 7	Argentina	FIC	Nadia Benedicto, Santiafo Canel
Histórias de amor duram apenas 90 minutos	Brazil	FIC	Paulo Halm
Historias de Dhallywood	Spain	DOC	Javier Gómez Serrano
Historias que solo existen al ser recordadas	Argentina, Brazil, France	FIC	Julia Murat
Hollywood Talkies	Spain	DOC	Óscar Pérez-Mía De Ribot
Holmes & Watson - Madrid Days	Spain	FIC	José Luis Garcí
Hombres de ideas avanzadas	Argentina	DOC	Diego Fidalgo
Hora Menos	Venezuela	FIC	Frank Spano
Hotxuá	Brazil	DOC	Gringo Cardia, Leticia Sabatella
HSM	Brazil	FIC	César Rodríguez
Huellas y memoria de Jorge Preloran	Argentina	DOC	Fermin Álvarez Rivera
Huevos en corto	Mexico	AN	Gabriel Riva Palacio
I, Don Giovanni	Austria, Italy, Spain	FIC	Carlos Saura
Ibiza Occident	Austria, Spain	DOC	Gunter Schwaiger
Iceberg	Spain	FIC	Gabriel Velazquez
Igualita a mi	Argentina	FIC	Diego Kaplan
Il Coraggio	Spain	DOC	Santiago Lapeira
Il Futuro	Chile, Italy	FIC	Alicia Scherson
Illegal.co	Colombia	DOC	Alessandro Angulo
Ilusiones ópticas	Chile, France, Portugal	FIC	Christian Jiménez
Impávido	Spain	FIC	Carlos Theron
Industria argentina	Argentina	FIC	Ricardo Díaz Iacononi
Infancia clandestina	Argentina, Brazil, Spain	FIC	Benjamín Ávila
Ingrid	Spain	FIC	Eduard Cortés
Insolação	Brazil	FIC	Felipe Hirsch, Daniela Thomas
Intruders	Spain	FIC	Juan Carlos Fresnadillo
Intrusos en Manasés	Spain	FIC	Juan Carlos Claver
Invasor	Spain	FIC	Daniel Calparsoro

Iraqi short films	Argentina	DOC	Mauro Andrizzi
Isidro Velázquez, La leyenda del último sapucay	Argentina	DOC	Camilo Gómez Montero
Ispansi	Spain, Switzerland	FIC	Carlos Iglesias
Jacques Leonard, El Payo Chac	Spain	DOC	Yago Leonard
Jardim das folhas sagradas	Brazil	FIC	Pola Ribeiro
Jards Macalé: Um morcego na porta principal	Brazil	DOC	Marco Abujamra, Joao Pimentel
Jean Gentil	Mexico	FIC	Israel Cardenas, Laura Amelia Guzmán
José y Pilar	Brazil, Portugal, Spain	DOC	Miguel Gonçalves
Joven y alocada	Chile	FIC	Marialy Rivas
Juan de los Muertos	Cuba, Spain	FIC	Alejandro Brugues
Juan y Eva	Argentina	FIC	Paula De Luque
Judíos por elección	Argentina	DOC	Matilde Michanie
Juegos inocentes	Mexico	FIC	Adolfo Martínez Orzynski
Juntos para siempre	Argentina	FIC	Pablo Solarz
Karen llora en un Bus	Colombia	FIC	Gabriel Rojas Vera
Katmandú, un espejo en el cielo	Spain	FIC	Iciar Bollain
La 21, Barracas	Argentina	FIC	Victor Ramos
La antropóloga	Brazil	FIC	Zeca Nunes Pires
La araña vampiro	Argentina	FIC	Gabriel Medina
La bestia	Guatemala, Mexico, USA	DOC	Pedro Utreras
La bomba del Liceo	Spain	DOC	Carlos Balagué
La cacería	Argentina	FIC	Carlos Orgambide
La campana	Argentina	FIC	Fredy Torres
La cantante de tango	Argentina, Belgium, France	FIC	Diego Martínez Vignatti
La captura	Colombia	FIC	Dago garcía, Juan Carlos Vasquez
La cara oculta	Colombia, Spain	FIC	Andrés Baiz
La Caracas	Argentina	DOC	Andrés Cedrón
La carrera del animal	Argentina	FIC	Nicolás Grosso
La casa	Argentina	DOC	Gustavo Fontán
La casa del ritmo	Ecuador	DOC	Javier Andrade
La casa muda	Uruguay	FIC	Gustavo Hernández
La chispa de la vida	Spain	FIC	Alex De La Iglesia
La ciudad de los fotógrafos	Chile	DOC	Sebastián Moreno
La cocina	Argentina	DOC	Eduardo Blaustein, Osvaldo Daicich
La cola	Argentina	FIC	Enrique Liporace, Ezequiel C. Inzaghi
La cuerda floja	Mexico	DOC	Nuria Ibáñez
La daga de Rasputin	Spain	FIC	Jesús Bonilla
La despedida	Argentina	FIC	Juan Manuel D'Emilio
La Esmeralda 1879	Chile	FIC	Elías Llanos
La espera	Chile	FIC	Francisco Fuenzalida
La guía del silencio	Spain	FIC	Cándido Pérez de Armas
La herencia Valdemar	Spain	FIC	José Luis Alemán
La herencia Valdemar II	Spain	FIC	José Luis Alemán
La historia en la mirada	Mexico	DOC	José Ramón Mikelajáuregui
La hora cero	Venezuela	FIC	Diego Velasco
La hora de la siesta	Argentina	FIC	Sofía Mora
La inocencia de la araña	Argentina	FIC	Sebastián Caulier
La isla interior	Spain	FIC	Dunia Ayaso, Félix Sabroso
La lección de pintura	Chile, Mexico, Spain	FIC	Pablo Perelman
La lectora	Colombia	FIC	Ricardo Gabrielli
La leyenda de la Llorona	Mexico	AN	Alberto Rodríguez
La leyenda del Innombrable	Spain	FIC	Salomon Shang
La leyenda del tesoro	Mexico	FIC	Hugo Rodríguez

La luna en ti	France, Spain	DOC	Diana Fabianova
La madre	Argentina	FIC	Gustavo Fontán
La mala verdad	Argentina	FIC	Miguel Ángel Rocca
La maleta mexicana	Mexico, Spain, USA	DOC	Trisha Ziff
La máquina que hace estrellas	Argentina	AN	Esteban Echevarría
La milagrosa	Colombia	FIC	Rafael Lara
La mirada invisible	Argentina, France, Spain	FIC	Diego Lerman
La mitad de Óscar	Cuba, Spain	FIC	Manuel Martín Cuenca
La mitad del mundo	Mexico	FIC	Jaime Ruiz Ibáñez
La montaña rusa	Spain	FIC	Emilio Martínez Lázaro
La mosca en la ceniza	Argentina	FIC	Gabriela David
La mosquitera	Spain	FIC	Agustí Vila
La muerte de Pinochet	Chile	DOC	Bettina Perut, Iván Osnovikoff
La muestra	Argentina, Italy	FIC	Lino Pujía
La mujer del anarquista	France, Germany, Spain	FIC	Marie Noelle, Peter Serh
La mujer sin piano	France, Spain	FIC	Javier Rebollo
La Nana	Chile, Mexico	FIC	Sebastián Silva
La noche de enfrente	Chile	FIC	Raul Ruiz
La noche de las flores	Mexico	FIC	Adrián Burns
La noche que murió Elvis	Spain	FIC	Oriol Ferrer
La noche que no acaba	Spain	DOC	Isa Campo, Iñaki Lacuesta
La otra familia	Mexico	FIC	Gustavo Loza
La palabra empeñada	Argentina	DOC	Martín Masetti, Juan Pablo Ruiz
La Papisa	Germany, Italy, Spain, UK	FIC	Sonke Wrotmann
La patria equivocada	Argentina	FIC	Carlos Galettini
La pelea de mi vida	Argentina	FIC	Jorge Nisco
La perrera	Argentina, Canada, Uruguay	FIC	Manolo Nieto
La piel que habito	Spain	FIC	Pedro Almodóvar
La playa DC	Brazil, Colombia, France	FIC	Juan Andrés Arango García
La plegaria del vidente	Argentina, Chile	FIC	Gonzalo Calzada
La posesión de Emma Evans	Spain	FIC	Manuel Carballo
La primavera de Chile	Chile	DOC	Christian Del Campo Carcamo
La profecía de los justos	Mexico, Spain	FIC	Manuel Carballo
La puerta de no retorno	Spain	DOC	Santiago Zannou
La pura mentira	Venezuela	FIC	Carlos Daniel Malavé
La revolución de Juan Escopeta	Mexico	AN	Jorge A. Estrada
La revolución es un sueño eterno	Argentina	FIC	Memesio Juárez
La senda	Spain	FIC	Miguel Ángel Toledo
La Sirena y el Buzo	Mexico, Spain	DOC	Mercedes Moncada
La Sirga	Colombia, France	FIC	Vega William
La sociedad del semaforo	Colombia	FIC	Rubén Mendoza
La sogá	Dominican Republic	FIC	Josh Crook
La sombra de Evita	Spain	DOC	Xavier Gassio
La sombra del sol	Germany, Spain	FIC	David Blanco
La suerte en tus manos	Argentina, Spain	FIC	Daniel Burman
La teta asustada	Peru, Spain	FIC	Claudia Llosa
La tierra habitada	Spain	DOC	Ana Sanmartí
La tropa de trapo	Spain	AN	Alex Colls
La última cima	Spain	DOC	Juan Manuel Cotelo
La última mirada	Argentina, Spain	FIC	Jorge Víctor Ruiz
La última muerte	Mexico	FIC	David Ruiz
La última y nos vamos	Mexico	FIC	Eva López Sánchez
La vendedora de rosas (1998)	Colombia	FIC	Victor Gaviria

La venganza de Ira Vamp	Spain	FIC	Álvaro Saenz de Heredia
La vida de los peces	Chile, France	FIC	Matías Bize
La vida empieza hoy	Spain	FIC	Laura Mañá
La vida era en serio	Colombia	FIC	Mónica Borda
La vida loca	France, Mexico, Spain	DOC	Christian Poveda
La vida nueva	Argentina	FIC	Santiago Palavecino
La vida precoz y breve de Sabina Rivas	Mexico	FIC	Luis Mandoki
La vida útil	Spain, Uruguay	FIC	Federico Veiroj
La vieja de atrás	Argentina, Brazil	FIC	Pablo José Meza
La voz dormida	Spain	FIC	Benito Zambrano
La Yuma	Mexico, Nicaragua, Spain	FIC	Florence Jaguey
Labios rojos	Mexico	FIC	Rafael Lara
Las Acacias	Argentina, Spain	FIC	Pablo Giorgelli
Las aventuras de Don Quijote	Spain	AN	Antonio Zurera
Las aventuras de Tadeo Jones	Spain	AN	Enrique Gato
Las buenas hierbas	Mexico	FIC	María Novaro
Las caras del diablo	Venezuela	FIC	Carlos Daniel Malavé
Las catedrales del vino	Spain	DOC	Eterio Ortega
Las Constituyentes	Spain	DOC	Oliva Acosta
Las hermanas L.	Argentina	FIC	Eva Bar, Santiago Giralt
Las malas intenciones	Argentina, Germany, Peru	FIC	Rosario García-Montero
Las marimbas del infierno	France, Guatemala, Mexico	DOC	Julio Hernández Cordón
Las mujeres llegan tarde	Argentina	FIC	Marcela Balza
Las olas	Spain	FIC	Alberto Morais
Las paredes hablan	Mexico	FIC	Antonio Zavala
Las razones del corazón	Mexico, Spain	FIC	Arturo Ripstein
La vida sublime	Spain	FIC	Daniel Villamediana
Las viudas de los jueves	Argentina, Spain	FIC	Marcelo Pyñeiro
Las voces	Argentina	FIC	Pablo Torre
Lecciones para un beso	Colombia	FIC	Juan Pablo Bustamante
Leite e ferro	Brazil	DOC	Claudia Priscilla
Lengua materna	Argentina	FIC	Liliana Paolinelli
Leo e Bia	Brazil	FIC	Oswaldo Montenegro
Libra x Libra	Mexico	DOC	Rodrigo León
Liniers, el trazo simple de las cosas	Argentina	DOC	Franca González Serra
Lluvia	Argentina	FIC	Paula Hernández
Lo contrario al amor	Spain	FIC	Vicente Villanueva
Lo imposible	Spain	FIC	Juan Antonio Bayona
Lo mas importante de la vida es no haber muerto	Spain, Switzerland	FIC	Pablo Martín Torrado
Lo mejor de Eva	Spain	FIC	Mariano Barroso
Lo siniestro	Argentina	FIC	Sergio Mazurek
Lobos de Arga	Spain	FIC	Juan Martínez Moreno
Locas mujeres	Chile	DOC	María Elena Wood
Locos	Colombia	FIC	Harold Trompetero
Lokas	Chile	FIC	Gonzalo Justiniano
Lope	Brazil, Spain	FIC	Andrucha Waddington
Los abrazos rotos	Spain	FIC	Pedro Almodóvar
Los bastardos	France, Mexico	FIC	Amat Escalante
Los castigadores	Spain	FIC	Alfonso Arandia, Arantza Ibarra
Los colores de la montaña	Colombia, Panamá	FIC	Carlos César Arbelaez
Los crímenes de Oxford	Spain, UK	FIC	Álex de la Iglesia
Los girasoles ciegos	Spain	FIC	José Luis Cuerda
Los inadaptados	Mexico	FIC	Javier Colinas, Sergio Tovar

Los jóvenes muertos	Argentina	DOC	Leandro Listorti
Los labios	Argentina	FIC	Iván Fund, Santiago José Loza
Los Marziano	Argentina	FIC	Ana Katz
Los muertos no se tocan, nene	Spain	FIC	José Luis García Sánchez
Los niños salvajes	Spain	FIC	Patricia Ferreira
Los nueve puntos de mi padre	Argentina	DOC	Pablo Romano
Los ojos de Julia	Spain	FIC	Guillem Morales
Los olvidados de los olvidados	Spain	DOC	Carles Caparrós
Los otros californios	Mexico	DOC	César Talamantes
Los pasos dobles	Spain, Switzerland	FIC	Iñaki Lacuesta
Los Pelayos	Spain	FIC	Eduard Cortés
Los rollos perdidos	Mexico	DOC	Gibran Bazan
Los salvajes	Argentina, Países Bajos	FIC	Alejandro Fadel
Los santos sucios	Argentina, Italy	FIC	Luis Ortega
Los siete	Mexico	FIC	Sergio Goyri
Los últimos cristeros	Mexico, Países Bajos	FIC	Matías Meyer
Los últimos días de Emma Blank	Argentina, Netherlands	FIC	Alex Van Warmerdam
Los últimos héroes de la Península	Mexico	DOC	José Manuel Craviotto
Los viajes del viento	Argentina, Colombia, Germany	FIC	Ciro Guerra
Luces rojas	Spain, USA	FIC	Rodrigo Cortés
Lucía	Chile	FIC	Niles Atallah
Lula, el hijo del Brasil	Brazil	FIC	Fabio Barreto, Marcelo Santiago
Luna caliente	Spain	FIC	Vicente Aranda
Luna escondida	Mexico, USA	FIC	José Bohórquez
Luto em luta	Brazil	DOC	Pedro Serrano
Luz nas trevas - A volta do bandido da Luz Vermelha	Brazil	FIC	Helena Ignez, Ícaro Martins
Luz silenciosa	France, Germany, Mexico, Netherlands	FIC	Carlos Reygadas
Madre amadísima	Spain	FIC	Pilar Távora
Madres de mayo	Argentina	FIC	Pablo Yotich
Madres e hijas	Spain, USA	FIC	Rodrigo García
Madrid, 1987	Spain	FIC	David Trueba
Mae e filha	Brazil	FIC	Petrus Cariry
Maktub	Spain	FIC	Pablo Arango
Malón	Argentina	FIC	Fabián Fattore
Malu de bicicleta	Brazil	FIC	Flavio R. Tambellini
Mamá tomate la sopa	Colombia	FIC	Mario Ribero Ferreira
Mami Blue	Spain	FIC	Miguel Calvo Buttini
Mamonas pra sempre	Brazil	DOC	Claudio Kahns
Manda chuva	Mexico	AN	Alberto Mar
Mandrill	Chile	FIC	Ernesto Díaz Espinoza
Manolete	France, Spain, UK, USA	FIC	Menno Meyjes
Manuela y Manuel	Puerto Rico	FIC	Raul Marchand Sánchez
Mapa para conversar	Chile	FIC	Constanza Fernández
Mapocho	Chile	DOC	Santiago Elordi
Mar de fondo	Mexico	FIC	Raul Quintanilla
Maradona, médico de la selva	Argentina	DOC	Martín Serra
Marcelino pan y vino	Mexico	FIC	José Luis Gutiérrez
Marcelo Yuka no caminho das setas	Brazil	DOC	Daniela Broitman
Marcelo, la mafia y la estafa	Chile	FIC	Aníbal Herrera, Alejandro Salazar
Marcha da vida	Brazil, USA	DOC	Jessica Sanders
María	Puerto Rico	FIC	Fernando Allende
María y yo	Spain	DOC	Félix Fernández de Castro
Mariguella	Brazil	DOC	Isa Grinspum Ferraz

Martha	Mexico	FIC	Marcelino Islas Hernández
Masterplan	Argentina	FIC	Diego Levy, Pablo Levy
Matar a Videla	Argentina	FIC	Nicolás Capelli
Mauchos	Chile	DOC	Sebastián Moreno
Medianeras	Argentina, Spain	FIC	Gustavo Taretto
Medianoche en París	Spain, USA	FIC	Woody Allen
Memoria de mis putas tristes	Denmark, Mexico, Spain, USA	FIC	Henning Carlsen
Memoria para reincidentes	Argentina	DOC	Violeta Bruck, Javier Gabino
Memorias de un soldado	Venezuela	FIC	Caupolicán Ovalles
Menos que nada	Brazil	FIC	Carlos Gerbase
Mensajero	Argentina	DOC	Carlos Solá
Mentiras piadosas	Argentina	FIC	Diego Sabanes
Mercado de futuros	Spain	DOC	Mercedes Álvarez de la Mata
Meu mundo em perigo	Brazil	FIC	José Eduardo Belmonte
Meu país	Brazil	FIC	Andre Ristum
Mi gente linda mi gente bella	Colombia	FIC	Harold Trompetero
Mi hija	Argentina, France	FIC	Enrique Stavron
Mi primera boda	Argentina	FIC	Ariel Winograd
Mi último round	Chile	FIC	Julio Jorquera
Mi vida con Carlos	Chile, Spain	DOC	German Berger
Mi vida en ruinas	Spain, USA	FIC	Donald Petrie
Mía	Argentina	FIC	Javier Van de Couter
Miel de naranjas	Spain	FIC	Imanol Uribe
Mientras duermes	Spain	FIC	Jaume Balagueró
Miguel San Miguel	Chile	FIC	Matías Cruz
Mil cretinos	Spain	FIC	Ventura Pons
Mis días con Gloria	Argentina	FIC	Juan José Jusid
Misión explosiva	Mexico	FIC	Miguel Marte
Miss Bala	Mexico	FIC	Gerardo Naranjo
Miss Tacuarembó	Argentina, Spain, Uruguay	FIC	Martín Sastre
Misterios de Lisboa	Brazil, France, Portugal	FIC	Raoul Ruiz
Mitos y leyendas: la nueva alianza	Chile	FIC	José Luis Guridi
Moacir	Argentina	DOC	Tomas Lipgot
Montenegro	Argentina	DOC	Jorge Gaggero
Morelos	Mexico	FIC	Antonio Serrano
Morente	Spain	DOC	Emilio Ruiz Barrachina
Morgana	Mexico	FIC	Ramón Obón
Morgue Story	Brazil	FIC	Paulo Biscaia Filho
Morir como un hombre	France, Portugal	FIC	Joao Pedro Rodrigues
Morro do Céu	Brazil	DOC	Gustavo Spolidoro
Mosconi	Argentina	DOC	Lorena Riposati
Motivos para no enamorarse	Argentina	FIC	Mariano Mucci
Mr. Nice	Spain, UK	FIC	Bernard Rose
Mr. Sganzerla - Os Signos da Luz	Brazil	DOC	Joel Pizzini
Muerte en alto contraste	Venezuela	FIC	César Bolívar
Muita calma nessa hora	Brazil	FIC	Felipe Joffily
Muito além do peso	Brazil	DOC	Estela Renner
Mulatas! Um tufao nos quadris	Brazil	DOC	Walmor Pamplona
Mundialito	Brazil, Uruguay	DOC	Sebastián Bednarik
Música campesina	Chile, USA	FIC	Alberto Fuguet
Mystical	Spain	FIC	Ángel Alonso García
Na estrada	Brazil, USA	FIC	Walter Salles
Nacidas para sufrir	Spain	FIC	Miguel Albadalejo

Naco es chido	Mexico	FIC	Sergio Arau
Nagore	Spain	DOC	Helena Taberna
Nao se pode viver sem amor	Brazil	FIC	Jorge Durán
Nao se preocupe, nada vai dar certo	Brazil	FIC	Paulo Halm
Natimorto	Brazil	FIC	Paulo Machline
Naufragio	Germany, Spain	FIC	Paco León
Náufragos de los Andes	France, Spain	DOC	Gonzalo Arijón
Ne change rien	France, Portugal	DOC	Pedro Costa
Neighboring Sounds	Brazil	FIC	Kleber Mendonça Filho
Nestor Kirchner: La película	Argentina	DOC	Paula De Luque
Netto e o domador de cavalos	Brazil	FIC	Tabajara Ruas
Newen Mapuche	Chile	DOC	Elena Varela
Ni dios, ni patrón, ni marido	Argentina, Spain	FIC	Laura Mañá
Ni pies ni cabeza	Spain	FIC	Antonio Del Real
Ni un hombre más	Argentina	FIC	Martín Salinas
Nicaragua, el sueño de una generación	Argentina, Mexico, Nicaragua	DOC	Daniel Burak, Roberto Persano
Ningún amor es perfecto	Argentina	FIC	Pablo Sofovich
No controles	Spain	FIC	Borja Cobeaga
No eres tu, soy yo	Mexico	FIC	Alejandro Springall
No habrá paz para los malvados	Spain	FIC	Enrique Urbizu
No lo llares amor... llámalo x	Spain	FIC	Oriol Capel
No olho da rua	Brazil	FIC	Rogério Correa
No se lo digas a nadie (1998)	Peru, Spain	FIC	Francisco Lombardi
No te enamores de mi	Argentina	FIC	Federico Finkelstain
No tengas miedo	Spain	FIC	Montxo Armendáriz
No, la película	Chile, Mexico	FIC	Pablo Larraín
Noche sin fortuna	Argentina	DOC	Álvaro Cifuentes, Francisco Forbes
No-Do	Spain	FIC	Elio Quiroga
Norberto apenas tarde	Argentina, Uruguay	FIC	Daniel Hendler
Norteadó	Mexico, Spain	FIC	Rigoberto Perezcano
Nosilataj. La Belleza	Argentina	FIC	Daniela Seggiaro
Nosotras sin mamá	Argentina	FIC	María Eugenia Sueiro
Nosso lar	Brazil	FIC	Wagner De Assis
Nostalgia de la luz	Chile, France, Germany	DOC	Patricio Guzmán
Novias, madrinas, 15 años	Argentina	DOC	Diego Levy, Pablo Levy
O abraço corporativo	Brazil	DOC	Ricardo Kauffman
O amor Segundo B. Schianberg	Brazil	FIC	Beto Brant
O Apóstolo	Spain	AN	Fernando Cortizo
O bem amado	Brazil	FIC	Guel Arraes
O contestado	Brazil	DOC	Sylvio Back
O diário de Tati	Brazil	FIC	Mauro Farias
O filme dos espíritos	Brazil	FIC	Michel Dubret, André Marouco
O grao	Brazil	FIC	Petrus Cariry
O gringo	Brazil, Serbia	DOC	Darko Bajic
O homem do futuro	Brazil	FIC	Claudio Torres
O homem que engarrava nuvens	Brazil	DOC	Lírio Ferreira
O homen que nao dormia	Brazil	FIC	Edgar Navarro
O mineiro e o queijo	Brazil	DOC	Helvecio Rattton
O palhaço	Brazil	FIC	Selton Mello
O Rochedo e a Estrela	Brazil	DOC	Katia Mesel
O Samba que mora em mim	Brazil	DOC	Georgia Guerra-Peixe
O sol do meio dia	Brazil	FIC	Eliane Caffé
Ocean Blues	Mexico	FIC	Salomón Askenazi

Octubre	Peru	FIC	Daniel Vega, Diego Vega
Ojos rojos	Chile	DOC	Juan Ignacio Sabattini
Olentzero y el Iratxo	Spain	AN	Egoitz Rodríguez
Olhos azuis	Brazil	FIC	José Joffily
Onde a coruja dorme	Brazil	DOC	Marcia Derraik, Simplicio Neto
Opciones reales	Argentina	FIC	Silvio Fischbein
Open 24H	Spain	FIC	Carles Torras
Operación Comète	Spain	DOC	Fernando Bernués, Mireia Gabilondo
Operación E	France, Spain	FIC	Miguel Courtois
Ori	Georgia, Spain	FIC	Miguel Ángel Jiménez
Orillas	Argentina	FIC	Pablo César
Orquesta roja	Argentina	DOC	Nicolás Herzog
Orson West	Spain	FIC	Fran Ruvira
Os 3	Brazil	FIC	Nando Olival
Os famosos e os duendes da Morte	Brazil, France	FIC	Esmir Filho
Os inquilinos	Brazil	FIC	Sergio Binachi
Os monstros	Brazil	FIC	Pedro Diogenes, Guto Parente
Os Penetras	Brazil	FIC	Andrucha Waddington
Ostende	Argentina	FIC	Laura Citarella
Otra película de huevos y un pollo	Mexico	AN	Gabriel Riva Palacio
Otro corazón	Argentina	FIC	Tomás Sánchez
Otro entre otros	Argentina	DOC	Maximiliano Pelosi
Otro tipo de música	Mexico	FIC	Jorge Gutiérrez Razura
Otros silencios	Argentina, Canada, France	FIC	Santiago Amigorena
Oxígeno para vivir	Spain	DOC	Renato Sanjuan
Pa negre	Spain	FIC	Agustín Villaronga
Pachamama	Brazil	DOC	Eryk Rocha
Pacific	Brazil	DOC	Marcelo Pedroso
Paco	Argentina	FIC	Diego Rafecas
Padres de la plaza, 10 recorridos posibles	Argentina	DOC	Joaquín Daglio
Paintball	Spain	FIC	Daniel Benmayor
Pájaros de papel	Spain	FIC	Emilio Aragón
Pájaros volando	Argentina	FIC	Néstor Montalbano
Palavra (en)cantada	Brazil	DOC	Helena Solberg
Papá, soy una zombi	Spain	AN	Joan Espinach, Ricardo Ramón
Para que sirva un oso	Spain	FIC	Tom Fernández
Paraisos artificiais	Brazil	FIC	Marcos Prado
Paralelo 10	Brazil	DOC	Silvio Da-Rin
Parapolicial negro	Argentina	DOC	Valentín Javier Diment
Parque Via	Mexico	FIC	Enrique Rivero
Paseo de oficina	Chile	FIC	Roberto Artiagoitia
Passi el que passi	Spain	FIC	Robert Bellsola
Pastorela	Mexico	FIC	Emilio Portes
Patas arriba	Brasil, Colombia, Venezuela	FIC	Alejandro García Wiedemann
Pecados	Spain	FIC	Diego Yaker
Pecados de mi padre	Argentina, Colombia	DOC	Nicolás Entel
Pedra, peixe, río	Spain	DOC	Iban Ayesta
Peixonauta - Agente secreto do O.S.T.R.A	Brazil	AN	Celia Catunda, Kiko Mistrorigo
Peligro mortal	Mexico	FIC	Miguel Marte
Penumbra	Argentina	FIC	Adrián García Bogliano
Pepe & Rubianes	Spain	DOC	Manuel Huerga
Pequeñas voces	Colombia	AN	Jairo Eduardo Carrillo, Óscar Andrade
Pequeños vagos	Colombia	FIC	Carlos Zapata

Pérez	Chile	FIC	Álvaro Viguera
Perón, apuntes para una biografía	Argentina	DOC	Jorge Coscia
Perpetuum Mobile	Canada, France, Mexico	FIC	Nicolás Pereda
Perras	Mexico	FIC	Guillermo Ríos
Perro muerto	Chile	FIC	Camilo Becerra
Peter Capusotto y sus tres dimensiones	Argentina	FIC	Pedro Saborido
Piedra, papel o tijera	Venezuela	FIC	Hernán Jabes
Piñon Fijo y la magia de la música	Argentina	AN	Luciano Croatto, Francisco D'Intino
Plaga zombie: revolución tóxica	Argentina, Chile	FIC	Pablo Pares
Plan B	Argentina	FIC	Marco Berger
Planes para mañana	Spain	FIC	Juana Macías Alba
Platanito Show	Mexico	FIC	Iván Huerta, Jorge Urdapilleta
Plumíferos	Argentina	AN	Daniel De Felippo, Gustavo Giannini
Poema de salvación	Argentina	FIC	Brian Dublin
Póker	Colombia	FIC	Juan Sebastián Valencia
Polvo de ángel	Colombia, Mexico	FIC	Óscar Blancarte
Pompeya	Argentina	FIC	Tame Garateguy
Ponto org	Brazil	FIC	Patricia Moran
Por el camino	Brazil, Uruguay	FIC	Charly Braun
Por qué dejaron a Nacho?	Colombia	FIC	Fernando Ayllón
Por tu culpa	Argentina	FIC	Gonzalo González
Porfirio	Colombia, Spain, Uruguay	FIC	Alejandro Landes
Porta a porta. A politica em dois tempos	Brazil	DOC	Marcelo Brennand
Post Mortem	Chile, Germany, Mexico	FIC	Pablo Larrain
Post tenebras lux	France, Germany, Mexico, Netherlands	FIC	Carlos Reygadas
Postales colombianas	Colombia	FIC	Ricardo Coral-Dorado
Presunto culpable	Mexico	DOC	Roberto Hernández, Geoffrey Smith
Primos	Spain	FIC	Daniel Sánchez Arévalo
Programa Casé – O que a gente não inventa, não existe	Brazil	DOC	Estevao Chavatta
Promoción fantasma	Spain	FIC	Javier Ruiz Caldera
Propios y extraños	Argentina, Germany, Spain	FIC	Manolo González
Prova de artista	Brazil	DOC	José Joffily
Pura vida	Spain	DOC	Migueltxo Molina
Putos peronistas, cumbia del sentimiento	Argentina	DOC	Rodolfo Cesatti
Puzzled love	Spain	FIC	Gaby Amione, Pau Balagué
Qualquer Gato Vira-Lata	Brazil	FIC	Daniela De Carlo, Tomás Portella
Qué culpa tiene el tomate?	Argentina, Bolivia, Brazil, Peru, Venezuela	DOC	Jorge Coira, Alejo Hoiyman
Qué detectives	Venezuela	FIC	Carlos Daniel Malavé
Que lo pague la noche	Argentina	FIC	Néstro Mazzini
Que parezca un accidente	Spain	FIC	Gerardo Herrero
Que pena tu boda	Chile	FIC	Nicolás López
Que pena tu vida	Chile	FIC	Nicolás López
Que se mueran los feos	Spain	FIC	Nacho García Velilla
Quebradeiras	Brazil	DOC	Evaldo Mocarzel
Quebrando o Tabu	Brazil, UK	DOC	Fernando Grostein Andrade
Quem se importa	Brazil, Peru, USA	DOC	Mara Mourao
Quemando suerte	Spain	FIC	Luis F. Lodos
Querida, voy a comprar cigarrillos y vuelvo	Argentina	FIC	Mariano Cohn, Gastón Duprat
Queridísimos intelectuales	Spain	DOC	Carlos Cañeque
Quincas Berro D'Agua	Brazil	FIC	Sergio Machado
Rabia	Colombia, Mexico, Spain	FIC	Sebastián Cordero
Raul Seixas: O início, o fim e o meio	Brazil	DOC	Walter Carvalho
Rawson	Argentina	DOC	Nahuel Machesich, Luciano Zito

Rec 2	Spain	FIC	Jaume Balagueró, Francisco Plaza
Rec 3	Spain	FIC	Francisco Plaza
Redención	Mexico	FIC	Juan P. Cortés, José A. Hernández
Reflexoes de um liquidificador	Brazil	FIC	André Klotzel
Regresa	Mexico, Spain	FIC	Alejandro González Padilla
Rehén de ilusiones	Argentina	FIC	Eliseo Subiela
Rehje	Mexico	DOC	Raul Cuesta, Anais Huerta
Reidy, a construção da utopia	Brazil	DOC	Ana María Magalhaes
Reis e ratos	Brazil	FIC	Mauro Lima
Res pública	Spain	FIC	José María Nunes
Retornos	Spain	FIC	Luis Avilés
Retratos en un mar de mentiras	Colombia	FIC	Carlos Gaviria
Reus	Brazil, Uruguay	FIC	Eduardo Piñero
Reveron	Venezuela	FIC	Diego Risquez
Revolución	Mexico	FIC	Mariana Chenillo, Fernando Eimbcke
Revolución: el cruce de los Andes	Argentina	FIC	Leandro Ipiña
Ricardo Becher, recta final	Argentina	DOC	Tomás Lipgot
Río de oro	Mexico, USA	FIC	Pablo Aldrete
Río Sonata: Nana Caymmi	Brazil, Switzerland	DOC	Georges Gachot
Rita Cadillac, a lady do povo	Brazil	DOC	Toni Venturi
Rita y Li	Argentina	FIC	Francisco D'Intino
Road July	Argentina	FIC	Gaspar Gómez
Road to Wacken	Spain	FIC	Pablo Aragués
Rock Brasilia - Era de Ouro	Brazil	DOC	Vladimir Carvalho
Rock Mari	Mexico	FIC	Chava Cartas
Romance de formação	Brazil	DOC	Juli De Simone
Rompecabezas	Argentina, France	FIC	Natalia Smirnoff
Rosa y negro	France, Spain	FIC	Gerard Junot
Route Irish	France, Italy, Spain, UK	FIC	Ken Loach
Sagrado segredo	Brazil	DOC	André Luiz Oliveira
Sal	Argentina, Chile	FIC	Diego Rougier
Salamandra	Argentina, France, Germany	FIC	Pablo Agüero
Saluda al diablo de mi parte	Colombia	FIC	Juan Felipe Orozco
Salvando al soldado Pérez	Mexico	FIC	Beto Gómez
Samuel	Venezuela	FIC	César Lucena
Sanandresito	Colombia	FIC	Alessandro Angulo
Sánchez Besa, el poeta del aire	Chile	DOC	Iván Godoy, Yanko Rosenmann
Santos: 100 nos de futebol arte	Brazil	DOC	Linda Chamie
Sao Paulo Companhia de dança	Brazil	DOC	Evaldo Mocarzel
Schop Sui	Chile	FIC	Edgardo Viereck
Scruff en el sueño de una noche de verano	Spain	AN	Antoni D'Ocon
Scruff en Halloween	Spain	AN	Antoni D'Ocon
Secuestrados	Spain	FIC	Miguel Ángel Vivas
Secuestro y muerte	Argentina, Mexico	FIC	Rafael Filippelli
Seguir siendo: Café Tacvba	Mexico	DOC	Ernesto Contreras, José M. Craviotto
Segurança Nacional	Brazil	FIC	Roberto Carminati
Seis puntos sobre Emma	Spain	FIC	Roberto Pérez Toledo
Selkirk, el verdadero Robinson Crusoe	Argentina, Chile, Uruguay	AN	Walter Tournier
Señora de	Spain	DOC	Patricia Ferreira
Sequestro	Brazil	DOC	Jorge W. Atalla
Seres: Génesis	Mexico	FIC	Ángel M. Huerta
Sesion 1.16	Spain	FIC	José Javier Hernán
Sewell, la ciudad de las montañas	Chile	DOC	Gonzalo Paiva

Sexo, amor y otras perversiones 2	Mexico	FIC	Chava Cartas
Sexo, dignidad y muerte	Argentina	DOC	Lucrecia Mastrangelo
Sibila	Chile, Peru, Spain	DOC	Teresa Arredondo
Sidra	Argentina	FIC	Diego Recalde
Siempre hay tiempo	Spain	FIC	Ana Rosa Diego
Siete instantes	Mexico	DOC	Diana Cardozo
Silencio en el paraíso	Colombia	FIC	Colbert García
Silencio en la nieve	Lithuania, Spain	FIC	Gerardo Herrero
Simples mortais	Brazil	FIC	Mauro Giuntini
Sin ella	Mexico	FIC	Jorge Colón
Sin memoria	Mexico	FIC	Sebastián Borensztein
Sin palabras	Colombia	FIC	Diego F. Bustamante, Ana S. Osorio
Sin retorno	Argentina	FIC	Miguel Cohan
Sin tetas no hay paraíso	Colombia	FIC	Gustavo Bolívar Moreno
Sinbad	Spain	FIC	Antón Dobao
Singularidades de una chica rubia	France, Portugal, Spain	FIC	Manoel De Oliveira
SMO, el batallón olvidado	Argentina	DOC	Marcelo Goyeneche
Só dez por cento é mentira	Brazil	DOC	Pedro Cezar
Soberano - Seis Vezes Sao Paulo	Brazil	DOC	Carlos Nader
Soberano 2 - A historica conquista do mundial de 2005	Brazil	DOC	Mauricio Arruda, Carlos Nader
Sofía y El Terco	Colombia	FIC	Andrés Burgos
Sofía, cumple 100 años	Argentina	DOC	Hernán Belón
Soi Cumbio	Argentina	DOC	Andrea Yannino
Soledad y Larguirucho	Argentina	AN	Manuel G. Ferré, Nestor Montalbano
Solidao e fé	Brazil	DOC	Tatiana Lohmann
Solo en casa	Venezuela	FIC	Manuel Pifano
Solos en la ciudad	Argentina	FIC	Diego Corsini
Somos lo que hay	Mexico	FIC	Jorge Michel Grau
Sonhos Roubados	Brazil	FIC	Sandra Werneck
Stefan vs Kramer	Chile	FIC	Stephan Kramer
Suave patria	Mexico	FIC	Francisco Javier Padilla
Subhysteria	USA, Venezuela	FIC	Leonard Zelig
Sudoeste	Brazil	FIC	Eduardo Nunes
Sudor frío	Argentina	FIC	Adrián García Bogliano
Sueño y silencio	France, Spain	FIC	Jaime Rosales Fontcuberta
Supremacia vermelha	Brazil	DOC	Fabiano de Souza
Swift: dos siglos bajo el mar	Argentina	DOC	Uriel Sokolowicz
Taita Boves	Venezuela	FIC	Luis Alberto Lamata
También la lluvia	France, Mexico, Spain	FIC	Iciar Bollain
Tancredo, a travessia	Brazil	DOC	Silvio Tendler
Tarata	Peru	FIC	Frabrizio Aguilar
Tata Cedrón	Argentina, Spain	DOC	Fernando Pérez Vacchini
Te creís la mas linda	Chile	FIC	Che Sandoval
Te extraño	Argentina, Mexico, Uruguay	FIC	Fabián Hofman
Te presento a Laura	Mexico	FIC	Fez Noriega
Tendida mirando las estrellas	Chile	FIC	Andrés Racz
Tengo ganas de ti	Spain	FIC	Fernando González Molina
Tensión sexual no resuelta	Spain	FIC	Miguel Ángel Lamata
Tequila	Mexico	FIC	Sergio Sánchez Suárez
Tercer mundo	Chile, Costa Rica	FIC	César Caro Cruz
Terra deu, terra come	Brazil	DOC	Rodrigo Siqueira
Terras	Brazil	FIC	Maya Werneck Da-Rin
Testimonios de una vocación: Edmund Valladares	Argentina	DOC	Jaime L. Lozano, Eduardo López

Tetro	Argentina, Italy, Spain, USA	FIC	Francis Ford Coppola
The human tower	Chile, India, Spain, USA	DOC	Cano Rojas, Ram Devineni
The Kid: Chamaco	Mexico, USA	FIC	Miguel Necochea
The symmetry of Love	Spain	FIC	Aitor Gaizka
The two Escobars	Colombia, USA	DOC	Jeff Zimbalist, Michael Zimbalist
The Way	Spain, USA	FIC	Emilio Estévez
The wish fish	Spain	DOC	Iván Oneka, Gorka Vázquez
This is not a movie	Mexico	FIC	Olallo Rubio
Tiempo muerto	Argentina	DOC	Baltazar Tokman, Iván Tokman
Tiempos de dictadura	Venezuela	DOC	Carlos Oteyza
Tiempos menos modernos	Argentina, Chile	FIC	Simón Franco
Tierra adentro	Argentina	DOC	Ulises De la Orden
Tierra de los padres	Argentina	FIC	Nicolás Prividera
Tierra de mujeres: de Winifreda a Famatina	Argentina	DOC	Miguel Mirra
Tierra sublevada 2: Oro negro	Argentina, Venezuela	DOC	Fernando Solanas
Tijuana: sonidos del Nortec	Mexico	DOC	Alberto Cortés
Tin Tan	Mexico	DOC	Francesco Taboada Tabone
Tito, el navegante	Argentina	DOC	Alcides Chiesa, Carlos E. Martínez
Todas las canciones hablan de mi	Spain	FIC	Jonás Trueba
Todo es silencio	Spain	FIC	José Luis Cuerda
Todo lo que tu quieras	Spain	FIC	Achero Mañas
Todo mundo tem problemas sexuais	Brazil	FIC	Domingos de Oliveira
Todo poderoso: o filme - 100 anos de Timao	Brazil	DOC	Ricardo Aidar, André Garolli
Todos hemos pecado	Mexico	FIC	Alejandro Ramírez
Todos mienten	Argentina	FIC	Matías Piñeiro
Todos tenemos un plan	Argentina, Germany, Spain	FIC	Ana Piterbarg
Todos tus muertos	Colombia	FIC	Carlos Moreno
Todos vosotros sois capitanes	Spain	DOC	Oliver Laxe
Top Models – Um Conto de Fadas Brasileiro	Brazil	DOC	Richard Luiz
Topos	Argentina	FIC	Emiliano Romero
Torrente 4	Spain	FIC	Santiago Segura
Totalmente inocentes	Brazil	FIC	Rodrigo Bittencourt
Trabalhar cansa	Brazil	FIC	Marco Dutra, Juliana Rojas
Traficantes de sueños	Mexico, USA	FIC	Álex Rivera
Tralas Luces	Argentina, Portugal, Spain	DOC	Sandra Sánchez
Transcendendo Lynch	Brazil	DOC	Marcos Andrade, Julia Martins
Transeunte	Brazil	FIC	Eryk Rocha
Transgression	Canada, Italy, Spain	FIC	Enric Alberich
Travesía del desierto	Mexico	FIC	Mauricio Walerstein
Tres	Argentina, Chile, Germany, Uruguay	FIC	Daniel Andrade, Anahi Hoeneisen
Tres metros sobre el cielo	Spain	FIC	Fernando González Molina
Tropa de Elite 2	Brazil	FIC	José Padilha
Tropicália	Brazil, USA	DOC	Marcelo Machado
Tropicalismo now!	Brazil	DOC	Francisco C. Filho, Ninho F. Moraes
Tupac Amaru: algo esta cambiando	Argentina	DOC	Magalí Buj, Federico Palumbo
Turistas	Chile	FIC	Alicia Scherson
Ulises	Chile	FIC	Óscar Godoy
Um assalto de fé	Brazil	FIC	Cibele Amaral
Um homem qualquer	Brazil	FIC	Caio Vecchio
Um lugar ao sol	Brazil	DOC	Gabriel Mascará
Uma longa viagem	Brazil	DOC	Lucía Murat
Uma noite em 67	Brazil	DOC	Ricardo Calil, Renato Terra
Uma professora muito maluquinha	Brazil	FIC	Andre Alves Pinto, César Rodrigues

Un amor	Argentina	FIC	Paula Hernández
Un amor de película	Argentina, Italy, Spain	FIC	Diego Musiak
Un buen día	Argentina, USA	FIC	Nicolás Del Boca
Un cine como tu en un país como este	Spain	DOC	Chema de la Peña
Un cuento chino	Argentina, Spain	FIC	Sebastián Borensztein
Un día en Constitución	Argentina	DOC	Juan Dickinson
Un día menos	Mexico	DOC	Dariela Ludlow
Un dios salvaje	France, Germany, Poland, Spain	FIC	Roman Polanski
Un fueguito. La Historia de César Milstein	Argentina	DOC	Ana Fraile
Un lugar lejano	Argentina, Spain, Venezuela	FIC	José Ramón Novoa
Un mexicano más	Mexico	FIC	René Cardona
Un mundo casi perfecto	Spain	FIC	Esteban Ibarretxe
Un mundo misterioso	Argentina, Germany	FIC	Rodrigo Moreno
Un mundo seguro	Argentina	FIC	Eduardo Spagnuolo
Un rey para la Patagonia	Argentina, France	DOC	Lucas Turturro
Un tren a Pampa Blanca	Argentina, Spain	DOC	Rodolfo Pochat
Una canción	Spain	FIC	Inmaculada Hoces
Una cita, una fiesta y un gato negro	Argentina	FIC	Ana Halabe
Una hora más en Canarias	Colombia, Spain	FIC	David Serrano
Una mirada al mar	Venezuela	FIC	Andrea Ríos
Una mujer sucede	Argentina	FIC	Pablo Bucca
Una pared para Cecilia	Mexico	FIC	Hugo Rodríguez
Una pistola en cada mano	Spain	FIC	Cesc Gay
Uno	Argentina	FIC	Dieguillo Fernández
Utopía e barbárie	Brazil	DOC	Silvio Tendler
Vaho	Mexico	FIC	Alejandro Berger
Vale dos esquecidos	Brazil	DOC	Maria Raduan
Valentino y el clan del Can	Peru	AN	Wendy Ramos
Valeria Descalza	Cuba, Spain	FIC	Ernesto Del Río
Vaquero	Argentina	FIC	Juan Minujín
Vecinos	Argentina	FIC	Rodolfo Durán
Venezia	Venezuela	FIC	Haik Gazarian
Venid a las cloacas	Spain	DOC	Daniel Arasanz
Verano de Goliath	Canada, Mexico, Netherlands	FIC	Nicolás Pereda
Verano maldito	Argentina, Italy	FIC	Luis Ortega
Verbo	Spain	FIC	Eduardo Chaperó Jackson
Verdades verdaderas. La vida de Estela	Argentina, Spain	FIC	Nicolás Gil Lavedra
Vete más lejos Alicia	Mexico	FIC	Elisa Miller
Viaje a Tulum	Mexico	FIC	Eduardo Villanueva
Viaje de generación	Mexico	FIC	Alejandro Gamboa
Viaje mágico a África	Spain	FIC	Jordi Llompart
Viaje redondo	Mexico	FIC	Gerardo Tort
Viajo porque preciso, vuelvo porque te amo	Brazil	FIC	Karim Ainouz, Marcelo Gomes
Vicentino: solo un momento	Argentina	DOC	Santiago Parysow
Victorio	Mexico	FIC	Armando Croda, Alex Noppel
Vida Express	Mexico	FIC	Valentín Santana
Vida sobre rodas	Brazil	DOC	Daniel Baccaro
Vidas pequeñas	Spain	FIC	Enrique Gabriel
Vienen por el oro, vienen por todo	Argentina, Bolivia	DOC	Pablo D'Alo Abba, Cristián Harbaruk
Viento en contra	Mexico	FIC	Walter Doehner
Viernes de ánimas	Mexico	FIC	Raul Pérez Gámez
Vikingo	Argentina	FIC	José Campusano
Vilamor	Spain	FIC	Ignacio Vilar

Violeta se fue a los cielos	Argentina, Brazil, Chile, France	FIC	Andrés Wood
Vips	Brazil	FIC	Toniko Melo
Vips - Histórias Reais de um Mentiroso	Brazil	DOC	Mariana Caltabiano
Virando bicho	Brazil	DOC	Alexandre Carvalho, Dilvia Fraiha
Visa al paraíso	Mexico	DOC	Lillian Lieberman
Viudas	Argentina	FIC	Marcos Carnevale
Vivan las antipodas!	Argentina, Chile, Germany, Netherlands	DOC	Victor Kossakovsky
Vivir para siempre	Spain, UK	FIC	Gustavo Ron
Voces desde Mozambique	Portugal, Spain	DOC	Susana Guardiola, Françoise Polo
Volvete a ver	Mexico	FIC	Gustavo Garzón
Vou rifar meu coração	Brazil	DOC	Ana Rieper
Vulnerables	Spain	FIC	Miguel Cruz
Walachai	Brazil	DOC	Rejane Zilles
Waste Land	Brazil, UK	DOC	Lucy Walker
Wayuu: La niña de Maracaibo	Venezuela	FIC	Miguel Curiel
Wilaya	Spain	FIC	Pedro Pérez Rosado
Xico Stockinger	Brazil	DOC	Frederico Mendina
Xingu	Brazil	FIC	Cao Hamburger
Xora	France, Spain	FIC	Peio Cachena
XP	Spain	FIC	Sergi Vizcaino
Yankuba	Spain	DOC	Emanuele Tiziani
Yatasto	Argentina	DOC	Hermes Paralluelo
Yo recibí las peores noticias de tus labios	Brazil	FIC	Beto Brant, Renato Ciasca
Yo, también	Spain	FIC	Antonio Naharro, Álvaro Pastor
Z-baw	Mexico	AN	Ricardo Gómez
Zenitram, hay un argentino que vuela	Argentina, Spain	FIC	Luis Barone
Zona Sur	Bolivia	FIC	Juan Carlos Valdivia
Zuloak	Spain	DOC	Fermín Muguruza

El nuevo *Panorama Audiovisual Iberoamericano* (PAIB) editado por **EGEDA** constituye un estudio global basado en la experiencia acumulada en las publicaciones sucesivas del tradicional *Panorama Audiovisual* y un valor añadido de la actividad de la Entidad en los países del alcance del estudio que en ambos casos se remonta a los inicios de los años 2000. La publicación nace con la intención de documentar la organización audiovisual iberoamericana, registrar el consumo de obras audiovisuales en las diferentes *pantallas*, medir el avance de la modernización tecnológica de las telecomunicaciones en la región y dejar constancia de los retos de la industria audiovisual iberoamericana y su potencial en el futuro.

El alcance del PAIB emana del adjetivo gentilicio *iberoamericano*, que según la RAE hace referencia a los países americanos de lengua española y portuguesa, pero en ocasiones incluye también en su designación a lo perteneciente o relativo a **España y Portugal**. Este punto conviene distinguirlo del adjetivo gentilicio *latinoamericano*, referente a los países americanos donde se hablan lenguas romances (español, portugués y francés).

La *América iberoamericana* incluye 20 países: **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**. La *América latinoamericana* incluye a los 20 países anteriores más los tres países de habla francesa: Belice, Guayana Francesa y Haití.

El alcance del estudio también incluye a los **Estados Unidos** de América, que no está considerado como un país *iberoamericano* pero hay tres consideraciones que obligan a incluirlo en el PAIB: un 15% de su población habla el español, los evidentes lazos limítrofes y trasatlánticos y la influencia mundial de la industria audiovisual americana. Por tanto, el **universo general** del PAIB analiza la situación audiovisual de **23 países** divididos en tres ejes: el iberoamericano (20 países), el europeo (España y Portugal) y el norteamericano (Estados Unidos) y la profundidad del alcance depende de los casos en los que EGEDA dispone de mediciones estándares de proveedores sectoriales independientes, informes estadísticos e históricos de organismos oficiales o de estudios audiovisuales profesionales.

La **estructura conceptual** del PAIB se sustenta en seis aspectos de la *Industria Audiovisual*, correlacionados con cada uno de los capítulos:

- 1) Organización audiovisual de los países iberoamericanos
- 2) Producción y exhibición cinematográfica
- 3) La producción y consumo de Ficción televisiva
- 4) Universo televisivo y grado de digitalización

- 5) Formación reglada audiovisual
- 6) Promoción e implantación de nuevos negocios

El **capítulo 2** sobre la producción y exhibición cinematográfica en Iberoamérica se basa en los datos de **RENTRAK** que opera en ocho países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Venezuela y Estados Unidos.

Las delegaciones de EGEDA en determinados países han aportado datos sectoriales comparables con los anteriores, como en el caso de Ecuador y Paraguay. De otros países como Bolivia, Perú, Portugal o Uruguay se dispone de datos estándar provenientes de sus institutos oficiales de cinematografía o del *Focus. Marché du Film* publicado por el Observatorio Europeo del Audiovisual.

El **capítulo 3** sobre la producción de ficción iberoamericana y su difusión en televisión se basa en los datos de **OBITEL** (Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva) a través de su publicación anual que abarca un total de once países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, Portugal, Uruguay, Venezuela y Estados Unidos. Además, a estos países hay que sumar a Paraguay que aporta datos comparables provenientes de IBOPE.

El **capítulo 4** sobre el panorama televisivo y el grado de digitalización incide sobre diferentes aspectos del binomio comunicación y consumo audiovisual, previo a una delimitación del territorial, demográfico y económica que representa los países de alcance del PAIB.

Los datos comunes televisivos se refieren a la implantación de la TDT, consumo de televisión y penetración de la televisión de pago. Los datos comunes sobre las telecomunicaciones hacen referencia a la penetración de la telefonía fija y móvil y a la disponibilidad de acceso a Internet y su uso.

Las fuentes de referencia del capítulo 4 son muy variadas en consonancia con la variedad de datos que lo conforman: The World Factbook de la CIA (Datos geográficos, demográficos, económicos y tecnológicos), Institutos de estadística oficial de los diferentes países (datos poblacionales y demográficos), EurodataTV de Mediametrie (datos de consumo de televisión y cuota de cadenas), ComScore e Internetworldstats (datos de penetración y consumo en internet) y la consultora Business Bureau (datos de penetración de la televisión de pago y cuota de operadores).

La **metodología operativa** del PAIB está condicionada por la disponibilidad de datos de medida de la actividad audiovisual e informaciones solventes de los agentes oficiales y empresas sectoriales. Las particularidades por capítulo son las siguientes:

Capítulo 2: El esquema genérico del capítulo utilizado tanto para la introducción general como en el análisis de los países es el siguiente:

- Panorama cinematográfico
- Espectadores e ingresos cinematográficos
- Cuota de mercado de los estrenos según su origen
- Ranking de distribuidoras
- Ranking de películas

El tratamiento de los datos 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 y en los casos en los que se ha hecho la conversión de euros a dólares, se utiliza el precio oficial de cambio al 31 de diciembre del año en curso.

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. La abreviatura *est.* significa *estimado* y se ha utilizado 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 3: 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 y audiencia de los subgéneros de ficción en las cadenas de televisión del país de emisión.
- Distribución de la Ficción de estreno acumulada y por países de origen (títulos, emisiones, tiempo).
- 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
- Títulos de Ficción de estreno (origen, género, año de emisión y cadenas).
- Títulos de películas y series emitidas en canales extranjeros procedentes del país de emisión.

El tratamiento de los datos OBITEL solo se ha ampliado para elaboración de un estudio previo acumulativo del conjunto de países iberoamericanos de alcance en uno solo. En este caso algunas definiciones de subgéneros de ficción menos frecuentes, como los *unitarios* o *dramatizados* se han incluido directamente en la categoría de *series*. Este subgénero incluye el serial (con continuidad argumental) y la serie (sin continuidad argumental) y excluye a las *telenovelas* y las *comedias* (series de humor o de *sketchs* y *sitcoms*).

Las franjas horarias varían de un país a otro. El intervalo horario más común es la siguiente:

- Mañana: 6:00-12:00
- Tarde: 12:00-21:00
- Prime time: 21:00-00:00
- Nocturno: 00:00-06:00

Capítulo 4: El esquema genérico del capítulo utilizado tanto para la introducción general como en el análisis de los países es el siguiente:

- Panorama televisivo y digital
- Consumo televisivo y cuota de cadenas (anual y *prime time*)
- Penetración de la televisión de pago
- Disponibilidad de acceso a internet y consumo

Las fechas de desarrollo de la televisión digital terrestre no son definitivas, sobretudo en el caso de la transición total, ya que pueden variar en función de la evolución real de la implantación en cada país.

Los datos de consumo de televisión siempre están referidos a los minutos de visionado por persona y día y los de consumo en internet en horas mensuales por usuario. Los universos muestrales están reflejados en los estudios correspondientes.

(Capítulos 2, 3 y 4)

PANORAMA GLOBAL

- Base de datos Erato. EGEDA
- Formulario PAIB-2013. EGEDA
- Portal web IMDB.com
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency (US)
- Base de datos Rentrak
- Focus 2010, 2011, 2012. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
- Producción y Mercados del Cine Latinoamericano en la Primera Década del Siglo XXI. Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano y Observatorio del Cine y el Audiovisual. 2011.
- Anuario del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva 2010, 2011, 2012. Obitel
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- One Television year in the World 2010, 2011, 2012. Eurodata TV
- AudiTV. Business Bureau
- Statistics In Focus 2012. Eurostat. Unión Europea
- Internetworldstats 2012. Miniwatts Marketing Group
- Futuro Digital 2013. ComScore

ARGENTINA

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Rentrak
- Anuario de la industria cinematográfica. INCAA. Argentina
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Indec). Argentina
- Focus 2013. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
- Anuario del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva. Obitel
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- One Television year in the World 2013. Eurodata TV
- AudiTV. Business Bureau
- Internetworldstats. Miniwatts Marketing Group
- Futuro Digital 2013. Comscore

BOLIVIA

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Instituto Nacional de Estadística. Bolivia
- Focus 2013. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- AudiTV. Business Bureau
- Internetworldstats Miniwatts Marketing Group

BRASIL

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Rentrak
- Informe de Acompañamiento de Mercado. ANCINE. Brasil
- Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística. Brasil
- Focus 2013. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
- Anuario del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva. Obitel
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- One Television year in the World 2013. Eurodata TV
- AudiTV. Business Bureau
- Internetworldstats. Miniwatts Marketing Group
- Futuro Digital 2013. Comscore

CHILE

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Rentrak
- II Panorama del Audiovisual Chileno. Facultad de Comunicaciones de la UC, EGEDA y BID.
- Instituto Nacional de Estadísticas. Chile
- Focus 2013. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
- Anuario del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva. Obitel
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- One Television year in the World 2013. Eurodata TV
- AudiTV. Business Bureau
- Internetworldstats. Miniwatts Marketing Group
- Futuro Digital 2013. Comscore

COLOMBIA

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Rentrak
- Formulario PAIB-2013. EGEDA Colombia
- Proimagenes Colombia. Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica. Colombia
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Colombia
- Focus 2013. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
- Anuario del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva. Obitel
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- One Television year in the World 2013. Eurodata TV
- AudiTV. Business Bureau
- Internetworldstats. Miniwatts Marketing Group
- Futuro Digital 2013. Comscore

COSTA RICA

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Costa Rica.
- Portal web del Ministerio de Telecomunicaciones de Costa Rica
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- One Television year in the World 2013. Eurodata TV
- Internetworldstats. Miniwatts Marketing Group

CUBA

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Oficina Nacional de Información y Estadística (ONEI). Cuba
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- Internetworldstats. Miniwatts Marketing Group

ECUADOR

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Formulario PAIB-2013. EGEDA Ecuador
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Ecuador.
- Anuario del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva. Obitel
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- One Television year in the World 2013. Eurodata TV
- AudiTV. Business Bureau
- Internetworldstats. Miniwatts Marketing Group

EL SALVADOR

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC). El Salvador.
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- AudiTV. Business Bureau
- Internetworldstats. Miniwatts Marketing Group

GUATEMALA

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- One Television year in the World 2013. Eurodata TV
- AudiTV. Business Bureau
- Internetworldstats. Miniwatts Marketing Group

ESPAÑA

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Rentrak

- Anuario del Mercado Cinematográfico. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. España
- Base de datos de películas calificadas. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. España.
- Instituto Nacional de Estadística (INE). España
- Focus 2013. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
- Anuario de audiencias de Televisión 2012. Kantar Media.
- Anuario del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva. Obitel
- Panorama Audiovisual 2012. EGEDA
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- One Television year in the World 2013. Eurodata TV
- Statistics In Focus 2012. Eurostat. Unión Europea
- Anuario de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones 2012. CMT. España
- Internetworldstats Miniwatts Marketing Group
- Futuro Digital 2013. Comscore

HONDURAS

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- AudiTV. Business Bureau
- Internetworldstats. Miniwatts Marketing Group

MÉXICO

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Rentrak
- Anuario Estadístico del Cine Mexicano. IMCINE. México
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). México.
- Focus 2013. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
- Anuario del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva. Obitel
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- One Television year in the World 2013. Eurodata TV
- Internetworldstats Miniwatts Marketing Group
- Futuro Digital 2013. Comscore

NICARAGUA

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- AudiTV. Business Bureau
- Internetworldstats. Miniwatts Marketing Group

PANAMÁ

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC). Panamá
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- One Television year in the World 2013. Eurodata TV
- AudiTV. Business Bureau
- Internetworldstats. Miniwatts Marketing Group

PARAGUAY

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Formulario PAIB-2013. EGEDA Paraguay
- Dirección General de Estadística, Encuestas y Censos (DGEEC). Paraguay
- Anuario de audiencia 2010, 2011, 2012. Ibope Media. Paraguay
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- One Television year in the World 2013. Eurodata TV
- Internetworldstats Miniwatts Marketing Group

PERÚ

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Rentrak
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Perú
- Portal Web cineencuentro (Perú). Cine peruano 2010, 2011, 2012
- Portal Web elcomercio (Perú). Las películas más vistas en el Perú 2011 y 2012
- Focus 2013. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
- Anuario del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva. Obitel
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- One Television year in the World 2013. Eurodata TV
- AudiTV. Business Bureau
- Internetworldstats. Miniwatts Marketing Group
- Futuro Digital 2013. ComScore

PORTUGAL

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Rentrak
- Anuario do cine portugues. ICA. Portugal
- Instituto Nacional de Estatística (INE). Portugal
- Focus 2013. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
- Anuario del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva. Obitel
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- One Television year in the World 2013. Eurodata TV
- Statistics In Focus 2012. Eurostat. Unión Europea
- Internetworldstats. Miniwatts Marketing Group
- Futuro Digital 2013. ComScore

PUERTO RICO

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Instituto de Estadísticas de Puerto Rico (IEPR). Puerto Rico
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- One Television year in the World 2013. Eurodata TV
- Internetworldstats. Miniwatts Marketing Group
- Futuro Digital 2013. ComScore

REPÚBLICA DOMINICANA

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Oficina Nacional de Estadística (ONE). República Dominicana
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- One Television year in the World 2013. Eurodata TV
- Internetworldstats. Miniwatts Marketing Group

URUGUAY

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Instituto Nacional de Estadística (INE). Uruguay
- Focus 2013. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
- Anuario del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva. Obitel
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- One Television year in the World 2013. Eurodata TV
- AudiTV. Business Bureau
- Internetworldstats. Miniwatts Marketing Group

VENEZUELA

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Rentrak
- Oficina Central de Estadística e Informática (OCEI). Venezuela
- Focus 2013. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
- Anuario del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva. Obitel
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- One Television year in the World 2013. Eurodata TV
- AudiTV. Business Bureau
- Internetworldstats. Miniwatts Marketing Group
- Futuro Digital 2013. Comscore

USA

- Base de datos Erato. EGEDA
- The World Factbook 2012. Central Intelligence Agency
- Rentrak
- U. S. Census Bureau. Estados Unidos
- Focus 2013. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
- Anuario del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva. Obitel
- Base de datos Eurodata TV. Mediametrie
- One Television year in the World 2013. Eurodata TV
- Internetworldstats. Miniwatts Marketing Group
- Futuro Digital 2013. Comscore



AUDIO
VISUAL
S.G.R.

SOCIEDAD DE GARANTÍA RECÍPROCA
PARA EL SECTOR AUDIOVISUAL

TU
**ALTERNATIVA
FINANCIERA**

YOUR
**FINANCIAL
CHOICE**

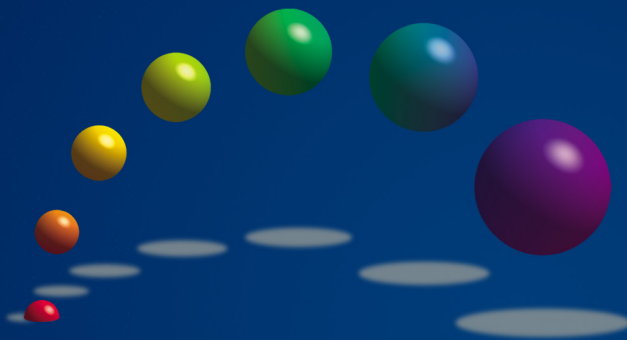
SOCIEDAD DE GARANTÍA RECÍPROCA
PARA EL SECTOR AUDIOVISUAL

Luis Buñuel, 2. 2º. Ciudad de la Imagen. Pozuelo de Alarcón. 28223 Madrid

Teléfono: 91 512 30 48 Fax: 91 711 24 00

correo@audiovisualsgr.com

www.audiovisualsgr.com



egeda

Sociedad de Servicios para los Productores Audiovisuales
www.egeda.com

egeda chile egeda colombia egeda ecuador egeda españa egeda latinoamerica egeda peru egeda uruguay egeda us

aribsan

AUDIOVISUAL
S.G.R.

e-DATO
una red para la distribución

filmmotech
.com

foro egeda
DEL AUDIOVISUAL TECNOLÓGICO

iberfilmamerica
1º Festival en Internet de cine Iberoamericano

VEINTERNET
.com

FIPCC
FEDERACIÓN IBEROAMERICANA DE PRODUCTORES
CINEMATOGRAFICOS Y AUDIOVISUALES