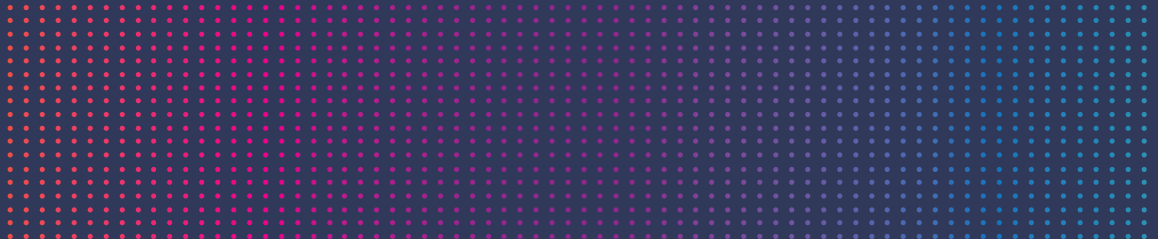





Ministerio de
las Culturas,
las Artes y
el Patrimonio

Gobierno de Chile



ESTUDIO COMPARATIVO Y
PROPUESTAS DE POLÍTICAS DE
FOMENTO AL INCREMENTO DE
AUDIENCIAS DEL CINE NACIONAL
EN EL MERCADO LOCAL

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
Marzo, 2014



© Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2019

Estudio comparativo y propuestas de políticas de fomento al incremento de audiencias de cine nacional en el mercado local

Estudio a cargo de
Departamento de Estudios (CNCA)

Ejecución
Rooter

¿Cómo citar este estudio?

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2014). *Estudio comparativo y propuestas de políticas de fomento al incremento de audiencias de cine nacional en el mercado local*. Santiago de Chile: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Recuperado de www.observatorio.cultura.gob.cl/

Se autoriza la reproducción parcial citando la fuente correspondiente.

www.observatorio.cultura.gob.cl/

CONTENIDO

I. INTRODUCCIÓN.....	5
II. SELECCIÓN DE PAÍSES Y DISPONIBILIDAD DE LOS DATOS	7
III. EL PANORAMA DE LA INDUSTRIA DEL CINE EN CHILE EN LA ACTUALIDAD	10
IV. IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS DE LOS PAÍSES OBJETO DEL ESTUDIO.....	17
1. BENCHMARKING INTERNACIONAL	17
a. Programas Supranacionales	17
b. Programa MEDIA.....	17
c. Europa Creativa.....	19
d. Programa IBERMEDIA	22
2. ANÁLISIS DE CASOS DE ÉXITO Y DE CONTRASTE	23
a. Argentina.....	24
b. Brasil.....	28
c. Colombia.....	32
d. Corea del Sur	38
e. España	41
f. Francia.....	46
g. México.....	52
h. Nueva Zelanda	56
i. Reino Unido.....	61
3. EVALUACIÓN DE PROGRAMAS, POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS PARA EL ESTUDIO DE HIPÓTESIS ..	68
a. Levantamiento de datos y estandarización	68
b. Panorama internacional de medidas.....	74
c. Antigüedad de las instituciones	79
d. Número de estrenos nacionales y cuotas de cine nacional.....	79
e. Tratados y acuerdos internacionales para la coproducción y el incremento de audiencias	81
V. RECOMENDACIONES	84
MEDIDA 1: POTENCIAR LA MARCA “CINE CHILENO”	84
MEDIDA 2: DESARROLLO DE UN PLAN ESTRATÉGICO NACIONAL PARA LA CREACIÓN Y FORMACIÓN DE AUDIENCIAS.....	85
MEDIDA 3: FOMENTO DE LA CELEBRACIÓN DE ACUERDOS BILATERALES DE COPRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA INTERNACIONAL	86
MEDIDA 4: INCORPORACIÓN DE UN PLAN DE EXPLOTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN LOS CRITERIOS DE VALORACIÓN DE PROYECTOS PRESENTADOS A LOS FONDOS CONCURSABLES DEL CNCA PARA LARGOMETRAJES CINEMATOGRAFICOS, TANTO EN PRODUCCIÓN COMO EN COMERCIALIZACIÓN.....	87
MEDIDA 5: POTENCIAR LA FORMACIÓN DE PERFILES PROFESIONALES EN LOS ASPECTOS EMPRESARIALES DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA	89

MEDIDA 6: FOMENTO DE UN TEJIDO INDUSTRIAL EN EL AMBITO DE LAS INDUSTRIAS DE LA POSTPRODUCCIÓN Y LOS EFECTOS ESPECIALES	91
VI. APRECIACIONES GENERALES.....	92
VII. METODOLOGÍA.....	93
1. LEVANTAMIENTO DE DATOS	93
2. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	93
3. CÁLCULOS PARA LAS TASAS DE CRECIMIENTO MEDIAS ANUALES, LAS CUOTAS DE AUDIENCIAS Y LAS TASAS DE CRECIMIENTO INTERANUALES.....	93
4. ESTIMACIONES	94
5. ANÁLISIS DE EXPERIMENTOS, METODOLOGÍA PARA EL ANÁLISIS COMPARADO DE PAÍSES.....	95
6. ENTREVISTAS A EXPERTOS COMO HERRAMIENTAS DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN.....	96
VIII. ANEXO: TABLAS DE DATOS	98
1. TABLAS DE DATOS EN NÚMERO DE ESPECTADORES.....	98
2. TABLAS DE DATOS EN RECAUDACIÓN.....	100
3. TABLAS DE DATOS EN NÚMERO DE ESTRENOS.....	102
IX. BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN.....	111
CHILE.....	111
Legislación	111
Estadísticas, informes, publicaciones	111
ARGENTINA.....	112
Legislación	112
Estadísticas, informes, publicaciones y ayudas.....	112
BRASIL.....	113
Legislación	113
Estadísticas, informes, publicaciones y ayudas.....	114
COLOMBIA	115
Legislación	115
Estadísticas, informes, publicaciones y ayudas.....	115
COREA DEL SUR	117
Legislación	117
Estadísticas, informes, publicaciones y ayudas.....	117
ESPAÑA	118
Legislación	118
Estadísticas, informes, publicaciones y ayudas.....	118
FRANCIA	119
Legislación	119
Estadísticas, informes, publicaciones y ayudas.....	120

MÉXICO.....	122
Legislación	122
Estadísticas, informes, publicaciones y ayudas	122
NUEVA ZELANDA.....	124
Legislación	124
Estadísticas, informes, publicaciones y ayudas	124
REINO UNIDO	126
Legislación	126
Estadísticas, informes, publicaciones y ayudas	126
EXPERIENCIAS SUPRANACIONALES	127
Programa Media. Legislación.....	127
Estadísticas, informes y publicaciones	128
Programa Europa Creativa. Legislación.....	128
Estadísticas, Informes y Publicaciones.....	129
Ibermedia	129


I. INTRODUCCIÓN

Uno de los principales aspectos a considerar desde el punto de vista del fomento de la industria cinematográfica es lo relativo al consumo de cine nacional, tanto en salas como en otras ventanas de explotación. De manera general, el éxito o no de una política integral de la cinematografía nacional no se limita exclusivamente al fomento de la producción, al acceso a la financiación o a la exportación del audiovisual nacional, sino también al acceso y disfrute de la población del país de las obras cinematográficas producidas, así como al propio fomento de las salas de cine como espacio cultural y de entretenimiento.

En este contexto se enmarca el presente estudio, cuyo objeto es doble: por una parte, se lleva a cabo un análisis comparativo de políticas públicas a nivel internacional dirigidas a fomentar las audiencias del cine nacional en los correspondientes mercados locales; por otra, y sobre la base de esas experiencias y las entrevistas realizadas a expertos nacionales e internacionales, propone una serie de medidas dirigidas a fomentar el incremento de las audiencias del cine chileno en el mercado nacional.

Desde el punto de vista del *benchmarking* internacional, el presente estudio identifica tanto casos de éxito como de contraste de políticas públicas llevadas a cabo en otros países, realizando un análisis cuantitativo y cualitativo del éxito o fracaso de dichas políticas públicas implementadas. Este acercamiento incluye entrevistas a expertos internacionales y autoridades cinematográficas de los países analizados, así como de programas supranacionales de la Unión Europea e Iberoamérica. Se ha trabajado la bibliografía disponible más reciente y se ha llevado a cabo un análisis exhaustivo sobre la base de los datos disponibles, muchos de los cuales fueron entregados directamente por las autoridades cinematográficas de los países analizados. De igual modo, los propios expertos internacionales y nacionales han manifestado opiniones que son relevantes de cara a identificar propuestas de medidas de fomento de las audiencias del cine nacional.

Otro de los aspectos fundamentales que rige la perspectiva del presente estudio ha sido tener en consideración de manera muy relevante la realidad de la industria cinematográfica chilena, el marco regulatorio nacional y las capacidades de ejecución efectivas de los órganos administrativos encargados de diseñar y llevar a cabo la política cinematográfica chilena, así como la perspectiva en esta materia de todos los agentes involucrados. Este enfoque ha sido capital, puesto que uno de los objetivos primarios del mismo es el de proponer medidas realistas que puedan, efectivamente, ser implementadas y ejecutadas en Chile, alejándose de ejemplos o casos que, si bien son de éxito en sus países de origen, no serían viables en Chile en razón de la Constitución o las leyes vigentes en Chile (caso, por ejemplo, de China), lejanía cultural



y de tipo de producto audiovisual (India o Turquía), o porque entran en esferas que exceden las atribuciones de la institucionalidad cinematográfica y audiovisual chilena y que posiblemente implicarían una reforma normativa transversal que es poco realista plantear (caso de Canadá y sus incentivos fiscales).

Con esta finalidad, en este estudio se desarrolla una panorámica general del sector en Chile y de la situación de la exhibición en salas del cine nacional, para lo cual se entrevistó a expertos nacionales del ámbito institucional, jurídico, académico, de la producción y de la exhibición, así como se realizó un panel de discusión con *stakeholders* del sector, que representan a distintos agentes de la cadena de valor de la industria cinematográfica, quienes analizaron, discutieron y valoraron medidas adoptadas en distintos países del mundo y su viabilidad o conveniencia para el mercado chileno. La comunicación y el diálogo con la industria nacional e internacional en el desarrollo del estudio ha sido fundamental, y el *feedback* obtenido se ve reflejado a lo largo del desarrollo del mismo.

El estudio incluye una propuesta de seis medidas concretas a adoptar para el fomento de las audiencias del cine nacional, identificando la medida y el órgano administrativo responsable, así como una descripción general de la misma y su fundamentación, para terminar con tres recomendaciones generales que se estima conveniente considerar dentro del análisis y estudio de posibles mejoras en el fomento del audiovisual y de la institucionalidad cinematográfica chilenas.

II. SELECCIÓN DE PAÍSES Y DISPONIBILIDAD DE LOS DATOS

En este informe se realiza un análisis de aquellos casos que han sido considerados como emblemáticos para el estudio, tomando en consideración una serie de países que han implementado medidas que, con carácter directo o indirecto, han tenido como objeto el fomento de las audiencias de cine nacional.

La selección de los países analizados se basa en los siguientes criterios:

- Países que han sido identificados como emblemáticos por los expertos y representantes de la industria nacional durante la discusión parlamentaria de la propuesta de Ley de Cuotas de Pantalla (Cámara de Diputados, República de Chile, 2013). Estos son, Francia, España, Argentina, México, Reino Unido, Colombia.
- Dado que el objetivo final del estudio es proponer medidas concretas que podrían establecerse en Chile para el fomento de las audiencias, otro criterio de selección fue las similitudes del ordenamiento jurídico chileno con los países que implementan estas medidas. Por este motivo, se han descartado países con una importante cuota de audiencias de cine nacional, como es el caso de China, Egipto e India, pero con un orden constitucional o cultural muy alejado del chileno, y se han priorizado países latinoamericanos, los pertenecientes a la Unión Europea con una tradición jurídica continental, o países con una tradición jurídica vinculada al derecho anglosajón como Nueva Zelanda.
- Se han seleccionado programas internacionales en los que tienen cabida directa la participación de producciones chilenas, tales como Ibermedia, Programa Media (a través de Media Mundus) y Europa Creativa, los dos últimos de la Unión Europea.
- Se incluyen cinco países que tienen políticas directas mediante establecimiento de legislación o normas de carácter administrativo de cuotas de pantalla de cine nacional superiores a diez años de antigüedad: Argentina, Francia, España, Corea del Sur y México. Tres de estos casos, por las cifras de penetración del cine nacional, pueden ser considerados como casos de éxito (Francia, España y Corea del Sur) y dos casos de contraste (Argentina y México), según las cifras que se reflejan más adelante.
- Se incluye Reino Unido, que desde 1927 contó con una ley de cuota de pantalla que fue abolida con la promulgación de la Films Act de 1985. Se presenta como un caso de éxito basado en la implementación de políticas de fomento directas —para apoyar la exhibición y la distribución—, indirectas y de otras medidas, y en la existencia de un tejido industrial consolidado que excluye una legislación

de cuotas de pantalla. Actualmente, una de sus principales actividades de fomento es el desarrollo de programas de creación de audiencias, a los que nos referiremos más adelante.

- Se han identificado medidas gestionadas por órganos administrativos centralizados de carácter estatal, es decir, que sean promocionadas por una estructura jurídico-administrativa asimilable a la del CNCA. En consecuencia, se prescinde del análisis de medidas de carácter regional o municipal.

A continuación, se incluye una tabla que recoge la disponibilidad de los datos analizados, la fuente a través de la cual se han obtenido y, en los casos en los que se ha realizado una conversión de divisas, la fecha que se ha tomado como referencia para fijar los tipos de cambio.

Tabla 1. Datos disponibles y fuentes oficiales para los países analizados

País	Número total de	Número total de	Número de espectadores	Número de espectadores	Recaudación por	Recaudación total del
Argentina	Datos disponibles en Fuente Oficial, INCAA	Datos disponibles en Fuente Oficial, INCAA	Datos disponibles en Fuente Oficial, INCAA	Datos disponibles en Fuente Oficial, INCAA	Datos disponibles en pesos argentinos y convertidos a \$ con el tipo de cambio del 20/1/2014	Datos disponibles en pesos argentinos y convertidos a \$ con el tipo de cambio del 20/1/2014
Brasil	Datos disponibles en Fuente Oficial, ANCINE	Datos disponibles en Fuente Oficial, ANCINE	Datos disponibles en Fuente Oficial, ANCINE	Datos disponibles en Fuente Oficial, ANCINE	Datos disponibles en reales y convertidos a \$ con el tipo de cambio del 20/1/2014	Datos disponibles en reales y convertidos a \$ con el tipo de cambio del 20/1/2014
Colombia	Datos disponibles en Fuente Oficial, PROIMAGENES	Datos disponibles en Fuente Oficial, PROIMAGENES	Datos disponibles en Fuente Oficial, PROIMAGENES	Datos disponibles en Fuente Oficial, PROIMAGENES	Las cifras de la recaudación provienen de la multiplicación del precio de la taquilla (en \$) por el número de espectadores	Datos disponibles en pesos colombianos y convertidos a \$ con el tipo de cambio del 20/1/2014
Corea del Sur	Datos disponibles en Fuente Oficial, KOFIC	Datos disponibles en Fuente Oficial, KOFIC	Datos disponibles en Fuente Oficial, KOFIC	Datos disponibles en Fuente Oficial, KOFIC	Datos disponibles en won coreano y convertidos a \$ con el tipo de cambio del 20/1/2014	Datos disponibles en won coreano y convertidos a \$ con el tipo de cambio del 20/1/2014

España	Datos disponibles en Fuente Oficial, ICAA	Datos disponibles en Fuente Oficial, ICAA	Datos disponibles en Fuente Oficial, ICAA	Datos disponibles en Fuente Oficial, ICAA	Datos disponibles en € y convertidos a \$ con el tipo de cambio del 20/1/2014	Datos disponibles en € y convertidos a \$ con el tipo de cambio del 20/1/2014
Francia	Datos disponibles en Fuente Oficial, CNC	Datos disponibles en Fuente Oficial, CNC	Datos disponibles en Fuente Oficial, CNC	Datos disponibles en Fuente Oficial, CNC	Las cifras de la recaudación provienen de la multiplicación del precio de la taquilla (en \$) por el número de espectadores nacionales	Datos disponibles en € y convertidos a \$ con el tipo de cambio del 20/1/2014
México	Datos disponibles en Fuente Oficial, IMCINE	Datos disponibles en Fuente Oficial, IMCINE	Datos disponibles en Fuente Oficial, IMCINE	Datos Disponibles en Fuente Oficial, IMCINE	Datos disponibles en pesos mexicanos y convertidos a \$ con el tipo de cambio del 20/1/2014	Datos disponibles en pesos mexicanos y convertidos a \$ con el tipo de cambio del 20/1/2014
Reino Unido	Datos disponibles en Fuente Oficial, BFI	Estos datos reflejan el total de películas estrenadas en UK e Irlanda	Datos calculados en base a cuota de películas nacionales en recaudación (Detallado en el Informe: Reino Unido, Clasificación)	Datos disponibles en Fuente Oficial, BFI	Datos disponibles en libras y convertidos a \$ con el tipo de cambio del 20/1/2014	Datos disponibles en libras y convertidos a \$ con el tipo de cambio del 20/1/2014
Nueva Zelanda	Datos proporcionados por el Director Adjunto de la New Zealand Film Commission	Datos proporcionados por el Director Adjunto de la New Zealand Film Commission	Datos proporcionados por el Director Adjunto de la New Zealand Film Commission	Datos proporcionados por el Director Adjunto de la New Zealand Film Commission	Datos disponibles en dólares neozelandes y convertidos a \$ con el tipo de cambio del 20/1/2013	Datos disponibles en dólares neozelandes y convertidos a \$ con el tipo de cambio del 20/1/2014

Nota: El valor \$ utilizado en la tabla hace referencia al dólar estadounidense o USD.

III. EL PANORAMA DE LA INDUSTRIA DEL CINE EN CHILE EN LA ACTUALIDAD

El sector audiovisual chileno se enmarca dentro del resguardo que ofrece en este campo el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA),¹ órgano con vinculación directa al Gobierno de Chile, que se encarga de la implementación de aquellas políticas públicas que guardan relación con el desarrollo cultural.

El CNCA fue fundado con la promulgación de la Ley n° 19.891,² de Fomento Audiovisual, publicada en el 2004 con el objetivo de promover el desarrollo cultural entre los habitantes de Chile, a través del fomento y difusión de la creación artística nacional; así como de la preservación, promoción y difusión del patrimonio cultural chileno, adoptando iniciativas públicas que estimulen una participación activa de la ciudadanía en el logro de tales fines.

En este ámbito, destaca el Consejo del Arte y la Industria Audiovisual,³ un organismo sectorial amparado en el CNCA, creado a partir de la promulgación de la Ley n° 19.981, en su artículo 4° y su Reglamento, establecido por Decreto n° 176 del 19/05/2011.⁴

Este consejo cuenta con el Fondo de Fomento Audiovisual,⁵ destinado, como indica el artículo 8° de la ley, al financiamiento de la producción y distribución de obras cinematográficas así como de la creación de guiones, equipamiento, formación profesional, investigación y difusión de las nuevas tendencias creativas y de innovación tecnológica.

En concreto, se encarga de apoyar proyectos, programas, actividades y acciones de fomento de la actividad audiovisual nacional, mediante concursos públicos, licitaciones, asignaciones directas y la entrega de premios anuales.

Pueden participar del fondo creadores y artistas audiovisuales (directores, productores, actores, actrices, técnicos, guionistas), académicos, investigadores, escuelas, instituciones, asociaciones gremiales audiovisuales, municipalidades, gestores culturales, centros culturales, distribuidores, entidades de patrimonio audiovisual. En el caso de personas naturales, pueden ser chilenos residentes en el país o en el extranjero, extranjeros con permanencia definitiva acreditada en Chile, y en el caso de personas jurídicas deben ser empresas u organizaciones chilenas de derecho privado o público que cumplan con los requisitos legales.

El patrimonio del fondo está integrado por:

¹ <http://www.cultura.gob.cl/>

² <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2011/10/Ley-19.891-CNCA.pdf>

³ <http://www.cultura.gob.cl/artes/audiovisual/>

⁴ <http://www.fondosdecultura.gob.cl/>

⁵ <http://www.cultura.gob.cl/?s=Fondo+de+Fomento+Audiovisual>

- Los recursos que para este efecto consigne anualmente la Ley de Presupuesto de la Nación.
- Los recursos provenientes de la cooperación internacional.
- Las donaciones, herencias y legados que reciba.

El artículo 7º de la ley establece las facultades de las que dispone el Consejo del Arte y la Industria Audiovisual, entre las que figuran:

- Asesorar al CNCA en la formulación y elaboración de la política de desarrollo estratégico nacional del audiovisual. Para tal efecto, el consejo podrá solicitar información de datos y estadísticas de la actividad audiovisual que realicen tanto personas naturales como jurídicas, públicas o privadas.
- Definir los procedimientos para la asignación de los recursos públicos especiales para la actividad audiovisual, a través del Fondo de Fomento Audiovisual.
- Otorgar, con cargo al Fondo de Fomento Audiovisual, la entrega de premios anuales a las obras audiovisuales, los autores, los artistas, los técnicos, los productores, y/o las actividades de difusión y preservación patrimonial de la producción audiovisual nacional.
- Fomentar, a través de programas y subvenciones, con cargo a los recursos del Fondo de Fomento Audiovisual, la promoción, la distribución y la exhibición de obras audiovisuales nacionales y de países con los cuales se mantengan acuerdos de coproducción, integración y cooperación.
- Estimular, a través de becas, pasantías, tutorías y residencias con cargo a los recursos del Fondo, acciones orientadas al desarrollo de la educación artística y profesional audiovisual, al perfeccionamiento docente, a la producción de obras de interés académico, así como al desarrollo de programas de investigación y difusión de las nuevas tendencias creativas y de innovación tecnológica.
- Proponer, a través de programas y subvenciones con cargo a los recursos del Fondo, el desarrollo de acciones orientadas a participar y a colaborar en la preservación y difusión del patrimonio audiovisual, así como a fomentar la difusión cultural audiovisual, tales como cine clubes, cine arte y salas culturales audiovisuales en todo el país y especialmente en zonas rurales, populares y localidades de población mediana y pequeña.
- Proponer medidas de fomento tendentes a desarrollar la producción audiovisual chilena, atendiendo a la especificidad de cada tipo de producción,

en sus aspectos culturales, artísticos, técnicos, industriales y comerciales, así como la realización de festivales y muestras cinematográficas;

- Proponer las modificaciones legales y administrativas necesarias para el desarrollo de la actividad audiovisual; la efectiva protección de los derechos de autor y propiedad intelectual de los productores, directores, actores y demás personas que participen en la creación de una obra audiovisual y la celebración de acuerdos de coproducción, integración y colaboración, así como la homologación de legislaciones con los países o asociación de países con los que se celebren dichos acuerdos.
- Fomentar, a través de programas y subvenciones con cargo al fondo, la promoción de la producción audiovisual nacional, así como su comercialización nacional e internacional.
- Proponer acciones orientadas al fomento de la formación de talentos, así como a la formación permanente y al perfeccionamiento de profesionales y técnicos de las
- distintas especialidades audiovisuales, a través de becas, pasantías, tutorías y residencias con cargo al fondo.
- Establecer programas y subvenciones, con cargo al fondo, que promuevan la innovación en las técnicas de creación audiovisual y la experimentación y desarrollo de nuevos lenguajes, formatos y géneros audiovisuales.
- Colaborar con el Ministerio de Educación en la incorporación del tema audiovisual en la educación formal.
- Promover medidas para el desarrollo de la producción, la capacitación y la implementación de equipamiento audiovisual en las regiones del país, distintas a la región metropolitana.
- Mantener relaciones con organismos e instituciones gubernamentales de países extranjeros en materia audiovisual.
- Convocar a concursos públicos.

Por tanto, el objetivo del consejo 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. La selección de los proyectos que se propongan para recibir las ayudas, deberán efectuarse mediante concursos públicos, postulaciones, licitaciones etcétera, tal como indica el artículo 11 de la ley.

Además del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Chile cuenta también con la ayuda de otras entidades como:

- Corporación de Fomento a la Producción (Corfo),⁶ organismo ejecutor de las políticas gubernamentales en el ámbito del emprendimiento y la innovación, fomentando el emprendimiento y la innovación para mejorar la productividad nacional, ofreciendo en concreto apoyos al proceso de comercialización y distribución de producciones audiovisuales chilenas o coproducciones chilenas, en territorio nacional y en otros mercados.
- Consejo Nacional de Televisión (CNTV),⁷ centrado en velar por el correcto funcionamiento de la televisión chilena a través de políticas institucionales que tiendan a orientar, estimular y regular el entramado televisivo,
- Dirección de Asuntos Culturales (Dirac),⁸ integrado en el Ministerio de Relaciones Exteriores de la República de Chile, es responsable de difundir, promover y potenciar la presencia artístico-cultural de Chile en el mundo, como parte de la política exterior de Chile en su dimensión cultural.
- ProChile,⁹ institución perteneciente al Ministerio de Relaciones Exteriores chileno, encargado de promover las exportaciones de productos y servicios del país, además de contribuir a la difusión de la inversión extranjera.

Adicionalmente, destaca en el panorama nacional el reciente acuerdo de colaboración para el desarrollo y fortalecimiento de la Industria Cinematográfica Chilena, de carácter privado, firmado por productores y exhibidores de cine¹⁰ en el 2013 con entrada en vigor el 1 de enero del 2014 y duración hasta el 31 de diciembre del mismo año, con intención de ser renovado tácitamente con carácter anual a menos que se indique lo contrario. La firma de este convenio tiene por objeto apoyar al sector audiovisual chileno.

El acuerdo afecta a aquellos productores y distribuidores que presenten a exhibición una película chilena estrenada con un mínimo de seis y un máximo de diez copias.

Los objetivos que se pretenden alcanzar son:

- Contribuir al fortalecimiento de la industria cinematográfica chilena.
- Potenciar el circuito comercial de las películas chilenas.
- Apoyar la descentralización de la exhibición de películas chilenas mediante la

⁶ <http://www.corfo.cl/>

⁷ <http://www.cntv.cl/>

⁸ <http://dirac.minrel.gov.cl/>

⁹ <http://www.prochile.gob.cl/sectores/industrias/>

¹⁰ Los firmantes del citado convenio son: Cine Hoyts, Cinemark Chile, Cines e Inversiones Cineplex, APCT, ADOC, Animachi, ADG, Comercializadora Market, Fundación Cinemachile.

realización de estrenos en regiones que contribuyan a formar audiencias en estos territorios.

- Impulsar la profesionalización de la labor de promoción del cine chileno.

En este momento, Chile cuenta con varias iniciativas normativas que afectan al mercado cinematográfico. En primer lugar se encuentra el proyecto de Ley de Fomento a la Exhibición y Difusión del Cine Nacional¹¹ (anteriormente denominado “de Cuotas de Pantalla”), actualmente en trámite, que afecta tanto al establecimiento de cuotas de pantalla, como a las medias de continuidad, que posibilitarían el mantener una película una semana más en cartelera, siempre y cuando cumpliera ciertos requisitos de asistencia. El cambio la denominación de esta ley es un indicio evidente del ámbito que pretende abarcar, que no se circunscribe únicamente a las cuotas de pantalla, sino que también busca fomentar la difusión de las obras y la formación de audiencias, pues salta a la vista del examen de otros países que la mera instauración de cuotas de pantalla es insuficiente para lograr el objetivo que se persigue con esta ley.

Por otro lado aparece una modificación del artículo 14 de la Ley nº 19.733, relativo a las condiciones de Depósito Legal de ejemplares para la obra cinematográfica, que en lugar de consistir en dos ejemplares físicos, pasa a contar con uno físico y otro digital,¹² lo cual, sin duda, facilitará el cumplir con este requisito y hará más fácil preservar la cultura cinematográfica con menores costes y espacio.

Por último se encuentra una modificación a la Ley de Donaciones Culturales,¹³ de reciente entrada en vigor. El objetivo de este cambio es flexibilizar los requisitos que se exigen para poderse acoger a este sistema de financiación, en el que incluiríamos las Obras Audiovisuales dentro del ámbito de las “Actividades”, aunque se sigue exigiendo que, para poder beneficiarse de la ayuda, sea una entidad pública sin ánimo de lucro, una corporación pública, una universidad o similares,¹⁴ lo que hace muy difícil aún el poderse acoger a este sistema.

En la actualidad, el panorama chileno se encuentra en un momento de crecimiento positivo. Destaca especialmente en este ámbito el estreno de películas como *Stefan v/s Kramer*, dirigida por el propio Kramer (reconocido humorista chileno), Sebastián Freund y Lalo Prieto, que en 2012 batió todos los records de asistencia de espectadores a las salas, acumulando tantos espectadores como los últimos 51 títulos chilenos combinados, convirtiéndose en la película más vista en Chile de la historia, superando

¹¹ http://www.camara.cl/pley/pley_detalle.aspx?prmID=9024&prmBL=8620-24

¹² <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1057536&idParte=9393804&idVersion=2013-12-23>

¹³ http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2011/07/LEY-20675_05-JUN-2013.pdf

¹⁴ <http://www.donacionesculturales.gob.cl/como-presentar-proyectos/quienes-pueden-postular>

superproducciones internacionales como *Avatar* o *Titanic*.¹⁵

La compañía estadounidense 20th Century Fox ha sido la encargada de distribuir la película, haciéndose cargo por primera vez de una cinta de factura chilena, sin que en esta ocasión se recurriese a fondos estatales para financiarla. Su costo, calculado en US\$1.600.000, fue asumido casi por completo por el propio Kramer y unos pocos auspiciadores.

Hay varios factores que justifican el éxito de esta película, tal como explicó Sebastián Freund:

- El talento de Stefan Kramer, uno de los artistas más queridos y consagrados del medio local.
- Una historia que consigue identificar, emocionar y hacer reír.
- La forma en que se trabajó el proyecto, con los mismos estándares de las grandes producciones internacionales.


A este respecto, podría ser un buen momento para que Chile comience a acometer reformas legislativas de apoyo al cine, pues bastantes países de su entorno han empezado recientemente a adoptar medidas en este sentido, pero ha transcurrido ya el tiempo suficiente para poder apreciar el éxito o fracaso de las consabidas actuaciones, aunque teniendo siempre en cuenta que nada garantiza el éxito de estas medidas en el caso de Chile, presentando solo un interés orientativo.

Los expertos nacionales en el sector audiovisual han dejado constancia de su opinión sobre algunas de las medidas consideradas como relevantes en relación con el impacto que pudieran tener en Chile.

Así, en cuanto al establecimiento de un sistema de cuotas de pantalla, una parte de los expertos señalan que su implementación en Chile no sería positiva, especialmente tras observar casos de fracaso ocurridos en su entorno; mientras que el otro sector de expertos propone el establecimiento de este sistema como uso limitado (por ejemplo, solo al cine de autor) o un uso meramente complementario, dando prioridad a otro tipo de medidas, como puede ser la formación de audiencias.

A este respecto, la formación de audiencias supone un consenso absoluto de todos los expertos entrevistados, coincidiendo en que es imprescindible una educación del público en materia de consumo de cine nacional desde edades tempranas, sugiriendo algunas actuaciones muy interesantes, entre otras una suerte de “Maleta de los libros”,

¹⁵ <http://www.cooperativa.cl/noticias/entretencion/cine/cine-chileno/stefan-vs-kramer-ya-es-la-pelicula-mas-vista-de-la-historia-en-chile/2012-10-24/082925.html>



formada por películas que los alumnos deberían ver en su mayoría antes de finalizar su formación. En relación con los sistemas de formación, se recomiendan a su vez otras medidas de apoyo como la protección de la reputación de la marca cinematográfica o la desmitificación de la situación de la industria.

Por otra parte, en lo concerniente a la formación de profesionales relacionados con el sector, como podría ser el *marketing*, la mayoría de los expertos consideran que la formación específicamente enfocada al sector es muy deficiente, por lo que se estima que la aprobación de planes de estudios especializados en la industria cinematográfica dentro de estos sectores de apoyo sería una medida muy favorecedora.

En cuanto a medidas de índole económico, los expertos apoyan iniciativas tales como la imposición a los operadores privados de televisión de una obligación de destinar una parte de sus beneficios a la financiación del cine nacional¹⁶ o el establecimiento de ayudas a la amortización,¹⁷ citando en ambos casos la legislación española como ejemplar.

¹⁶ El artículo 5º de la Ley nº 7/2010 General de Comunicación Audiovisual de España establece este sistema. Para un análisis más detallado acudir a p. 224-225 de la *Guía Legal de la Financiación del Cine en España* (2011).

¹⁷ Ayudas destinadas al fomento de la producción, que reintegran al productor una parte del capital aportado, siempre que cumpla ciertos requisitos de presupuesto (en España, €600.000) y hasta un porcentaje máximo del capital que aporte (en España, un 75%). Para más información, p. 70-79 de la *Guía Legal de la Financiación del Cine en España* (2011).

IV. IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS DE LOS PAÍSES OBJETO DEL ESTUDIO

1. BENCHMARKING INTERNACIONAL

En este apartado se realizará un análisis descriptivo y panorámico de los programas supranacionales (Programa Media, Europa Creativa e Ibermedia), así como de los nueve países seleccionados para el análisis (Argentina, Brasil, Colombia, Corea del Sur, España, Francia, México, Nueva Zelanda y Reino Unido).

a. Programas Supranacionales

El objetivo de la inclusión de estos programas supranacionales (Programa MEDIA, Europa Creativa e Ibermedia) es poner de manifiesto políticas desarrolladas con carácter multilateral, si bien no se evaluará si los mismos son considerados casos de éxito o de contraste, dado que su impacto no está pensado con carácter nacional, sino supranacional, siendo este ámbito el principal donde centrar su enfoque e interés.

b. Programa MEDIA

Programa de ayudas y subvenciones impulsado por la Comisión Europea que brinda estímulo al desarrollo, la distribución y la promoción de obras audiovisuales europeas. El programa está abierto a la participación de entidades de los Estados miembros de la Unión Europea, a los Estados asociados de Europa Central y Oriental, Turquía, a los miembros de la Asociación Europea de Libre Comercio y a terceros Estados (por ejemplo, entidades de Latinoamérica).

El Programa MEDIA cuenta con diferentes líneas de acción, una de ellas dedicada a la distribución con diferentes subepígrafes:

- Distribución Automática.
- Distribución Selectiva.
- Video on Demand (VOD).
- Agentes de Ventas.
- Difusión Televisiva.

Asimismo, cuenta con ayudas para la exhibición y digitalización a través de dos modalidades, a las que pueden optar aquellas empresas encargadas de realizar labores de distribución:

- Apoyo Automático.
- Apoyo Selectivo.

Este programa también fomenta la capacitación de profesionales, a través de la formación en las tres áreas principales del Programa:

- Nuevas Tecnologías.
- Gestión.
- Escritura de Guion.

A la vista del impacto que tiene la formación de audiencias en el incremento de las cuotas de pantalla de los Estados miembros, tal y como señala el informe *Screening Literacy: Film Education in Europe*¹⁸ del British Film Institute, la Unión Europea ha tomado conciencia de este fenómeno y ha dotado al Programa MEDIA, con un presupuesto de 1,9 millones de euros para la alfabetización de audiencias, en lo que ha venido en denominar *Media Literacy*.¹⁹

A partir del 2014, el Programa MEDIA pasará a formar parte del Programa Europa Creativa, que se analiza en el siguiente epígrafe. En este período, MEDIA presentará algunas novedades:

- En primer lugar, precisamente, nuevas medidas para el desarrollo y la formación de audiencias y los proyectos de cooperación en el campo de la alfabetización cinematográfica.
- En segundo lugar, y en relación con la exhibición, se apoyará los proyectos que experimenten nuevas ideas creativas para presentar películas europeas de éxito en diferentes plataformas (por ejemplo, en el cine o en línea) en diferentes países con el objetivo de encontrar nuevas maneras de aumentar el interés del público en el cine europeo.
- La última línea de actuación se refiere a la ayuda al desarrollo de los videojuegos independientes. Anteriormente, éstos tenían que estar vinculados a una obra audiovisual, cuestión que ya no será necesaria.

Finalmente, MEDIA realiza labores de apoyo a los festivales individualmente considerados y a las redes de cooperación entre ellos. Prevé, además, un apoyo a la

¹⁸ <https://www.bfi.org.uk/screening-literacy-film-education-europe>

¹⁹ <http://www.mediadeskspain.eu/media-literacy.asp>

Promoción y al Acceso a los Mercados, cuyos beneficiarios son organismos y operadores europeos que establezcan estructuras de servicio en festivales, mercados u otros eventos para productores y distribuidores independientes con el fin de facilitar y animar la promoción y la circulación de las obras audiovisuales y cinematográficas europeas, así como la puesta en red de los operadores del sector.

Para cumplir sus objetivos, el Programa MEDIA ha contado con un presupuesto de 1.022,62 millones de dólares,²⁰ para un periodo de siete años (2007-2013).

En el 2007 el Programa MEDIA lanzó un método de financiamiento para la formación de profesionales, cuyo objetivo es favorecer los intercambios y la cooperación entre las instituciones de educación superior y la industria audiovisual, a través del apoyo financiero a los proyectos implementados por un consorcio paneuropeo. Se pretende facilitar la integración de los estudiantes en el mundo profesional y así aumentar la competitividad de las empresas europeas en el sector audiovisual. Tras esta iniciativa, 18 proyectos se han puesto en marcha a través de un consorcio con 46 escuelas/universidades, procedentes de 19 países europeos, con un presupuesto de 7.842.340,51 dólares.²¹

Durante los tres primeros años de este programa, se han apoyado más de 5.000 proyectos, con una financiación total de 400,92 millones de dólares, que supone el 39% del presupuesto del Programa. En este mismo período, más de 3.000 organizaciones han presentado propuestas para el Programa Media, y de estas organizaciones, más de 1.400 obtuvieron el apoyo.

Estos datos han sido recopilados del informe de evaluación llevado a cabo por la Information Society and Media Directorate General of the European Commission (INFSO), que se realiza de forma trienal, comprendiendo el periodo 2007-2009.

Los datos del periodo 2010-2013 aún no han sido publicados, aunque se pueden dar algunas cifras que estiman que, durante esos tres años se han presentado cerca de unos 300 proyectos individuales para el apoyo del desarrollo de los mismos por parte del Programa MEDIA.²²

c. Europa Creativa

Europa Creativa es el nuevo programa de la Unión Europea para el período 2014-2020 destinado a impulsar los sectores culturales y creativos.²³ Agrupará a los distintos mecanismos actuales de apoyo al sector audiovisual y de la cultura en Europa, como el

²⁰ http://ec.europa.eu/culture/media/about/index_en.htm

²¹ <http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/documents/fundings/training/continuous-training/media-trainingandnetworks.pdf>

²² <http://www.mediadeskspain.eu/historico-resultados-proyectos-individuales.asp>

²³ <http://www.mcu.es/cooperacion/MC/PCC/EuropaCreativa/Presentacion.html>

Programa MEDIA, MEDIA MUNDUS y de Cultura, a través de una ventanilla única para intentar aprovechar al máximo el mercado.

Esta iniciativa surge porque los mencionados sectores tienen que hacer frente a retos análogos, entre los que se incluye la fragmentación del mercado resultante de la diversidad cultural y lingüística, la globalización y la transición digital, así como sus grandes dificultades a la hora de acceder a préstamos comerciales.

Estos programas hacen frente a necesidades similares respecto de la protección y la promoción de la diversidad lingüística y cultural, y del refuerzo de su competitividad con el fin de contribuir al empleo y al crecimiento. Sin embargo, la comisión reconoce que la estructura de estos sectores es también diversa. Por ello propone un programa marco único, pero con capítulos distintos para facilitar el apoyo adecuado.

El nuevo programa tiene previsto dedicar más de 1.219,02 millones de dólares en apoyo al cine y al sector audiovisual (encuadrados en el actual programa MEDIA) y casi 680 millones de dólares a la cultura. La comisión propone, asimismo, asignar más de 285 millones de dólares a un nuevo instrumento de garantía financiera, que permitiría a los pequeños operadores tener acceso hasta 1.354,46 millones de dólares en préstamos bancarios, así como alrededor de unos 81,27 millones de dólares en apoyo de la cooperación política y para promover planteamientos innovadores de captación de la audiencia y de nuevos modelos de negocio.²⁴

Los estudios llevados a cabo por la Unión Europea indican que las industrias culturales y creativas suponen alrededor del 4,5% del PIB de la UE y un 4% del empleo (8,5 millones de puestos de trabajo, y muchos más si se tienen en cuenta los efectos indirectos en otros sectores).²⁵ Debido a este desarrollo, surge Europa Creativa, con el propósito de mantener la posición de crecimiento de este sector a través de un enfoque estratégico y teniendo en cuenta los desafíos de la globalización y en particular el impacto de las tecnologías digitales.

Uno de los principales objetivos de este nuevo programa, es que pretende fortalecer la cooperación transfronteriza y entre los distintos sectores creativos, a través de la financiación de proyectos transmedia. Así, prácticamente la totalidad de los proyectos que reciban apoyo deben tener una dimensión transfronteriza.

Se prevé que el Programa Europa Creativa permita:²⁶

- 300.000 artistas y profesionales de la cultura y sus obras reciban financiación para llegar a nuevos públicos fuera de sus países de origen.
- Más de 1.000 películas europeas reciban apoyo para su distribución, lo que hará

²⁴ http://europa.eu/rapid/press-release_IP-11-1399_es.htm

²⁵ <http://www.mcu.es/cooperacion/MC/PCC/EuropaCreativa/PreguntasFrec.html#a>

²⁶ http://ec.europa.eu/culture/creative-europe/index_en.htm

posible que las vea público de toda Europa y el resto del mundo.

- Como mínimo 2.500 cines europeos perciban fondos con los que garantizar que al menos el 50% de las películas proyectadas sean europeas.
- Más de 5.500 libros y otras obras literarias sean objeto de ayudas a la traducción, que permitirán que los lectores disfruten de ellos en su propia lengua materna.
- Miles de organizaciones culturales y profesionales reciban formación para adquirir nuevas competencias y reforzar su capacidad de trabajar a escala internacional.
- Los proyectos financiados por el programa lleguen a un mínimo de 100 millones de personas.

La mayoría de las ayudas se van a destinar a proyectos individuales, aunque el programa también apoyará iniciativas con objetivos comunes como las Capitales Culturales Europeas, el Sello del Patrimonio Europeo, los Días del Patrimonio Europeo y los cinco Premios Europeos (el Premio de la UE al Patrimonio Cultural/Premio Europa Nostra, el Premio de la UE a la Literatura, el Premio de la UE a la Arquitectura Contemporánea, los Premios EBB y el Premio MEDIA de la UE).

Europa Creativa seguirá abordando la industria audiovisual a través del subprograma MEDIA y el sector cultural a través del subprograma Cultura, dedicando capítulos específicos a dichos subprogramas. Por otra parte, MEDIA Mundus, el programa que apoya la cooperación entre profesionales europeos e internacionales y la distribución internacional de películas europeas, se incorporará al capítulo MEDIA de Europa Creativa.

Así, el subprograma MEDIA, seguirá contando con líneas de apoyo a la distribución y a la exhibición.

El reparto del presupuesto del Programa Europa Creativa es el que sigue:

- 56% para el subprograma MEDIA.
- 31% para el subprograma Cultura.
- 13% para proyectos intersectoriales, que incluirá un Fondo de Garantía para las industrias culturales y creativas y el apoyo a la cooperación política transnacional.

Europa Creativa quiere centrar gran parte de su esfuerzo en la formación de nuevas audiencias, pues, tomando como base sus experiencias previas en el Programa MEDIA,

es la medida de fomento que mayores resultados genera en el aumento de consumo de cine tanto europeo como nacional, si bien es cierto que los resultados de este tipo de medidas solo se obtienen transcurrido un largo plazo.

d. Programa IBERMEDIA

Ibermedia se creó en 1996, con la misión de crear un espacio audiovisual iberoamericano a través de ayudas financieras y a través de convocatorias que están abiertas a la participación de entidades de los países miembros de América Latina, España y Portugal.

Este programa promueve la excelencia del cine en la comunidad, contribuye a 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, estímulos a la colaboración solidaria y a la utilización de nuevas tecnologías.

En 15 años el programa Ibermedia ha realizado 21 convocatorias, dado ayuda a 589 proyectos de coproducción iberoamericanos, a 645 proyectos audiovisuales en desarrollo. Ha contribuido al trabajo de 1.100 empresas y 6.000 profesionales. A la promoción y distribución de 270 películas y a la exhibición de 298 películas. Ha otorgado 324 becas de formación en 19 países de Iberoamérica e invertido 73 millones de dólares en ello. Los resultados son 1.856 proyectos beneficiados por Ibermedia y más de 500 películas estrenadas.²⁷

En la convocatoria única del año 2012 se han llevado a cabo un total de 290 proyectos, alcanzando un importe en las ayudas otorgadas de 5.635.881 dólares.

Ibermedia cuenta con los siguientes programas:

- Formación: el Programa Ibermedia ayuda a la formación continua de los profesionales de la producción y la gestión empresarial audiovisual. Sus objetivos son:
 - Favorecer la formación continua de los profesionales de la producción y la gestión empresarial audiovisual.
 - Promover la utilización y el desarrollo de nuevas tecnologías.
 - Contribuir a la cooperación y el intercambio de conocimientos.

A la fecha de cierre de este estudio, Ibermedia ha comunicado a través de su web que todos los cursos, talleres y seminarios de formación serán diseñados y llevados a cabo

²⁷ <http://www.programaibermedia.com/el-programa/ibermedia-en-cifras/>

por el propio Programa Ibermedia,²⁸ modificando el modelo existente en el que la ayuda era otorgada a instituciones. Para ello, el Comité Intergubernamental de Ibermedia (CII) ha organizado un grupo de trabajo compuesto por expertos en esta área para que diseñen un Plan Estratégico para la Formación Iberoamericana. La propuesta será presentada en la próxima reunión del CII, que se celebrará en el 2014.

- Desarrollo: Ibermedia promueve el desarrollo de proyectos audiovisuales dirigidos al mercado, en particular al mercado iberoamericano. Sus objetivos son:
 - Contribuir a la realización de películas y proyectos audiovisuales dirigidos al mercado, en particular al mercado iberoamericano.
 - Crear un entorno favorable a la integración en redes de las empresas de producción iberoamericanas.
- Coproducción: Ibermedia fomenta la integración en redes para la coproducción de películas de ficción y documentales realizadas en nuestra comunidad. Sus objetivos son:
 - Promover, mediante la asistencia técnica y financiera, la coproducción de proyectos presentados por productores independientes iberoamericanos.
 - Ayudar a las empresas a realizar dichos proyectos.
 - Fomentar su integración en redes que faciliten las coproducciones.
 - Trabajar para el aprovechamiento del patrimonio audiovisual iberoamericano.

2. ANÁLISIS DE CASOS DE ÉXITO Y DE CONTRASTE

A continuación, se realiza un análisis descriptivo y panorámico de los países seleccionados para la realización del *benchmarking* internacional de políticas públicas de fomento de las audiencias de cine nacional. El análisis se hace sobre la base de la identificación de la siguiente categorización de políticas públicas:

²⁸ <http://www.programaibermedia.com/nuestras-noticias/convocatoria-2014-ultimas-noticias/>

Políticas directas

Aquellas que tengan por finalidad el incremento de las audiencias de cine nacional en el mercado local mediante la intervención directa de los agentes del sector público en la distribución o la exhibición cinematográfica. Estas medidas pueden incluir la existencia de una legislación de cuota de pantalla nacional obligatoria, subvenciones a la exhibición y distribución, creación de un circuito alternativo de exhibición de carácter público, entre otras.

Políticas indirectas

Aquellas que sin intervenir directamente en la distribución y la exhibición del cine nacional, tienen como efecto el incremento de las audiencias de cine nacional. Se incluyen dentro de esta categoría las ayudas a la amortización dirigidas al productor y basadas en resultados de taquilla y las políticas de formación de audiencias de cine nacional.

Otras políticas

Aquellas políticas que sin estar enfocadas, directa o indirectamente, en el ámbito de la distribución, exhibición y audiencia de cine nacional, tienen impacto en la generación de un tejido industrial audiovisual que incremente la oferta de cine nacional y la profesionalización del sector. Destacan, dentro de esta categoría, las ayudas a la capacitación profesional en materia de *marketing* y distribución de obras cinematográficas y el desarrollo de industrias auxiliares.

Fuente: Rooter, 2013

a. Argentina

i. Políticas directas

Argentina ha implementado políticas públicas, en materia de fomento de consumo de cine nacional, de carácter directo.

Destaca como normativa principal en este ámbito la Ley n° 17.741 de Fomento y Regulación de la Actividad Cinematográfica,²⁹ en la que se regula la figura del Instituto Nacional del Cine y Artes Visuales (INCAA),³⁰ cuya función principal es el fomento y regulación de la actividad cinematográfica. Este órgano se encarga de la gestión del Fondo de Fomento Cinematográfico, dedicado al fomento de la cinematografía argentina a través de la concesión de subsidios y créditos.

El citado fondo se integra, como expone el artículo 24 de la Ley n° 17.741, a través de un impuesto equivalente al 10% aplicable sobre el precio básico de toda entrada, ya sea gratuita u onerosa, para presenciar espectáculos cinematográficos en todo el país, cualquiera que sea el ámbito donde se realicen.³¹ Este impuesto recae sobre los

²⁹ <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/17938/norma.htm>

³⁰ <http://www.incaa.gov.ar/castellano/index.php>

³¹ <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/17938/norma.htm>

espectadores, de modo que los empresarios o exhibidores agregan el impuesto al precio básico de cada entrada.

Argentina ha establecido una reserva de cuota mínima de pantalla para las producciones cinematográficas nacionales, la que se regula en las siguientes normas:

- La Ley n° 17.741, en su artículo 9, establece que “Las salas y demás lugares de exhibición del país deberán cumplir las cuotas de pantalla de películas nacionales de largometraje y cortometraje que fije el Poder Ejecutivo Nacional”.
- El Decreto n° 1405/7332 desarrolla lo dispuesto por la Ley n° 17.741 en materia de reserva de cuota de pantalla y garantiza la continuidad en la exhibición de las obras cinematográficas nacionales que hayan sido vistas por una cantidad determinada de espectadores, así como la clasificación de las salas de exhibición cinematográfica en todo el territorio nacional. En su artículo 4 determina que “Las películas deberán permanecer en las salas de estreno como mínimo una semana, debiendo comenzar su exhibición el día jueves y continuar conforme a las medidas de continuidad que determine el Instituto Nacional de Cinematografía”.
- La Resolución n° 1076/201233 del INCAA establece la cantidad mínima de películas argentinas que deben exhibirse obligatoriamente en cada una de las salas cinematográficas del país, disponiendo en su artículo 8 que la cuota de pantalla de largometrajes en cada trimestre calendario será de una película por sala.

ii. Políticas indirectas

Como políticas indirectas que tienen por objeto el fomento de audiencias, debe hablarse, como medida destacada, de los Espacios INCAA,³⁴ un programa desarrollado por el INCAA en el 2004, que supone la creación de un circuito alternativo, enfocando fundamentalmente su interés a las provincias argentinas, cuyo propósito es garantizar la exhibición de las producciones cinematográficas nacionales.

Este programa pretende fomentar el consumo de cine nacional en Argentina. Para ello busca establecer medidas como un bajo precio de entrada a las salas o la existencia de descuentos generados a partir de la gestión y firma de convenios federales de cooperación entre el INCAA y sindicatos, gremios y asociaciones.

Los objetivos del programa son:

³² <http://www.boletinoficial.gov.ar/Inicio/Index.castle>

³³ <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/195000-199999/198398/norma.htm>

³⁴ <http://espacios.incaa.gov.ar/>

- Recuperar el cine como un emprendimiento tanto comercial como cultural.
- Formación de audiencias, promoviendo la obtención de espectadores críticos.
- Socializar el acceso al cine.
- Recuperar el cine como un espacio social de esparcimiento, formación de identidad nacional, respeto por la diversidad y promoción cultural.
- Facilitar el encuentro del realizador audiovisual y el público.

Conjuntamente con organismos municipales, provinciales y del tercer sector, se inauguran o reabren salas cinematográficas que están en condiciones de funcionar, brindando asesoramiento técnico y según el caso, equipamiento de imagen o sonido. La continuidad se consigue con la programación mensual de las películas, la planificación de actividades especiales y la difusión en la prensa.

iii. Otras políticas

Destaca en este ámbito la creación de la Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica (ENERC),³⁵ dependiente del Estado y que cuenta con programas de formación en áreas de especial interés como son: Legislación, Marketing, Distribución, Comercialización, Procesos de Posproducción, Dirección de Arte y del resto de especialidades cinematográficas como Dirección, Guion, Fotografía y Cámara, Montaje y Sonido.

iv. Clasificación

En el periodo 2008-2012 este país ha exhibido cuotas nacionales de cine decrecientes, tanto en términos de espectadores como de recaudación, llegando a acumular una tasa de crecimiento negativa del 4,76% y del 7,06% respectivamente, a pesar de ser un país que registra numerosas medidas de fomento, algunas de ellas realmente innovadoras, como son los Espacios INCAA y a pesar de exhibir cuotas de estrenos nacionales crecientes.

Argentina es un país de altísima calidad creativa y capacidad de producción, que ha contado con numerosos largometrajes destacados a lo largo de la historia, no obstante, a pesar de la creación de organismos destinados a establecer medidas en materia audiovisual y al establecimiento de diversas medidas proteccionistas, las cifras de consumo de cine nacional en el periodo estudiado no se corresponden con todo el esfuerzo y políticas de fomento de cine con las que cuenta el país, de modo que se

³⁵ <http://www.enerc.gov.ar/>

observa una disminución progresiva en el consumo de cine nacional. Argentina es catalogada como caso de contraste.

v. Datos

Estrenos Nacionales vs. Totales. Cuota y variaciones interanuales³⁶

Número total de películas nacionales estrenadas					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
74	95	121	129	145	18,31%
Número total de películas estrenadas					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
290	300	336	334	339	3,98%
Cuota de estrenos nacionales vs estrenos totales y TCCA 2008 - 2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
25,52%	31,67%	36,01%	38,62%	42,77%	13,78%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en estrenos					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
24,10%	13,72%	7,25%	10,75%		

Espectadores Nacionales vs. Totales. Cuota y variaciones interanuales

Nº de espectadores de películas nacionales y su TCAC					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
4.101.127	5.395.000	3.554.723	3.528.084	4.557.336	2,67%
Nº de espectadores totales y su TCAC					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
34.655.037	33.583.548	38.454.807	42.807.413	46.811.755	7,81%
Cuota de espectadores nacionales vs espectadores totales y TCCA 2008 -2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
11,83%	16,06%	9,24%	8,24%	9,74%	-4,76%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en espectadores					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
35,75%	-42,46%	-10,84%	18,12%		

³⁶ Se da la circunstancia de que el Anuario de 2010 cifra los estrenos nacionales de ese año en 138 (Anuario 2010. Notas Previas, página 9), mientras que el Anuario de 2012 señala que se produjeron 121 estrenos de películas nacionales en 2010 (Anuario 2012. Página 85). En la realización de este cuadro se ha tenido en cuenta el Anuario de 2012, pues son más recientes. No hay discordancia en lo relativo a los estrenos internacionales, siendo en ambos casos 215 (mismas páginas en los informes antes mencionados).

Recaudación Nacional vs. Total. Cuota y variaciones interanuales

Recaudación por películas argentinas (en millones de dólares)					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
6.474.344,52	10.068.323,86	7.927.966,48	8.809.054,10	15.696.486,82	24,78%
Recaudación total de cine (en millones de dólares)					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
55.380.229,52	64.530.845,96	93.439.030,30	133.541.535,54	179.967.128,04	34,26%
Cuota de recaudación nacional vs recaudación total y TCCA 2008 - 2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
11,69%	15,60%	8,48%	6,60%	8,72%	-7,06%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en recaudación					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
25,07%	-83,89%	-28,62%	24,37%		

Fuente: Argentina: *Anuario de la Industria del Cine* 2009, 2010, 2011, 2012 tomado de la página web del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). El cálculo de la tasa de crecimiento anual compuesta de la cuota de cine nacional se ha calculado en base a los datos de las cuotas calculadas en base a espectadores, recaudación y estrenos, de las fuentes mencionadas para el periodo 2008-2012 siguiendo la siguiente fórmula: $TCAC = (((Valor\ Final / Valor\ Inicial)^{(1/4)}) - 1)$, expresado en porcentaje. Tipo de cambio a fecha 20/01/14: USD/ARS = 0,14.

b. Brasil

i. Políticas directas

Brasil ha establecido diversas políticas de carácter directo que tienen por objeto el fomento del consumo de cine nacional dentro del país.

Se han creado diferentes entidades y organismos encargados de tratar de fomentar la audiencia, como el Instituto Cultural Cinema Brasil, ANCINE, Fundo Sectorial do Audiovisual, Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual.

En la actualidad y durante los últimos años, ha correspondido principalmente a la Agência Nacional do Cinema (Ancine),³⁷ la labor del financiamiento en el sector audiovisual, optando por una ampliación en la política de incentivos y estímulos en la producción independiente.³⁸

Brasil es un país donde el consumo de cine nacional tiene una fuerte dependencia de los apoyos del sector público. En los últimos años, se ha buscado una mayor participación y apoyo del Estado en el sector audiovisual. En concreto, el Fundo Setorial do Audiovisual (FSA)³⁹ cuyo objetivo es promover la diversidad, trata de generar demanda de contenido brasileño e independiente con el establecimiento de

³⁷ <http://www.ancine.gov.br/>

³⁸ http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/dados_gerais_do_mercado_audiovisual_brasi_o_2012.pdf

³⁹ <http://fsa.ancine.gov.br/>

recursos para el fomento del sector audiovisual y estableciendo programas como el Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Brasileiro (Prodecine) para mejorar la producción, desarrollo, exhibición y distribución de largometrajes. El FSA participa en diversos proyectos y se encarga de dotar de apoyo financiero a productoras de cine y televisión. Así, para el año 2012, se estimaron ayudas similares a los 172 millones de dólares.

Brasil cuenta con una política de reserva de cuota de pantalla. Desde la creación de Ancine en el año 2003, se establece a través de resoluciones anuales que fijan el número de títulos y la cantidad de días que deberán estar en cartel, en cantidades graduadas según la cantidad de salas que posea el establecimiento. El mínimo es de 28 días anuales y dos títulos brasileños por sala, cada año se va estableciendo por decreto de Ancine el mínimo de días y la cantidad de títulos que deben estrenarse, según estudios técnicos que realiza esta entidad.

Esta obligación se establecía inicialmente en el artículo 55 de la Medida Provisória nº 2.228- 1/2001⁴⁰ y actualmente se regula en la IN nº 67/2007.⁴¹

ii. Políticas indirectas

Brasil ha implementado también políticas indirectas relativas al fomento de audiencias.

El proyecto conocido como Bono Cultura o Vale Cultura⁴² es una iniciativa creada en 2009, regulado actualmente por la Ley nº 12.761, del 2012,⁴³ conocida como el Programa Cultura del Trabajador, busca proporcionar y facilitar a los trabajadores el acceso y disfrute de los bienes y servicios culturales, se configura como un sistema de subsidios para tratar de impulsar el consumo de cultura y por tanto del cine, dentro del país.

El Bono Cultura se implementa en todo el territorio nacional a través de una tarjeta magnética que los empleadores, previo aviso al Ministério da Cultura de Brasil, entregan mensualmente a sus trabajadores. Con ella, los trabajadores pueden acceder a diferentes bienes y servicios culturales, entre ellos el cine nacional.

El objetivo de este proyecto en el 2009, que registraba unas cifras en las que el 14% de la población asistía al cine una vez por mes, era ayudar a Brasil a superar el estado en el que se encontraba.

La iniciativa propone otorgar dicha tarjeta por un precio de 26,3 dólares al mes a

⁴⁰ <http://publique.ancine.gov.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infolid=5631&sid=67>

⁴¹ <http://publique.ancine.gov.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infolid=9321&sid=808>

⁴² <http://www.cultura.gov.br/valecultura>

⁴³ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Lei/L12761.htm

aquellos trabajadores con ingresos de hasta cinco salarios mínimos, quienes tienen la obligación de pagar un máximo de 10% del valor del vale, teniendo en cuenta que el salario mínimo en Brasil en el año 2009 era de 244,7 dólares.

El estímulo hacia las empresas que otorgan la tarjeta a sus empleados, viene dado por la posibilidad de descontar el costo de sus impuestos hasta un máximo de 1% del valor total de sus impuestos sobre la renta.

Adicionalmente, se han establecido diversas ayudas para facilitar el acceso al cine brasileño por parte de ciertos sectores de población que tienen dificultades para visionar cine, fomentando así la formación de audiencias con un tipo de ayudas que permiten a su vez, un mayor consumo de cine nacional.

Así, el Instituto Cultural Cinema Brasil establece subsidios como el proyecto Subsídio ao Ingresso Gratuito de Filmes Brasileiros para População de Baixa Renda,⁴⁴ que pretende facilitar el acceso a películas brasileñas a colectivos marginales o desfavorecidos, suministrando al menos 20.000 entradas gratuitas, ofrecidas directamente por las salas de Microcine Bonsucesso.⁴⁵

Cabe resaltar también la existencia del Programa Cinema Perto de Você,⁴⁶ cuyo objetivo es el apoyo y financiación por parte de Ancine para la construcción de nuevas salas de cine en el país.

iii. Otras políticas

Se han creado y establecido diversos festivales y premios específicos para galardonar a distribuidores y exhibidores de cine brasileño,⁴⁷ como el Prêmio Adicional de Renda o el Prêmio Ancine de Incentivo à Qualidade.

iv. Clasificación

Durante el periodo 2008-2012 en este país se han producido incrementos de cuotas nacionales de cine irregulares, aunque llegando a acumular una tasa de crecimiento positiva del 1,79% en cuanto al crecimiento de la cuota nacional de espectadores y una tasa muy marginal pero positiva también, (del 0,13%), en términos de crecimiento de su cuota de recaudación.

Brasil es un país cuyo consumo de cine nacional está directamente relacionado con las

⁴⁴ <http://www.iccb.org.br/subsidio.html>

⁴⁵ <http://www.microcine.com.br/>

⁴⁶ <http://www.ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/programa-cinema-perto-de-voc-aprova-financiamento-de-r-1685-milh-es-para-cons>

⁴⁷ <http://www.ancine.gov.br/>

medidas de fomento de la industria del cine, guardando un estrecho vínculo con el apoyo gubernamental que pueda existir en esta materia. El país ha sufrido cambios relevantes en la producción de cine nacional, ligados a las políticas gubernamentales establecidas en ese momento. Así, puede observarse que han existido aumentos de cuotas cuando el país ha podido beneficiarse de dichas medidas, y ha registrado decrecimientos cuando tales medidas se han retirado o no han gozado de la importancia necesaria.

Actualmente, se está tratando de superar la indiferencia y el desinterés cultural producidos en etapas anteriores con la aplicación de estas nuevas políticas, de modo que puede decirse que el cine brasileño se encuentra en proceso de crecimiento, con interesantes retos de futuro. Brasil es catalogado como caso de éxito, pues registra datos positivos siempre que las políticas de fomento sean lo suficientemente relevantes.

v. Datos

Estrenos Nacionales vs. Totales. Cuota y variaciones interanuales

Número total de películas nacionales estrenadas					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
79	84	74	100	83	1,24%
Número total de películas estrenadas					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
325	317	302	337	325	-1,47%
Cuota de estrenos nacionales vs estrenos totales y TCCA 2008 - 2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
24,31%	26,50%	24,50%	29,67%	25,54%	1,24%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en estrenos					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
9,01%	-7,53%	21,10%	-13,94%		

Espectadores Nacionales vs. Totales. Cuota y variaciones interanuales

Nº de espectadores de películas nacionales y su TCAC					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
8.820.706	16.075.429	25.687.438	17.689.210	15.561.688	15,25%
Nº de espectadores totales por país y su TCAC					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
89.109.595	112.670.935	134.836.791	143.191.360	146.462.972	13,23%
Cuota de espectadores nacionales vs espectadores totales y TCCA 2008 -2012					

2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
9,90%	14,27%	19,05%	12,35%	10,62%	1,79%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en espectadores					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
44,14%	33,52%	-35,15%	-14,03%		

Recaudación Nacional vs. Total. Cuota y variaciones interanuales

Recaudación por películas brasileñas (en millones de dólares)					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
29.144.162,04	55.407.731,59	94.902.397,95	66.050.051,79	64.939.590,66	22,18%
Recaudación total de cine (en millones de dólares)					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
305.553.912,30	407.314.355,00	529.357.018,04	608.919.268,73	677.420.469,87	22,02%
Cuota de recaudación nacional vs recaudación total y TCCA 2008 - 2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
9,54%	13,60%	17,93%	10,85%	9,59%	0,13%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en recaudación					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
29,88%	24,12%	-65,28%	-13,15%		

Fuente: Brasil: *Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA)*, tomado de la página web de la Agencia Nacional do Cinema (Ancine). El cálculo de la tasa de crecimiento anual compuesta de la cuota de cine nacional se ha calculado en base a los datos de las cuotas calculadas en base a espectadores, recaudación y estrenos, desde la fuente mencionada para el periodo 2008-2012 siguiendo la siguiente fórmula: $TCAC = (((Valor\ Final / Valor\ Inicial)^{(1/4)} - 1)$, expresado en porcentaje. Tipo de cambio a fecha 20/01/14: USD/BRL =0.42.

c. Colombia

i. Políticas directas

En Colombia se han venido estableciendo políticas directas referentes a dotar de protección y fomentar las audiencias nacionales, contempladas principalmente en dos cuerpos legislativos, la Ley n° 397 de 1997, denominada Ley de la Cultura, sobre estímulos a la cultura, fondos y patrimonio cultural y la Ley n° 814 del 2003 para el Fomento de la Actividad Cinematográfica, conocida como Ley del Cine.

La Ley n° 397 de 1997, en los artículos 40 y 41,⁴⁸ indica que el Estado, a través del Ministerio de Cultura, de Desarrollo Económico, y de Hacienda y Crédito Público, fomentará la conservación, preservación y divulgación, así como el desarrollo artístico o industrial de la cinematografía colombiana. Así, el ministerio podrá otorgar:

- Estímulos especiales a la creación cinematográfica en sus distintas etapas

⁴⁸ <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=337>

- Estímulos e incentivos para la exhibición y divulgación de la cinematografía colombiana
- Estímulos especiales a la infraestructura física y técnica que permita la producción, distribución y exhibición de obras cinematográficas.

Por otro lado, la Ley nº 814 del 2003⁴⁹ enumera una serie de medidas proteccionistas; así, en su artículo 14, prevé unos estímulos a la exhibición de cortometrajes colombianos indicando que estos “podrán descontar directamente en beneficio de la actividad de exhibición, en seis punto veinticinco puntos porcentuales la contribución a su cargo cuando exhiban cortometrajes colombianos certificados como tales de conformidad con las normas sobre la materia”.

El artículo 18 de la Ley nº 814 faculta al Gobierno a establecer reservas de cuota de pantalla, indicando que para el impulso de la cinematografía nacional, dentro de los dos últimos meses de cada año, éste podrá dictar normas sobre porcentajes mínimos de exhibición de títulos nacionales en las salas de cine o en cualquier otro medio de exhibición o comercialización de obras cinematográficas diferente a la televisión, medidas que regirán para el año siguiente, atendiendo a las infraestructuras de exhibición y los promedios de asistencia.

A pesar de la mención que hace este artículo, en la práctica solo se está aplicando la reserva de cuota de pantalla para la emisión de películas nacionales en televisión, dejando fuera la exhibición en sala.⁵⁰

La Ley nº 814 establece, además, la creación de una cuenta especial denominada Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC),⁵¹ a cargo del Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC), que se constituye como un instrumento de financiación alimentado de los dineros provenientes de un sistema de contribución parafiscal.

Así, el FDC destina parte de los recursos al lanzamiento de convocatorias, a la ayuda en la promoción, la exhibición de obras cinematográficas colombianas en salas de cine,⁵² apoyo a la constitución de infraestructuras necesarias para laboratorios de procesos técnicos, constitución de salas en regiones apartadas del país y, en general, para el establecimiento, adecuación o mantenimiento de infraestructuras necesarias para hacer cine y para promover el acceso comunitario al mismo.⁵³

⁴⁹ <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=8796>

⁵⁰ <http://caem.cl/Documentos/Opini%F3n%20CAEM%20-%20Sistema%20de%20Cuotas%20de%20Pantalla%20%2818%20mayo%202007%29.pdf>

⁵¹ http://www.proimagenescolombia.com/secciones/fdc/que_es_el_fdc.php#

⁵² <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/Paginas/Convocatoria-de-Est%C3%ADmulos.a.spx>

⁵³ http://www.proimagenescolombia.com/secciones/fdc/programas_fdc.php?nt=7

En concreto, las convocatorias anuales del FDC buscan apoyar de manera integral y en forma no reembolsable, mediante asignaciones directas y gratuitas de recursos, proyectos cinematográficos colombianos en todas sus etapas pasando desde el desarrollo de guiones y proyectos, producción, postproducción, hasta las de promoción distribución y exhibición. Así, parte de los recursos del FDC van destinados a:

- Estímulos y subsidios de recuperación por exhibición de obras cinematográficas colombianas en salas de cine.⁵⁴
- Investigación en cinematografía, realización de estudios de factibilidad para el establecimiento o mejora de la infraestructura cinematográfica, asistencia técnica: el FDC da apoyo a la constitución de infraestructuras necesarias para laboratorios de procesos técnicos, constitución de salas en regiones apartadas del país y, en general, para el establecimiento, adecuación o mantenimiento de infraestructuras necesarias para hacer cine y para promover el acceso comunitario al mismo.⁵⁵

En referencia a los estímulos, estos pueden ser:

- Automáticos:⁵⁶ destinados a la promoción de largometrajes, con un monto equivalente a 1.016.260,16 dólares y a la participación Internacional, con un monto equivalente a 401.422,76 dólares.
- Por concurso:⁵⁷ destinados a proyectos para géneros específicos, como obras de ficción, animación, documentales, etcétera.

El Fondo para el Desarrollo Cinematográfico también destina parte de sus recursos al establecimiento de políticas relacionadas con el lanzamiento de películas nacionales a las salas del cine del país mediante estímulos dirigidos al productor para gastos de producción de copias, *trailers*, y publicidad a través de la radio, prensa y televisión.

Hasta finales del año 2011, el FDC ha beneficiado a un total de 97 proyectos, de los cuales 89 de ellos son largometrajes y los ocho restantes, cortometrajes. Durante el año 2012, se estima que el FDC, recaudó un total de 8.062.820,52 dólares, obteniendo desde el año 2003 hasta finales del 2012, un total de 45.214.154,54 dólares.⁵⁸

No obstante, es preciso destacar un cambio de paradigma en los Fondos para la anualidad 2013, con una línea específica de fomento de la distribución y la exhibición:

⁵⁴ Vid 52 supra.

⁵⁵ <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/estadisticas-del-sector/Documents/Anuario%202012.pdf>

⁵⁶ http://www.proimágenescolombia.com/secciones/fdc/convocatorias/estimulos_automaticos.php

⁵⁷ http://www.proimágenescolombia.com/secciones/fdc/convocatorias/estimulos_concurso.php

⁵⁸ http://www.proimágenescolombia.com/secciones/fdc/estadisticas_fdc.php

la Modalidad de Promoción de Largometrajes,⁵⁹ que cuenta con una opción de desembolso por espectador en la que se concede el estímulo en función del número de espectadores de una película en el territorio nacional.

El método de financiación del FCD, como indica el artículo 5 de la Ley n° 814 del 2003, se realiza estableciendo que los exhibidores, distribuidores y productores paguen, a través de una contribución parafiscal, una cuota para el desarrollo cinematográfico. EL FCD se encargará de reembolsar los recursos obtenidos en actividades que reviertan en el fomento del sector cinematográfico.

Esta cuota es la que sigue:

- Para los exhibidores: un 8,5% sobre el monto neto de sus ingresos obtenidos por la venta o negociación de derechos de ingreso a la exhibición cinematográfica en salas de cine o sala de exhibición, cualquiera que sea la forma que estos adopten. Este ingreso neto se tomará una vez descontado el porcentaje de ingresos que corresponda al distribuidor y al productor.
- Para los distribuidores: un 8,5% a cargo de los distribuidores o de quienes realicen la actividad de comercialización de derechos de exhibición de películas cinematográficas no colombianas para salas de cine establecidas en el territorio nacional, sobre el monto neto de sus ingresos obtenidos por la venta o negociación de tales derechos bajo cualquier modalidad.
- Para los productores: un 5% a cargo de los productores de largometrajes colombianos sobre los ingresos netos que les correspondan, cualquiera que sea la forma o denominación que adopte dicho ingreso, por la exhibición de la película cinematográfica en salas de exhibición en el territorio nacional. En ningún caso la Cuota prevista en este numeral, podrá calcularse sobre un valor inferior al 30% de los ingresos en taquilla que genere la película por la exhibición en salas de cine en Colombia. No se causará la Cuota sobre los ingresos que correspondan al productor por la venta o negociación de derechos de exhibición que se realice con exclusividad para medios de proyección fuera del territorio nacional o, también con exclusividad, para medios de proyección en el territorio nacional, diferentes a las salas de exhibición.

ii. Políticas indirectas

Colombia cuenta además con una serie de políticas de carácter indirecto orientadas a fomentar el consumo de cine nacional.

⁵⁹ <http://www.proimágenescolombia.com/bajarDoc.php?tl=1&per=476>

El FDC ofrece unos estímulos por concurso para materias de formación, dirigidos a proyectos de diplomado o posgrado o módulos de posgrado, en diferentes áreas del sector cinematográfico, presentados por entidades académicas colombianas, ofreciendo un monto máximo total de 162.601,63 dólares, y otorgando en exclusiva estímulos hasta 20.325,20 dólares por proyecto.⁶⁰

iii. Otras políticas

El FDC ha convocado, para los períodos analizados, diferentes estímulos para la capacitación de profesionales en diferentes áreas de la cinematografía.⁶¹ Los proyectos beneficiarios de estas convocatorias principalmente han tenido un perfil creativo, no obstante, se han realizado diferentes programas de capacitación en diferentes materias relativas a las fases de distribución y exhibición, por ejemplo:

- Mercadeo de productos cinematográficos y audiovisuales (2010).
- Producción ejecutiva y marketing de Cine, Branding como estrategia de negocio para el cine (2011).
- Diplomado en Mercado de productos cinematográficos y audiovisuales (2012).

iv. Clasificación

Colombia es un país que cuenta con una gran cantidad de políticas de fomento, especialmente de tipo directo. No obstante, en el periodo 2008-2012 este país ha exhibido cuotas nacionales de cine decrecientes, llegando a acumular una tasa de crecimiento negativa del 5,84% para la cuota nacional de espectadores y una cuota, también negativa del 6,67% para su cuota de recaudación nacional.

Destaca especialmente que las medidas de fomento establecidas en la Ley del Cine del 2003, si bien es cierto que se ha producido un aumento de consumo de cine nacional desde el establecimiento de la misma, no ha conseguido alcanzar unas cifras suficientes. Especial relevancia debe hacerse en lo referente al establecimiento de reservas de cuota de pantalla, la cual, a pesar de recogerse en la ley, no está siendo aplicada en la práctica para el sector del cine, lo que manifiesta que, a pesar de los esfuerzos realizados, las medidas no gozan de toda la eficacia que sería precisa para producir un aumento de consumo de cine nacional. Colombia es catalogada por tanto como un país de contraste.

⁶⁰ http://www.proimagenescolombia.com/secciones/fdc/convocatorias/estimulos_concurso.php

⁶¹ http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/programas_formacion/programas_formacion.php

v. Datos

Estrenos Nacionales vs. Totales. Cuota y variaciones interanuales

Número total de películas nacionales estrenadas					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
13	12	10	18	23	15,33%
Número total de películas estrenadas					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
213	214	206	206	213	0,00%
Cuota de estrenos nacionales vs estrenos totales y TCCA 2008 - 2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
6,10%	5,61%	4,85%	8,74%	10,80%	15,33%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en estrenos					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
-8,12%	-13,43%	80,00%	23,58%		

Espectadores Nacionales vs. Totales. Cuota y variaciones interanuales

Nº de espectadores de películas nacionales y su TCAC					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
2.278.000	1.208.000	1.531.000	2.994.000	3.386.000	10,42%
Nº de espectadores totales y su TCAC					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
21.600.000	27.100.000	33.700.000	38.011.953	40.847.889	17,27%
Cuota de espectadores nacionales vs espectadores totales y TCCA 2008 - 2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
10,55%	4,46%	4,54%	7,88%	8,29%	-5,84%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en espectadores					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
-57,73%	1,92%	73,37%	5,68%		

Recaudación Nacional vs. Total. Cuota y variaciones interanuales

Recaudación por películas colombianas (en millones de dólares)					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
11.016.931,94	5.812.231,60	7.538.858,34	14.384.283,78	17.122.629,54	11,65%
Recaudación total de cine (en millones de dólares)					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
94.400.000,00	116.879.000,00	1.522.790.000,00	173.460.000,00	193.402.000,00	19,64%
Cuota de recaudación nacional vs recaudación total y TCCA 2008 - 2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC

11,67%	4,97%	0,50%	8,29%	8,85%	-6,67%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en recaudación					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
-134,68%	-904,48%	94,03%	6,33%		

Fuente: Colombia: *Cine en cifras*, tomado de la página web de Proimágenes; las cifras de la recaudación nacional de Colombia provienen de la multiplicación del precio de la taquilla (en USD) por el número de espectadores nacionales. El cálculo de la tasa de crecimiento anual compuesta de la cuota de cine nacional se ha calculado en base a los datos de las cuotas calculadas en base a espectadores, recaudación y estrenos, desde la fuente mencionada para el periodo 2008-2012 siguiendo la siguiente fórmula: $TCAC = (((\text{Valor Final} / \text{Valor Inicial})^{(1/4)}) - 1)$, expresado en porcentaje. Tipo de cambio a fecha 20/01/14: USD/COP = \$0,000590.

d. Corea del Sur

i. Políticas directas

Corea del Sur es un país con una importante tradición histórica en relación con la aplicación de políticas directas que tienen por objeto el fomento de audiencias.

Corea ha establecido una política de reserva de cuota de pantalla; así la Film Promotion Law Act 5129⁶² de 1996 requería a los cines a exhibir películas coreanas durante 146 días al año, pero tras la redacción del artículo 18 del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos,⁶³ esta cifra se ha reducido a los actuales 73 días al año.

También ha destacado por la toma de medidas como la creación del Korean Film Council (KOFIC)⁶⁴ y el Film Development Fund. El Korean Film Council es una organización dependiente del Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo Coreano, cuya labor es la de apoyar y promocionar el cine coreano. KOFIC gestiona el Film Development Fund, con una dotación de 430 millones de dólares destinados a promover y apoyar la industria cinematográfica coreana. Cuenta con líneas de ayudas específicas a la exhibición y distribución.

ii. Políticas indirectas

Este país cuenta con diferentes políticas indirectas para tratar de impulsar el consumo de cine nacional dentro del país. Ha existido en Corea una evolución, así, la ley promulgada en 1996 estableció la reclasificación de la industria del cine, pasando de una industria de servicios a una industria de manufacturación, lo cual facilita la concesión de préstamos al sector.

⁶² www.law.go.kr/

⁶³ <http://www.ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements/korus-fta/final-text>

⁶⁴ <http://www.koreanfilm.or.kr/>

Corea ha desarrollado varias medidas que guardan relación con la formación de audiencias. KOFIC abrió el Centro de Medios de Seúl,⁶⁵ para promover actividades en formación de audiencias y cultura audiovisual entre determinados grupos poblacionales, mostrando especial interés en los estudiantes, pero también en otros sectores de la población coreana como son aquellas personas que se encuentran en prisión, militares o personas mayores.

Existen en Corea actividades de apoyo a las coproducciones internacionales, así el KOFIC desarrolla una labor muy intensa de fomento de la coproducción cinematográfica a través del programa Co-Production Development Support, ofreciendo soporte en la búsqueda de socios coproductores y *partners* financiadores.

iii. Otras políticas

Asimismo, KOFIC desarrolla programas formativos para los profesionales del sector⁶⁶ en materias que impactan sobre la exhibición y la producción, destacando por su parte el interés en el Asian Film Professionals Training Program, cuyo objetivo es mejorar los niveles de entendimiento y relación entre las industrias de cine asiáticas.

KOFIC trata de apoyar y dar soporte en materias de educación y cursos orientados a profesionales, ofreciendo programas que tratan diversos aspectos de negocio,⁶⁷ con el objetivo de mejorar la capacitación profesional en la industria.

iv. Clasificación

Corea del Sur es el caso de éxito por excelencia de entre los países que han sido objeto de estudio, ya que en el periodo 2008-2012, ha exhibido unas cuotas nacionales de cine muy elevadas.

Corea del Sur es, de entre los países analizados, el único en el que el consumo actual de cine nacional, en términos de espectadores, es más elevado que el consumo de cine extranjero, llegando a acumular una tasa de crecimiento positiva del 8,72% en el periodo estudiado para las tasas de cine nacional basadas en espectadores y superiores al 11% en las cuotas de cine en base a recaudación. Cuotas de cine cercanas al 60%, convierten a Corea en el país con la cuota más elevada del estudio.

⁶⁵ <http://www.koreanfilm.or.kr/jsp/kofic/intro.jsp>

⁶⁶

http://www.koreanfilm.or.kr/jsp/news/kofic_news.jsp?pageIndex=17&blbdComCd=601007&seq=68%209%20&mode=VIEW&returnUrl=&searchKeyword=

⁶⁷ <http://www.koreanfilm.or.kr/jsp/kofic/intro.jsp>

v. Datos

Estrenos Nacionales vs. Totales. Cuota y variaciones interanuales

Número total de películas nacionales estrenadas					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
108	118	140	150	140	6,70%
Número total de películas estrenadas					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
380	361	426	439	424	2,78%
Cuota de estrenos nacionales vs estrenos totales y TCCA 2008 - 2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
28,42%	32,69%	32,86%	34,17%	33,02%	3,82%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en estrenos					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
15,01%	0,54%	3,97%	-3,36%		

Espectadores Nacionales vs. Totales. Cuota y variaciones interanuales

Nº de espectadores de películas nacionales y su TCAC					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
62.047.324	75.644.847	68.843.173	82.868.189	114.613.190	16,58%
Nº de espectadores totales y su TCAC					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
147.428.639	155.398.654	147.759.214	159.724.465	194.890.587	7,23%
Cuota de espectadores nacionales vs espectadores totales y TCCA 2008 -2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
42,09%	48,68%	46,59%	51,88%	58,81%	8,72%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en espectadores					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
15,66%	-4,29%	11,36%	13,35%		

Recaudación Nacional vs. Total. Cuota y variaciones interanuales

Recaudación por películas coreanas (en millones de dólares)					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
107.637.400,2 1	460.416.785,0 4	421.758.175,2 4	530.438.811,05	706.716.601,06	60,07 %
Recaudación total de cine (en millones de dólares)					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
280.452.640,4 5	893.624.691,4 8	971.393.302,8 0	1.037.451.766,7 6	1.211.590.759,0 5	44,17 %
Cuota de recaudación nacional vs recaudación total y TCCA 2008 - 2012					

2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
38,38%	51,52%	43,42%	51,13%	58,33%	11,03 %
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en recaudación					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
25,51%	-18,67%	15,08%	12,34%		

Fuente: Corea del Sur: *Korean Cinema 2012*, tomado de la página web del Korean Film Council (KOFIC). El cálculo de la tasa de crecimiento anual compuesta de la cuota de cine nacional se ha calculado en base a los datos de las cuotas calculadas en base a espectadores de la fuente mencionada para el periodo 2008-2012 siguiendo la siguiente fórmula: $TCAC = (((Valor\ Final/Valor\ Inicial)^{(1/4)} - 1)$, expresado en porcentaje. Tipo de cambio a fecha 20/01/14: USD/KRW =0,0009.

e. España

i. Políticas directas

En España se han establecido diversas políticas de carácter directo que tienen por objeto el fomento del consumo de cine nacional dentro del país.

Destaca en este aspecto la creación de la Ley del Cine nº 55/2007,⁶⁸ que dedica sus secciones 4ª y 5ª a las ayudas, concretamente a las Ayudas a la distribución de películas (Sección 4ª, artículo 28) y Ayudas a la exhibición de películas (Sección 5ª, artículo 29), estableciendo lo siguiente para cada modalidad:

- **Ayudas a la distribución de películas:** se regula la posibilidad de conceder ayudas a distribuidores para la realización de planes de promoción y distribución en España de películas de largo y corto metraje, comunitarias e iberoamericanas, a fin de estimular su distribución, principalmente en versión original, en salas de exhibición, con especial atención a la calidad de las películas, a la incorporación de nuevas tecnologías de la comunicación y a las facilidades de acceso a las películas para las personas con discapacidad.
- **Ayudas a la exhibición y para las salas de exhibición cinematográfica:** se regula la posibilidad de establecer medidas de apoyo para las salas de exhibición que en su programación anual incluyan, en proporción superior al 40%, largometrajes comunitarios e iberoamericanos, con preferencia hacia aquéllas que los ofrezcan en versión original. Igualmente, podrán establecerse ayudas a las salas de exhibición que programen largometrajes comunitarios e

⁶⁸ http://www.mcu.es/archivoswebmcu/LegislacionConvenio/legislacion/rcl_2007_2384_ley_55_2007_1228.pdf

iberoamericanos en versión original durante un tiempo continuado superior a tres fines de semana.

- **Cuota de pantalla:** la Ley del Cine, en su artículo 18 establece una medida de reserva de cuota de pantalla. Las salas de exhibición estarán obligadas a programar dentro de cada año natural obras cinematográficas de Estados miembros de la Unión Europea en cualquier versión, de forma tal que, al concluir cada año natural, al menos el 25% del total de las sesiones que se hayan programado sea con obras cinematográficas comunitarias.

En materia de cine, el Plan Estratégico General⁶⁹ para el periodo 2012-2015, elaborado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, pretende garantizar en el marco del nuevo modelo de apoyo público al cine, una dotación suficiente del Fondo de Protección a la Cinematografía que permita desarrollar una política eficaz y sostenible de ayudas directas a la cinematografía y el audiovisual.

ii. Políticas indirectas

España ha implementado diferentes políticas indirectas de fomento entre las que destacan:

- Ayudas a la amortización⁷⁰ vinculadas a los resultados de recaudación en salas de una determinada obra cinematográfica: son ayudas que se conceden a la producción en función de los resultados de la película atendiendo a parámetros tales como espectadores o ingresos en taquilla. Estas ayudas se componen de:
 - Ayuda general para la amortización.

La ayuda general está condicionada a la liquidación que resulte en función del número de espectadores de los largometrajes, que se obtendrá multiplicando el 15% del número de espectadores de la película durante los doce primeros meses de exhibición desde su estreno comercial en España, por el precio medio de la entrada en el año anterior a la convocatoria. Cuando el número de espectadores supere los 35.000, a la cantidad obtenida se le aplicará de forma lineal y continua un coeficiente equivalente a 0,035 por cada 35.000 espectadores en aplicación de la fórmula siguiente:

$$\text{Coeficiente} = ([n^{\circ} \text{ espectadores} - 35.000 / 1.000.000] + 1)$$

⁶⁹ <http://www.cultura.gob.es/principal/docs/novedades/2012/PlanEstrategicoGeneral2012-2015.pdf>

⁷⁰ http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2013-3181

- Ayuda complementaria.

Las empresas productoras podrán acceder a esta ayuda complementaria, siempre que se trate de largometrajes cuyo coste reconocido sea, como mínimo, de 812.347,68 dólares.

Esta ayuda consistirá en una cantidad calculada en función de un sistema de puntuación que atenderá a criterios como:

- * Participación mediante invitación en la sección oficial de festivales de reconocido prestigio internacional.
- * Si la película fue calificada para su exhibición como «Especialmente recomendada para la infancia».
- * Si se trata de coproducciones con empresas extranjeras.
- * Si la película ha sido realizada mediante tecnología digital destinada a la proyección en tres dimensiones y exhibida, total o parcialmente, con esta misma tecnología.

El Plan Estratégico General para el periodo 2012-2015, tiene proyectos objeto de ejecución que deben encuadrarse dentro del marco de las políticas indirectas para el fomento de audiencias. Así, entre sus objetivos, se encuentran:

- Desarrollo de políticas encaminadas a mejorar la recepción, comprensión y valoración por la ciudadanía de las obras y contenidos cinematográficos y audiovisuales.
- Fomento de la diversidad cultural en el ámbito cinematográfico y audiovisual y el acceso de la ciudadanía al cine español.
- Mejora de los procedimientos de gestión de las subvenciones al sector cinematográfico y audiovisual
- Consolidación de la infraestructura, medios y sistemas para la preservación a largo plazo del Patrimonio Cultural Cinematográfico y potenciar su accesibilidad.

iii. Otras políticas

España ha implementado otras medidas de fomento de audiencias de carácter indirecto, tales como las ayudas para el desarrollo y la realización de proyectos culturales y de formación no reglada,⁷¹ financiando proyectos que apoyan programas

⁷¹ <http://www.mcu.es/ayudasSubvenciones/docs/cine/ProyectosCulturalesEstudiosNoRegladosConv2011.pdf>

específicos de formación no reglada, siendo su última convocatoria en el año 2011:

- Para profesionales, incluyendo personal creativo y técnico.
- De formación del público.

Entre otros aspectos, en estos programas formativos se han abordado materias de especial interés tales como *marketing* o *eCommerce*, para mejorar las condiciones de exhibición del cine local.

iv. Clasificación

España coincide en el periodo objeto del estudio con una etapa de profunda crisis económica, que ha afectado directamente al sector audiovisual, de tal modo que muchas de las ayudas al cine se han visto reducidas.

A pesar de ello, en el periodo 2008-2012, España ha exhibido cuotas nacionales de cine que, si bien son modestas, manifiestan un crecimiento medio del 9,89% para el periodo estudiado en cuanto a espectadores y un crecimiento superior al 12% para la cuota de recaudación, alcanzando en 2012 una cuota nacional de cine por espectadores del 19,42%. Por ello, España se cataloga como un caso de éxito.

v. Datos

Estrenos Nacionales vs. Totales. Cuota y variaciones interanuales

Número total de películas nacionales estrenadas					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
139	137	138	147	131	-1,47%
Número total de películas estrenadas					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
518	491	472	511	472	-2,30%
Cuota de estrenos nacionales vs estrenos totales y TCCA 2008 - 2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
26,83%	27,90%	29,24%	28,77%	27,75%	0,85%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en estrenos					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
3,98%	4,78%	-1,61%	-3,52%		

Espectadores Nacionales vs. Totales. Cuota y variaciones interanuales

Nº de espectadores de películas nacionales y su TCAC					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
14.359.230	17.480.282	12.928.363	15.524.294	18.284.674	6,23%
Nº de espectadores totales y su TCAC					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
107.813.259	109.986.858	101.589.517	98.344.862	94.158.195	-3,33%
Cuota de espectadores nacionales vs espectadores totales y TCCA 2008 -2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
13,32%	15,89%	12,73%	15,79%	19,42%	9,89%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en espectadores					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
19,33%	-19,93%	24,04%	23,02%		

Recaudación Nacional vs. Total. Cuota y variaciones interanuales

Recaudación por películas españolas (en millones de dólares)					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
110.174.295,67	140.895.532,55	108.374.789,08	133.835.127,00	161.860.229,69	10,09%
Recaudación total de cine (en millones de dólares)					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
725.870.538,00	765.013.577,22	785.737.079,32	724.559.124,54	667.312.333,61	-2,08%
Cuota de recaudación nacional vs recaudación total y TCCA 2008 - 2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
15,18%	18,42%	13,79%	18,47%	24,26%	12,43%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en recaudación					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
17,59%	-33,53%	25,33%	23,85%		

Fuente: España: *El Cine y el Video en Datos y Cifras*, 2008, 2009, 2010, 2011 y 2012, tomado de la página web del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. El cálculo de la tasa de crecimiento anual compuesta de la cuota de cine nacional se ha calculado en base a los datos de las cuotas calculadas en base a espectadores de la fuente mencionada para el periodo 2008-2012 siguiendo la fórmula: $TCAC = (((Valor\ Final/Valor\ Inicial)^{(1/4)} - 1)$, expresado en porcentaje. Tipo de cambio a fecha 20/01/14: USD/EUR = 1.35

vi. Valoración de expertos

Respecto del caso español, se realizaron varias entrevistas a expertos de ámbitos como el sector público, productores y programas supranacionales. En todas ellas se concluyó que las ayudas a la amortización, por su dificultad de gestión y administración, así como las dificultades de control de las mismas, van a ser paulatinamente eliminadas. Se plantea el potenciar un modelo de financiación prioritariamente enfocado en incentivos fiscales, actualmente en estudio y desarrollo en España y tímidamente incorporado en la Ley del Cine del año 2007. Por esta razón, no se contemplan las

ayudas a la amortización dentro de las propuestas de medidas a implementar en Chile desarrolladas más adelante en este estudio, pese a que desde el punto de vista cuantitativo podrían considerarse como un caso de éxito.

f. Francia

i. Políticas directas

En Francia, existe un interés histórico en el establecimiento de políticas destinadas al incremento de audiencias. Así, el cine nacional ha tenido históricamente una cuota de pantalla elevada gracias a una serie de políticas proteccionistas o políticas de cine estatal puestas en marcha al final de la Segunda Guerra Mundial.

En cuanto a su regulación, Francia dispone de una normativa variada para regular la materia del cine, pero destaca por encima del resto el Code du cinéma et de l'image animée.⁷² En esta normativa una de las medidas de fomento que destaca, es la aplicación del 11% del precio de cualquier entrada vendida en sala para la financiación de producciones nacionales francesas.

Francia cuenta con un organismo específico en materia de cine, el Centre National du Cinéma et de l' image animée (CNC), el cual fue impulsado en 1959 por André Malraux, Ministro de Cultura de De Gaulle, y es el organismo encargado del fondo de ayudas públicas, que se nutre de impuestos específicos. Entre otras, cuenta con ayudas a la distribución, exhibición, difusión en salas, explotación, ayudas selectivas a la creación y la modernización de salas, etcétera.⁷³

El CNC concede así medidas de impacto directo que guardan relación con la distribución de cine nacional. Entre ellas destaca la llamada política de “excepción cultural”, concepto introducido por Francia en el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT)⁷⁴ en 1993, en el seno de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y que implica un tratamiento diferenciado de la cultura frente a productos comerciales, permitiendo la intervención pública en defensa del patrimonio y las artes. Esto se traduce en una serie de dispositivos financieros, fiscales y normativos que apoyan el cine nacional y dificultan la entrada de cine extranjero, principalmente de Estados Unidos.

En Francia también se conceden ayudas automáticas a las empresas encargadas de la distribución de largometrajes franceses y coproducciones, a través de la denominada “soutien automatique à la distribution”.⁷⁵ Así, las cantidades depositadas en la cuenta

⁷² <http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000020908868>

⁷³ <https://www.cnc.fr/a-propos-du-cnc/missions/promouvoir-diffuser>

⁷⁴ http://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/gatt47.pdf

⁷⁵ <http://www.cnc.fr/web/fr/soutien-automatique-a-la-distribution>

del distribuidor son proporcionales a los ingresos en taquilla de la película en los cines y destinados a ser reinvertidos en la producción y/o distribución de una nueva obra.

La subvención afecta a las empresas de distribución de obras de cine cuya duración sea superior a una hora y se calcula aplicando una tasa que consiste en un porcentaje sobre los impuestos especiales que sean de aplicación en función del precio de las entradas.

El porcentaje variará en función de los ingresos obtenidos, existiendo tasas de:

- 220% cuando el importe de los ingresos obtenidos por la obra cinematográfica sea menor o igual a 416,33 dólares.
- 140% cuando el importe de los ingresos obtenidos por la obra cinematográfica sea mayor a 416,33 dólares y menor o igual a 832,66 dólares.
- 120% cuando la cantidad de ingresos obtenidos por el trabajo cinematográfico sea mayor a 832,66 dólares y menor o igual a 1.665.312,75 dólares.
- 25% cuando el importe de los beneficios realizados sea mayor a 1.665.312,75 dólares y menor o igual a 4.163.281,88 dólares.
- 15% cuando el importe de los beneficios realizados sea mayor a 4.163.281,88 dólares y menor o igual a 5.828.594,64 dólares.
- 10% cuando el importe de los beneficios realizados sea mayor a 5.828.594,64 dólares y menor o igual a 8.326.563,77 dólares.
- La tasa es cero cuando el importe de los ingresos producidos por este trabajo sea mayor que 8.326.563,77 dólares.

Las subvenciones se establecen para un período de cinco años después de la primera presentación pública de la obra y deben ser reinvertidos dentro de los cuatro años a partir del primer día del año siguiente a aquel en que hayan sido calculados.

Además de esta ayuda automática, existen otro tipo de ayudas selectivas a la distribución para materias específicas como:

- Ayudas a la distribución de films inéditos.⁷⁶
- Ayudas a la distribución de películas clásicas.⁷⁷
- Ayudas a la distribución de cine destinado al público infantil.⁷⁸

⁷⁶ <http://www.cnc.fr/web/fr/aide-selective-a-la-distribution-de-films-inedit>

⁷⁷ <http://www.cnc.fr/web/fr/aides-selectives-a-la-distribution-de-films-de-repertoire>

⁷⁸ <http://www.cnc.fr/web/fr/aide-selective-a-la-distribution-de-films-pour-le-jeune-public>

Francia cuenta recientemente con un aliado en las ayudas de distribución de cine. Se trata de la cadena de televisión privada de origen francés, Canal+, que se ha comprometido desde el 2010 y durante un periodo de cinco años, a realizar una contribución económica para las empresas de distribución que cumplan con una serie de condiciones,⁷⁹ con el objetivo de apoyar la distribución de películas en Francia.

El CNC, adicionalmente dispone de apoyos en materia de explotación de cine, resultando especialmente relevante en este apartado, la concesión de ayudas automáticas a la explotación “soutien automatique à l'exploitation”.⁸⁰ Esta ayuda se concede a los titulares y propietarios de las salas de cine, y consiste en dos tramos:

- El primer tramo, concede una ayuda consistente en un derecho de retorno que va a depender de los impuestos generados en la venta de entradas de cine por los exhibidores.
- El segundo tramo guarda relación con el número de salas de las que dispone el establecimiento donde se exhibe el cine.

Además de estas ayudas automáticas a la exhibición, se conceden unas ayudas de carácter selectivo destinadas a la explotación de cine, que proponen iniciativas para fomentar la creación, mantenimiento, equipamiento y mejora de salas de cine dentro del territorio nacional.⁸¹

ii. Políticas indirectas

De entre las políticas indirectas para fomento de audiencias, destaca por su relevancia la denominada “avance sur recettes”.⁸² Consiste en un anticipo a cuenta o préstamo sin interés sobre los futuros ingresos de taquilla. Esta medida entró en vigor en el año 1960 como un sistema de subvención económica estatal para las películas francesas.

El avance o anticipo reviste el carácter de préstamo sin interés, concedido por el CNC, a devolver de los futuros ingresos que la película genere por su explotación en salas, mediante la recaudación de una tasa que se percibe en taquilla por la proyección del filme, y que será la base de cálculo para la recuperación de la inversión por parte del CNC.

Los destinatarios de esta ayuda son las productoras de largometrajes y en general,

⁷⁹ <http://www.cnc.fr/web/fr/contribution-canal-a-la-distribution-de-films-en-salles>

⁸⁰ <http://www.cnc.fr/web/fr/soutien-automatique-a-l-exploitation>

⁸¹ http://www.cnc.fr/web/fr/cinema?p_p_id=listeaides_WAR_listeaidesportlet_INSTANCE_sD1z&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-6&p_p_col_pos=1&p_p_col_count=2&_listeaides_WAR_listeaidesportlet_INSTANCE_sD1z_sousSecteurId=10372

⁸² <http://www.cnc.fr/web/fr/avance-sur-recettes-avant-realisation>

realizadores de cine, siempre que tengan la nacionalidad francesa o teniendo la nacionalidad de otro Estado Miembro de la Unión Europea, obtengan la condición de residentes.

En la actualidad, la atribución del préstamo o anticipo “avance sur recettes” se decide por el Presidente del CNC, asistido por una Comisión de expertos reconocidos en el sector.

El “avance sur recettes” se solicita antes de realizado el filme, aunque también se podrá solicitar una vez finalizado, pero antes de la obtención del visado de explotación o certificado de calificación, aunque es menos frecuente. Como requisito prioritario para optar a estas ayudas, el filme ha de ser realizado íntegramente en versión original francesa, independientemente de que se trate de coproducción o no.

En 2006, se estimó que esta medida había contribuido a la creación de más de 2000 películas desde su creación en los años sesenta.⁸³

El CNC realiza una labor intensa en materia de formación de audiencias,⁸⁴ trabajando con diferentes colectivos poblacionales: jóvenes, niños, personas con discapacidad, colectivos desfavorecidos, población de las zonas rurales rural, etcétera.

El CNC lleva a cabo esta formación de audiencias con un modelo de operaciones denominado “Collège au cinéma”,⁸⁵ organizado en concertación con las colectividades territoriales, las salas de cine y la Educación Nacional, que propone a los estudiantes de sexto de primaria a tercero de ESO junto con sus profesores, el análisis de películas vistas en salas de cine durante el periodo escolar. Los objetivos del programa son:

- Fomentar el gusto y curiosidad por el cine en versión original.
- Ofertar, en el marco de la colaboración entre los ministerios y las autoridades locales, actividades educativas y de formación.
- Garantizar el acceso de los estudiantes a la cultura cinematográfica en la totalidad del territorio francés.
- Participar en el desarrollo de una práctica cultural que impulse la asistencia a las salas de cine de los jóvenes.

Del mismo modo, el CNC dispone de otro programa de formación de audiencias denominado “école et cinéma”,⁸⁶ que ofrece a los estudiantes, desde preescolar hasta quinto de primaria, descubrir películas en proyecciones organizadas especialmente

⁸³ <http://www.cnc.fr/web/fr>

⁸⁴ <http://www.cnc.fr/web/fr/les-publics-eloignes-de-la-culture>

⁸⁵ <http://www.cnc.fr/web/fr/college-au-cinema>

⁸⁶ <http://www.cnc.fr/web/fr/ecole-et-cinema>

para ellos en los cines. Se pretende así crear una introducción al cine a través del apoyo y la labor educativa llevada a cabo por los profesores y las instituciones culturales.

A tal fin, el CNC también se encarga de sostener económicamente las siguientes asociaciones cuyo fin es la alfabetización audiovisual: Ciné-ma Différence,⁸⁷ Kyrnéa international,⁸⁸ Retour d'image,⁸⁹ Toiles enchantées,⁹⁰ La ligue de l'enseignement⁹¹ y Cultures, publics et territoires.⁹²

iii. Clasificación

En el periodo 2008-2012 este país ha mostrado cuotas nacionales de cine irregulares, pero se mantiene como el país europeo de referencia en cuanto a que se ha constituido como el Estado paradigma de la producción y consumo nacional, llegando a alcanzar en el año 2012 una cuota nacional del 40,3% en base a espectadores y un porcentaje muy similar en cuanto a cuota nacional de cine en base a recaudación.

A pesar de ser un país bandera, se han registrado en los últimos años ciertos desequilibrios (decrecimientos de la cuota en base a espectadores y también en base a recaudación), pero que no le hacen desmerecer su estatus de país catalogado como caso de éxito. Su tasa de crecimiento ha sido negativa en el periodo estudiado, (del 2,95%), si bien, es un país fuertemente arraigado a su cultura y de ferviente apego a la producción nacional, que se sigue manteniendo como el país europeo que registra las mayores cifras de consumo de cine nacional.

iv. Datos

Estrenos Nacionales vs. Totales. Cuota y variaciones interanuales

Número total de películas nacionales estrenadas					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
98	109	99	101	100	0,51%
Número total de películas estrenadas					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
347	371	348	383	368	1,48%
Cuota de estrenos nacionales vs estrenos totales y TCCA 2008 - 2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC

⁸⁷ www.cinemadifference.com

⁸⁸ www.kyrnea.com

⁸⁹ www.retourdimage.eu

⁹⁰ <http://www.lestoilesenchantees.com/>

⁹¹ www.laligue.org

⁹² www.resonance-culture.fr

28,24%	29,38%	28,45%	26,37%	27,17%	-0,96%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en estrenos					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
4,03%	-3,17%	-7,30%	3,05%		

Espectadores Nacionales vs. Totales. Cuota y variaciones interanuales

Nº de espectadores de películas nacionales y su TCAC					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
86.390.000	74.230.000	74.130.000	88.840.000	82.060.000	-1,28%
Nº de espectadores totales y su TCAC					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
190.180.000	201.510.000	206.950.000	217.070.000	203.440.000	1,70%
Cuota de espectadores nacionales vs espectadores totales y TCCA 2008 -2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
45,43%	36,84%	35,82%	40,93%	40,34%	-2,93%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en espectadores					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
-18,91%	-2,76%	14,26%	-1,53%		

Recaudación Nacional vs. Total. Cuota y variaciones interanuales

Recaudación por películas francesas (en millones de dólares)					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
700.925.265,00	615.292.470,00	632.477.160,00	759.182.220,00	711.214.020,00	0,36%
Recaudación total de cine (en millones de dólares)					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
1.541.983.500,00	1.669.153.500,00	1.767.042.000,00	1.854.792.000,00	1.762.600.500,00	3,40%
Cuota de recaudación nacional vs recaudación total y TCCA 2008 - 2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
45,46%	36,86%	35,79%	40,93%	40,35%	-2,93%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en recaudación					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
-23,31%	-2,99%	12,55%	-1,44%		

Fuente: Francia: *CNC Dossiers* nº 326 – May 2013, tomado de la página web del Centre National du Cinéma et de l'Image Animée (CNC); Las cifras de la recaudación nacional de Francia provienen de la multiplicación del precio de la taquilla (en USD) por el número de espectadores nacionales. El cálculo de la tasa de crecimiento anual compuesta de la cuota de cine nacional se ha calculado en base a los datos de las cuotas de cine nacional en base a espectadores disponibles en la fuente mencionada para el periodo 2008-2012 y siguiendo la fórmula: $TCAC = (((Valor\ Final/Valor\ Inicial)^{(1/4)} - 1)$, expresado en porcentaje. Tipo de cambio a fecha 20/01/14: USD/EUR = 1.35.

g. México

i. Políticas directas

En México se han realizado importantes políticas directas con objeto de fomentar el consumo de cine nacional.

En este ámbito, resulta relevante la creación de la Ley Federal de Cinematografía⁹³ de 1992 (reformada por última vez en el 2010) y de su Reglamento⁹⁴ de desarrollo del 2001, que tiene por objeto reglamentar, de acuerdo con la Ley Federal de Cinematografía, la promoción de la producción, distribución, comercialización y exhibición de películas, así como su rescate y preservación, procurando el estudio y atención de los asuntos relativos a la integración, fomento y desarrollo de la industria cinematográfica nacional.

El artículo 19 de la ley establece una reserva para los exhibidores del 10% del tiempo total de exhibición, para la proyección de películas nacionales en sus respectivas salas cinematográficas, salvo lo dispuesto en los Tratados internacionales en los cuales México no haya hecho reservas de tiempo de pantalla.

Se establece también la obligación de estrenar toda película nacional por un período no inferior a una semana dentro de los seis meses siguientes a la fecha en que sea inscrita en el Registro Público correspondiente, siempre que esté disponible en los términos que establezca el Reglamento de desarrollo.

Tales términos pueden encontrarse en el artículo 45 del Reglamento donde se indica que para observar la garantía de estreno a que se refiere el segundo párrafo del artículo 19 de la ley, se entenderá como estreno la primera exhibición al público en al menos una pantalla de cine por exhibidor en cada municipio del territorio nacional, así como en cada delegación del Distrito Federal, programada en sus horarios habituales y por un periodo no inferior a una semana. Dicha garantía será exigible dentro de seis meses, contados a partir de la fecha de autorización de la película.

Establece el reglamento una obligación para aquellos exhibidores que cuenten con hasta cinco pantallas de cine en un municipio, o hasta diez en todo el Distrito Federal a estrenar un mínimo de cinco películas nacionales por año.

El citado artículo faculta al distribuidor de la película, con el acuerdo del productor, la posibilidad de pactar con el exhibidor otros términos de proyección diferentes, siempre y cuando sea más conveniente para la difusión de la película.

⁹³ <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/103.pdf>

⁹⁴ http://www.sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/7dc3f003-329b-42ba-abb3-b7921ad2eda6/reglamento_ley_fed_cinematografia.htm

A pesar de que la ley, todavía en vigor, establece unas reservas de cuota de pantalla, según se desprende de las entrevistas y las fuentes consultadas, en la práctica en México no se están aplicando las medidas recogidas en la ley.⁹⁵

Destaca, por otra parte, la existencia de Fidecine,⁹⁶ Fondo de Inversión y Estímulos al Cine, es un fideicomiso de apoyo a la producción, postproducción, distribución y exhibición de largometrajes (75 minutos o más) de ficción y/o animación, que otorga apoyos vía capital de riesgo y crédito, cumpliendo así el objetivo de fomentar y promover permanentes de la industria cinematográfica nacional, con perspectivas de viabilidad técnica y financiera, permitiendo brindar un sistema de apoyos financieros, de garantía, de estímulos y de inversiones.

Aparte de los objetivos de producción, Fidecine también pretende fortalecer la infraestructura cinematográfica nacional mediante el fomento y apoyo a la distribución y exhibición cinematográficas nacionales, para invertir los recursos disponibles en la reactivación de la industria cinematográfica nacional en su conjunto.

Otro instrumento a destacar es el llamado Beneficio a la Distribución de Películas Cinematográficas Nacionales.⁹⁷ Las empresas distribuidoras pueden solicitar este beneficio tal como se señala en el Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal del año en cuestión. Se trata de una ayuda para que las empresas distribuidoras puedan recuperar parte del coste de distribución. Así, tras una convocatoria pública, las empresas deberán presentar ante la Secretaría Técnica de Distribución de Películas Cinematográficas Nacionales las propuestas de acciones, actividades y/o estrategias destinadas a distribuir o promover películas cinematográficas nacionales, y será la que haga una revisión técnica de la misma para que posteriormente el Consejo de Evaluación externo analice los proyectos, valore su viabilidad y publique los proyectos elegidos.

Del total de la recaudación de los impuestos durante el ejercicio fiscal del 2012, se han destinado 394 millones de dólares a diferentes proyectos en los que se encuentra la distribución de películas nacionales.

El premio se aplica a los proyectos a la distribución cinematográfica nacional en circuitos comerciales y no comerciales. Para el caso de los circuitos comerciales podrá ser de hasta dos millones de pesos a cada uno de los contribuyentes que distribuyan la misma película cinematográfica nacional y solo podrá haber dos distribuidores beneficiados por cada una de ellas. Para los circuitos no comerciales podrá ser de hasta dos millones de pesos por cada proyecto de distribución que contemple la exhibición

⁹⁵ <http://caem.cl/Documentos/Opini%F3n%20CAEM%20-%20Sistema%20de%20Cuotas%20de%20Pantalla%20%2818%20mayo%202007%29.pdf>

⁹⁶ <http://www.imcine.gob.mx/media/31724.pdf>

⁹⁷ http://www.conaculta.gob.mx/financiamiento_beneficios_2012/

de 25 títulos de cine mexicano. En todos los casos la empresa distribuidora deberá de aportar como mínimo el 20% del costo total.

ii. Políticas indirectas

Este país también ha desarrollado medidas de carácter indirecto destinadas a fomentar y aumentar el nivel de audiencias de cine nacional.

El artículo 31 de la Ley Federal de Cinematografía faculta al Ejecutivo Federal a conceder una serie de estímulos e incentivos fiscales a las empresas que promuevan la producción, distribución, exhibición y/o comercialización de películas nacionales o cortometrajes realizados por estudiantes de cinematografía.

Existe también un Fideicomiso de Promoción y Desarrollo del Cine Mexicano en el Distrito Federal (Procinedf),⁹⁸ adscrito a la Secretaría de Cultura, es el encargado de fomentar y promocionar el desarrollo permanente de la industria cultural cinematográfica mexicana en el Distrito Federal, así como brindar el apoyo y estímulos económicos al sector cinematográfico incentivando la inversión pública y privada en beneficio de los productores, creadores, distribuidores y exhibidores de películas mexicanas.

Por otra parte, el gobierno federal, a través del Imcine, ofrece los fondos conocidos como Foprocine,⁹⁹ Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad, que tiene como objetivo fomentar el desarrollo de la actividad cinematográfica nacional no contemplada en la Ley Federal de Cinematografía, mediante la operación de un sistema de otorgamiento de apoyos financieros a los productores de largometrajes.

Los fines específicos son promover y apoyar la actividad cinematográfica nacional y la difusión de largometrajes de calidad mexicanos, inducir la coparticipación de inversionistas privados en proyectos conjuntos con el sector público, constituir un instrumento financiero moderno y flexible que permita otorgar apoyos financieros suficientes, oportunos y adecuados a la actividad cinematográfica nacional y difusión del cine mexicano de calidad, promover y/o participar en programas, proyectos y foros nacionales e internacionales, que tiendan a estimular la actividad cinematográfica nacional de calidad, así como en la formación de recursos humanos para la industria cinematográfica.¹⁰⁰

⁹⁸ http://www.cultura.df.gob.mx/procinedf/index.php?option=com_content&view=featured&Itemid=435

⁹⁹ <http://www.imcine.gob.mx/foprocine.html>

¹⁰⁰ http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:1n3lhN_UPx0J:www.funcionpublica.gob.mx/scagp/dgorcs/reglas/2008/11%2520SEP%252008/11-02%2520SEP%252006%2520FOPROCINE%2520ROP%2520140906.doc+&cd=5&hl=es&ct=clnk&gl=es

iii. Otras políticas

Dentro del Instituto de Cinematografía Mexicano (Imcine) se impulsa la formación del sector audiovisual a través de un espacio académico donde se encuentra información de cursos, talleres, foros, seminarios y conferencias para las personas que trabajan en esta industria.¹⁰¹

iv. Clasificación

A pesar del gran número de medidas de fomento de las que dispone el país, muchas de ellas establecidas desde hace décadas y de la tradición histórica del mismo en realizar importantes producciones nacionales, la realidad es que, de los países analizados, México es el que muestra cuotas más débiles, después de Colombia y Argentina.

Adicionalmente, México muestra una tasa de crecimiento anual compuesta negativa (9,9%), para el periodo 2008-2012, en su cuota de cine nacional en base a espectadores, e incluso más negativa si miramos el crecimiento de su cuota en base a recaudación. Por ello México es considerado un caso de contraste.

v. Datos

Estrenos Nacionales vs. Totales. Cuota y variaciones interanuales

Número total de películas nacionales estrenadas					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
49	54	56	55	67	8,14%
Número total de películas estrenadas					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
326	307	313	321	319	-0,54%
Cuota de estrenos nacionales vs estrenos totales y TCCA 2008 - 2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
15,03%	17,59%	17,89%	17,13%	21,00%	8,72%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en estrenos					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
17,02%	1,72%	-4,23%	22,58%		

Espectadores Nacionales vs. Totales. Cuota y variaciones interanuales

Nº de espectadores de películas nacionales y su TCAC					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC

¹⁰¹ <http://www.imcine.gob.mx/espacios-academicos.html>

13.200.000	12.400.000	11.500.000	13.500.000	10.900.000	-4,67%
Nº de espectadores totales y su TCAC					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
182.000.000	178.000.000	190.000.000	215.000.000	228.000.000	5,80%
Cuota de espectadores nacionales vs espectadores totales y TCCA 2008 -2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
7,25%	6,97%	6,05%	6,28%	4,78%	-9,90%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en espectadores					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
-3,95%	-13,12%	3,74%	-23,86%		

Recaudación Nacional vs. Total. Cuota y variaciones interanuales

Recaudación por películas mexicanas (en millones de dólares)					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
42.640.000,00	39.680.000,00	39.680.000,00	40.240.000,00	37.669.120,00	-3,05%
Recaudación total de cine (en millones de dólares)					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
581.760.000,00	618.400.000,00	722.560.000,00	782.000.000,00	853.941.920,00	10,07%
Cuota de recaudación nacional vs recaudación total y TCCA 2008 - 2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
7,33%	6,42%	5,49%	5,15%	4,41%	-11,92%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en recaudación					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
-14,23%	-16,84%	-6,72%	-16,65%		

Fuente: México: *Ingresos totales en las taquillas mexicanas 2008, 2009, 2010, 2011 y Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2012* tomados de la página web del Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine); El cálculo de la tasa de crecimiento anual compuesta de la cuota de cine nacional se ha calculado en base a los datos de las cuotas de cine nacional en base a espectadores disponibles en la fuente mencionada para el periodo 2008- 2012 y siguiendo la fórmula: $TCAC = (((Valor\ Final/Valor\ Inicial)^{(1/4)} - 1)$, expresado en porcentaje. Tipo de cambio a fecha 20/01/14: USD/MXN = 0,08.

h. Nueva Zelanda

i. Políticas directas

En Nueva Zelanda existen políticas directas relativas al fomento de audiencias, en concreto aquellas que tienen incidencia en materia de exhibición y distribución.

En este ámbito, destaca especialmente el Fondo conocido como Screen Production Incentive Fund (SPIF),¹⁰² el cual se encarga de establecer subvenciones que pueden

¹⁰² http://www.nzfilm.co.nz/sites/nzfc/files/Screen%20Production%20Incentive%20Fund%20Criteria%20October%202013%20FINAL_0.pdf

alcanzar hasta un 40% de la inversión realizada por el productor, tanto para medianas como para grandes producciones.

El SPIF busca mejorar las condiciones de exhibición y distribución en el mercado local en la medida en que uno de los criterios de admisibilidad de estas ayudas es el de la distribución comercial y exhibición en salas en Nueva Zelanda, incluyendo el estreno en salas de cine con cobro de entrada y al menos su exhibición en veinte pantallas.

Así, los objetivos del SPIF se centran en tratar de incentivarla industria del cine neozelandés y en establecer relaciones más estrechas dentro del ámbito del mercado internacional, fomentando la financiación privada.

Para poder ser beneficiario de este Fondo, es requisito aportar el contrato de distribución realizado para Nueva Zelanda, en el que la New Zealand Film Commission justifique que la obra va a disponer de un “relevante contenido neozelandés”, lo que obliga al productor a cerrar este tipo de acuerdos dentro del país.

ii. Políticas indirectas

Nueva Zelanda también se ha preocupado por establecer una serie de medidas de carácter indirecto que guarden relación con actividades dirigidas al fomento de audiencias de cine nacional.

En cuanto a actividades de formación, el programa Mediasphere,¹⁰³ a cargo del New Zealand Film Archive,¹⁰⁴ propone el establecimiento de una plataforma para que profesores, padres y estudiantes puedan acceder a la historia del cine neozelandés, visionar extractos de películas y en definitiva, incentivar a que estos comiencen a apreciar el cine neozelandés. Además, se proporcionan recursos útiles para que los alumnos realicen dinámicas en torno a los contenidos.

El sistema neozelandés promueve especialmente la participación del sector privado, a través de modelos de colaboración público-privada. A modo ejemplificativo, citar el acuerdo celebrado entre el Estado neozelandés y las compañías Lightstorm y Twentieth Century Fox¹⁰⁵ para las tres próximas películas de *Avatar*. Este acuerdo contempla, entre otras cuestiones:

- Gasto por parte de Lightstorm y 20th Century Fox de 412 millones de dólares en servicios en Nueva Zelanda, por ejemplo, para la creación de los efectos visuales.

¹⁰³ <http://www.filmarchive.org.nz/mediasphere/>

¹⁰⁴ <http://www.filmarchive.org.nz/>

¹⁰⁵ <http://www.europapress.es/cultura/cine-00128/noticia-james-cameron-rodara-secuelas-avatar-nueva-zelanda-20131216113547.html>

- Creación de empleo para los neozelandeses, incluyendo oportunidades de trabajo en puestos cualificados. Cerca del noventa por ciento del equipo del rodaje estará formado por neozelandeses.
- Acuerdos en materia de exhibición, Nueva Zelanda organizará al menos un estreno oficial.
- Labores de *marketing* y promoción de la industria cinematográfica neozelandesa durante el lanzamiento de las tres películas de *Avatar*.
- Capacitación de profesionales y transferencia del *know-how* tecnológico a los neozelandeses y que las infraestructuras de la producción puedan ser utilizados para la formación de la industria de Nueva Zelanda.
- Además, se contempla que el director James Cameron y el productor Jon Landau se integren como miembros fundadores de un nuevo consejo asesor de la industria cinematográfica, un organismo que proporcionará asesoramiento y orientación a los profesionales del sector del país. También hay un compromiso de las partes para hacer crecer el sector en Nueva Zelanda y para la construcción de una relación a largo plazo entre Nueva Zelanda, Lightstorm y 20th Century Fox.

iii. Otras políticas

Nueva Zelanda ha apoyado muy intensamente el fomento de Industrias tecnológicas y de postproducción a la cinematográfica, principalmente en cuestiones vinculadas al I+D+i y los contenidos digitales, destacando la implementación ayudas como el Fondo PDV (Post, Digital and Visual Effects),¹⁰⁶ enfocado a financiar la postproducción y los efectos visuales y digitales, materia en la que Nueva Zelanda lleva varios años tratando de impulsar y fomentar.

Dicho fondo afecta a aquellas producciones que hayan realizado una inversión igual o mayor aun millón de dólares, en contenidos digitales (Post, Digital and Visual Effects) en Nueva Zelanda, pudiendo ver reembolsado hasta un 15% de los gastos realizados en este tipo de contenidos.

Adicionalmente, Nueva Zelanda otorga otro tipo de fondos destinados a la ayuda del cine nacional independiente, como el Feature Film Finishing Grant,¹⁰⁷ que tiene por objeto establecer ayudas económicas a este tipo de cine. Para ello, se establece una financiación de ayudas, que pueden alcanzar hasta 25.000 dólares neozelandeses por

¹⁰⁶ <http://www.nzfilm.co.nz/funding/feature-films/post-production-funding/post-digital-and-visual-effects-grant>

¹⁰⁷ <http://www.nzfilm.co.nz/funding/feature-films/post-production-funding/feature-film-finishing-grant>

proyecto, para aquellos ciudadanos neozelandeses o residentes en el país que hayan producido de forma independiente un largometraje o un documental.

Adicionalmente, también se ofrecen ayudas dirigidas a los cortometrajes,¹⁰⁸ destacando en este ámbito:

- Fresh Shorts: ofrece ayudas que oscilan entre 10.000 dólares neozelandeses y 30.000 dólares neozelandeses al año para aquellos realizadores de cortos principiantes que comienzan su carrera, tratando así de apoyar las bases de la creación de nuevo cine.
- Premiere Shorts: dirigido a los cineastas más establecidos, que ya disponen de experiencia previa en la realización de cortometrajes, ofrece ayudas a seis películas al año de un valor que puede alcanzar hasta los 90.000 dólares neozelandeses.
- Post Production Fund: este fondo está disponible para aquellas películas de alto perfil que han obtenido un reconocimiento en festivales internacionales de cine. Está diseñado principalmente para apoyarla post-producción final y la creación de materiales de entrega.

iv. Clasificación

Nueva Zelanda es calificado como un país de éxito en tanto que se ha consolidado, en un corto periodo de tiempo, como un país atrayente neto de inversión internacional, donde el gobierno ha implementado medidas e incentivos fiscales y ha participado activamente en el crecimiento del consumo de cine nacional dentro del país, lo que ha fomentado que en Nueva Zelanda se hayan rodado y producido algunas de las películas que más han recaudado en el mundo. Grandes producciones internacionales como *El Señor de los Anillos* o *El Hobbit* son coproducciones neozelandesas que han registrado grandes cifras de espectadores a nivel mundial, llegando solo estas dos partes de la franquicia inspirada en las obras de J. R. R. Tolkien, a una suma combinada de casi cinco mil millones de dólares.

Para esta labor, el gobierno neozelandés ha implementado medidas e incentivos fiscales, participando activamente en el crecimiento del consumo de cine nacional dentro del país, llegando a modificar a este respecto su propia legislación interna cuando ha sido preciso, como sucedió en el caso de *El Hobbit*,¹⁰⁹ con el objetivo de impulsar el nivel de coproducción.

Este tipo de medidas han supuesto que muchas compañías de éxito muestren su

¹⁰⁸ <http://www.nzfilm.co.nz/funding/short-films>

¹⁰⁹ <http://www.emol.com/noticias/magazine/2010/10/29/444303/nueva-zelandia-aprueba-ley-hobbit-para-permitir-realizacion-de-las-peliculas.html>

interés en coproducir con Nueva Zelanda, como es el caso del acuerdo de 20th Century Fox para rodar las próximas secuelas de la película más taquillera de la historia, *Avatar*, dentro del país.

Nueva Zelanda es un país con una realidad de mercado cinematográfico muy distinta a la de los países analizados hasta el momento, enfocado, al igual que Reino Unido, a la producción y la coproducción de alto presupuesto e impacto internacional, así como a la industria auxiliar.

A pesar de tener una producción nacional propia limitada, la recaudación nacional del país muestra una tasa de crecimiento anual acumulada positiva del 8,27% para el periodo 2008 a 2012,¹¹⁰ siendo mayor que la tasa media de recaudación total para el mismo periodo. Además, las tasas de crecimiento de sus cuotas de cine nacional en su vertiente de estrenos y recaudación, se muestran positivas, lo que, sumado a la rápida evolución del sector cinematográfico dentro del país y al crecimiento de la industria en el mismo, configuran a Nueva Zelanda como un caso de éxito.

v. Datos

Estrenos Nacionales vs. Totales. Cuota y variaciones interanuales

Número total de películas nacionales estrenadas					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
7	8	8	12	14	18,92%
Número total de películas estrenadas					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
254	278	295	312	306	4,77%
Cuota de estrenos nacionales vs estrenos totales y TCCA 2008 - 2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
2,76%	2,88%	2,71%	3,85%	4,58%	13,51%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en estrenos					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
4,42%	-5,76%	41,83%	18,95%		

Espectadores Nacionales vs. Totales. Cuota y variaciones interanuales

Nº de espectadores de películas nacionales y su TCAC					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
15.426.000	15.317.000	15.297.000	14.158.000	14.610.000	-1,35%
Nº de espectadores totales y su TCAC					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
259.905.000	322.885.000	957.774.000	323.727.000	305.887.000	4,16%

¹¹⁰ New Zealand Motion Picture Distributors' Association, 2013: <http://www.mpda.org.nz/reports/weekly>

Cuota de espectadores nacionales vs espectadores totales y TCCA 2008 -2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
5,94%	4,74%	1,60%	4,37%	4,78%	-5,29%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en espectadores					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
-25,12%	-197,02%	63,48%	8,43%		

Recaudación Nacional vs. Total. Cuota y variaciones interanuales

Recaudación por películas neozelandesas (en millones de dólares)					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
2.189.540,00	2.973.890,00	9.172.330,00	3.071.000,00	3.008.750,00	8,27%
Recaudación total de cine (en millones de dólares)					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
129.954.760,00	141.075.100,00	146.495.000,00	134.308.110,00	143.706.200,00	2,55%
Cuota de recaudación nacional vs recaudación total y TCCA 2008 - 2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
1,68%	2,11%	6,26%	2,29%	2,09%	5,58%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en recaudación					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
20,07%	66,33%	-173,83%	-9,21%		

Fuente: Nueva Zelanda: datos proporcionados por el Director Adjunto de la New Zealand Film Commission (NZFC). El cálculo de la tasa de crecimiento anual compuesta de la recaudación se ha calculado en base a los datos disponibles en la fuente mencionada para el periodo 2008-2012 y siguiendo la fórmula: $TCAC = (((Valor\ Final/Valor\ Inicial)^{(1/4)}) - 1)$, expresada en porcentaje. Tipo de cambio a fecha 20/01/14: USD/NZD = 0,83.

i. Reino Unido

i. Políticas directas

Reino Unido es un país con una gran tradición histórica referente al establecimiento de políticas directas que tienen relación con el fomento de audiencias.

Históricamente, ha existido en el país una regulación sobre reserva de cuota de pantalla, destacando especialmente el 45% que estableció el Cinematograph Films Act de 1948.¹¹¹

En la actualidad, no obstante, la Films Act¹¹² de 1985, que es la legislación encargada de recopilar y actualizar la normativa en materia de exhibición y financiamiento del

¹¹¹ http://www.terramedia.co.uk/reference/law/UK_media_law/cinema_and_film_laws.htm#CinematographFilms1948

¹¹² http://www.terramedia.co.uk/reference/law/UK_media_law/FilmsAct1985.htm

cine británico, ha derogado todas las reservas de cuota de pantalla establecidas en las legislaciones previas.

Reino Unido dispone de una entidad cinematográfica conocida como el British Film Institute (BFI),¹¹³ un organismo creado con el objetivo de preservar el mantenimiento, comprensión y acceso a la cultura del cine británico en el país, cuenta con ayudas a la exhibición y la distribución. Concretamente:

- BFI Audience Fund:¹¹⁴ dotado con 3 millones de dólares para cada año, tiene por objetivo principal el incremento de las audiencias de cine nacional (UK Audience Network). En este ámbito, financia la realización de proyectos de exhibición de cine nacional, ya tengan por objetivo la alfabetización de audiencias, la inclusión de determinados colectivos poblacionales o la exhibición del cine en zonas rurales o alejadas de los principales núcleos de población.
- Distribution Fund:¹¹⁵ podrán solicitarlo compañías registradas y administradas en el Reino Unido o en otro Estado de la Unión Europea, con experiencia en distribución en el Reino Unido para la distribución de cine británico u otro tipo de filmes especializados (cine extranjero subtulado, documentales, cortometrajes, etcétera). Podrán ser costes elegibles costes de posters, trailers, spots en TV, anuncios en prensa, marcas de agua y otras medidas antipiratería, publicidad, promociones, investigación o digitalización, entre otros), y se financiará aproximadamente el 75% del coste incurrido.
- Prints and Advertising Fund:¹¹⁶ destina cada año 6.569.283,33 dólares para ayudar a los distribuidores británicos en la promoción de largometrajes.
- La red de pantallas digitales:¹¹⁷ cuenta con 240 pantallas digitales a lo largo del Reino Unido para la exhibición regular de obras cinematográficas británicas.
- Medida de especial relevancia es la iniciativa Film Forever,¹¹⁸ desarrollada por el BFI para el periodo 2012-2017, y que tiene como objetivo el apoyo al cine británico y el financiamiento de sus películas, centrándose particularmente en:¹¹⁹
- Establecimiento de incentivos que fomenten la colaboración entre productores,

¹¹³ <http://www.bfi.org.uk/>

¹¹⁴ <http://www.bfi.org.uk/film-industry/bfi-audience-fund>

¹¹⁵ <http://www.bfi.org.uk/film-industry/lottery-funding-distribution/distribution-fund/distribution-fund-how-apply>

¹¹⁶ <http://industry.bfi.org.uk/prints>

¹¹⁷ <http://industry.bfi.org.uk/dsn>

¹¹⁸ <http://www.bfi.org.uk/about-bfi/policy-strategy/film-forever>

¹¹⁹ https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/78460/DCMS_film_policy_review_report-2012_update.pdf

directores y exhibidores de cine, otorgando facilidades para el financiamiento de proyectos de origen británico.

- Impulso de creación de cine británico independiente.

ii. Políticas indirectas

Reino Unido dispone de una serie de medidas de carácter indirecto destinadas al fomento de audiencias. Así, el BFI es el organismo encargado de establecer políticas que guardan relación con la formación de nuevas audiencias, con la realización de unos programas de formación que principalmente van dirigidos a:

- Escuelas y los profesores
- Los jóvenes, fuera del entorno escolar
- Familias.
- Comunidades diversas.
- Estudiantes universitarios.
- El público en general.

En concreto, uno de los objetivos establecidos por el BFI a través de la iniciativa *Film Forever* es establecer una serie de políticas indirectas que refuercen y fortalezcan estas medidas destinadas al fomento de audiencias, entre las que destacan:

- Expansión y aprendizaje educativo, impulsando así la formación de audiencia.
- Dotar de mayor apoyo al cine británico.

En este ámbito de formación de audiencias, el BFI se ha dotado de una serie de recursos y materiales que permiten acercar a los centros educativos y profesores las metodologías y sistemas de formación en cultura audiovisual. En este ámbito, conviene destacar la guía práctica *Using Films in Schools*.¹²⁰

Estas medidas de formación se complementan con el Film Education Scheme¹²¹ para los años 2013 a 2017, con el que se busca potenciar la formación de audiencias en aquellos jóvenes que tengan edades comprendidas entre los cinco y los diecinueve años.

¹²⁰ http://old.bfi.org.uk/education/teaching/using_film_in_schools.pdf

¹²¹ <http://www.bfi.org.uk/education-research/5-19-film-education-scheme-2013-2017/about-5-19-film-education-scheme-2013-2017>

Los objetivos de este esquema de formación de jóvenes audiencias son principalmente:

- Creación de nueva plataforma digital de clase mundial para los jóvenes, maestros, padres y estudiantes.
- Elaboración de un único programa de educación en materia de cine, que deberá ser accesible en todas las escuelas, cines, organizaciones juveniles y grupos comunitarios.
- Establecimiento y mejora de la Academia de Cine destinada a la juventud, ofreciendo oportunidades para las personas comprometidas para emprender actividades que guarden relación con la creación y desarrollo de cine.

Por otro lado, existen fondos a cargo del BFI, de diversa temática, como el Film Fund,¹²² que ofrece financiación parcial tanto a cineastas de reconocimiento internacional como a talentos emergentes, con el objetivo de establecer políticas de apoyo para el desarrollo de largometrajes y el International Fund que tiene por objeto el apoyo a coproducciones en las que participe Reino Unido y tengan a su vez, especial relevancia fuera del propio país, tratando de impulsar, en concreto, el crecimiento y la relación cultural y comercial con países como Brasil, China y Estados Unidos.¹²³

iii. Otras políticas

El BFI ha elaborado múltiples programas, en forma de cursos y conferencias, de capacitación de profesionales del sector cinematográfico, ya no en aspectos creativos o de desarrollo, sino también en aspectos de educación, negocio, producción ejecutiva y *marketing*.¹²⁴

Cabe destacar, así mismo la existencia de otro tipo de fondos destinados a la producción con impacto en la creación de industrias auxiliares de postproducción y efectos especiales, donde los proyectos financiados se caracterizan por su alto grado de innovación o por la utilización de efectos visuales y digitales, destacando especialmente el Development Fund:¹²⁵

Este programa forma parte de las políticas del BFI Audience Fund, pero además tiene otro objetivo consistente en ampliar la calidad, la variedad y la ambición de los proyectos cinematográficos que se están desarrollando en el Reino Unido, tratando de

¹²² <http://www.bfi.org.uk/film-industry/lottery-funding-development-production>

¹²³ <http://www.bfi.org.uk/film-industry/bfi-international-strategy>

¹²⁴ <http://www.bfi.org.uk/education-research/education/courses-conferences>

¹²⁵ <http://www.bfi.org.uk/news-opinion/news-bfi/announcements/bfi-s-programming-development-fund-now-open>

incentivar el talento de los escritores, directores y productores, ofreciendo dos posibles programas de financiación:

- Uno para aquellos cineastas noveles que no han realizado ningún largometraje o que todavía no han estrenado ninguna película en los cines de Reino Unido o en televisión
- Otro para los cineastas ya establecidos en el sector.

Este fondo se ha complementado con los premios Signature Awards para tratar de seguir incentivando y desarrollando la capacitación profesional del sector cinematográfico.

iv. Clasificación

Para la calificación de Reino Unido se procedió a estimar, en base a los datos disponibles, el porcentaje de cuota de audiencias de cine nacional en términos de espectadores. En el siguiente cuadro puede observarse el panorama inglés de recaudación, admisiones y precio medio de las entradas, calculado en base a recaudación entre espectadores totales y cuotas de cine calculadas por estimación. Dicha estimación se ha podido realizar gracias al dato recogido por la entidad francesa CNC que ofrecía la Cuota de películas nacionales en recaudación.

Estimación de la cuota nacional de audiencia en términos de espectadores para Reino Unido

	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
Recaudación total en libras	£849.500.000	£943.800.000	£988.000.000	£1.040.000.000	£1.099.000.000	6,65%
Recaudación total en dólares americanos*	\$ 1.395.422.680	\$ 1.550.323.632	\$ 1.622.928.320	\$ 1.708.345.600	\$ 1.805.261.360	
Precio medio de la entrada en libras	£5,17	£5,44	£5,84	£6,06	£6,37	5,34%
Precio medio de la entrada en dólares	\$8,50	\$8,94	\$9,59	\$9,96	\$10,47	
Espectadores totales	164.200.000	173.500.000	169.200.000	171.600.000	172.500.000	1,24%
Espectadores de películas nacionales*	51.066.200	28.974.500	40.608.000	61.810.320	55.372.500	2,04%
Cuota de películas nacionales en recaudación***	31,10%	16,70%	24,00%	36,02%	32,10%	0,79%

Recaudación por cine nacional*	£264.194.500	£157.614.600	£237.120.000	£374.608.000	£352.779.000	7,50%
Recaudación por cine nacional en dólares*	\$433.976.453	\$258.904.047	\$389.502.797	\$615.346.085	\$579.488.897	7,50%
Cuota estimada de espectadores nacionales**	31,10%	16,70%	24,00%	36,02%	32,10%	0,79%

*Tipo de cambio a fecha 20/01/14: USD/GBP = 1,64264

**Estimación de la CNCe

***CNC Results 2012 - pág.165 (National film share (in %)).

Las tasas de crecimiento se han calculado siguiendo la fórmula: $TCAC = (((Valor\ Final / Valor\ Inicial)^{(1/4)}) - 1)$

Cálculo de la Cuota de cine nacional en base a espectadores (CNCe)

- Precio medio de la entrada en libras (PMl)= Recaudación total en libras / Espectadores totales.
- Precio medio de la entrada en dólares americanos (PMd) se calculó aplicando el Tipo de cambio a fecha 20/01/14: USD/GBP = 1,64264.
- Cálculo de la Recaudación de cine nacional (RCN) en libras: sabiendo que contamos con los datos de la Cuota de películas nacionales en recaudación en libras, (CNCr), obtenidos de la entidad francesa CNC Results 2012, pág.165 (National film share (in %)) y con los datos de Recaudación total de Reino Unido (RT), calculamos el RCN= RT x CNCr.
- Con esta cifra convertida a dólares, somos capaces de calcular en base al precio medio de la entrada de cine, los Espectadores de películas nacionales (ECN)= RCNd/PMd.
- Una vez que se calcula el nº de espectadores que ven cine nacional es posible calcular la Cuota Nacional Estimada de Cine en base a los espectadores totales (ECT): CNCe= ECN/ECT.

En la franja inferior de la tabla se muestra dicha estimación de la participación de mercado en base a espectadores, que permite realizar una comparativa completa con el resto de países (ver tablas inferiores de Datos).

El análisis de los datos recabados nos permite conocer cómo Reino Unido se clasifica como caso de éxito, ya que cuenta con la realización de grandes producciones de impacto mundial y demuestra altas cuotas de pantalla, similares a las de casos de éxito emblemáticos como Francia o Corea del Sur y a una tasa de crecimiento acumulada

positiva de sus cuotas de cine del 1,43% para el periodo estudiado, tras un pronunciado descenso de las cuotas en el año 2009.

El resto de indicadores ofrecidos como Tasas de Crecimiento (espectadores y recaudación) se muestran positivos a pesar del incremento en el precio medio de las entradas de cine experimentado en los últimos 5 años.

v. Datos

Estrenos Nacionales vs. Totales. Cuota y variaciones interanuales

Número total de películas nacionales estrenadas					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
111	113	122	127	162	9,91%
Número total de películas estrenadas					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
516	503	557	558	647	5,82%
Cuota de estrenos nacionales vs estrenos totales y TCCA 2008 - 2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
21,51%	22,47%	21,90%	22,76%	25,04%	3,87%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en estrenos					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
4,43%	-2,50%	3,91%	10,01%		

Espectadores Nacionales vs. Totales. Cuota y variaciones interanuales

Nº de espectadores de películas nacionales y su TCAC					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
51.066.200	28.974.500	40.608.000	61.810.320	55.372.500	2,04%
Nº de espectadores totales y su TCAC					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
164.200.000	173.500.000	169.200.000	171.600.000	172.500.000	1,24%
Cuota de espectadores nacionales vs espectadores totales y TCCA 2008 -2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
31,10%	16,70%	24,00%	36,02%	32,10%	0,79%
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en espectadores					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
-46,30%	43,71%	50,08%	-10,88%		

Recaudación Nacional vs. Total. Cuota y variaciones interanuales

Recaudación por películas inglesas (en millones de dólares)					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
443.976.453,00	258.904.047,00	389.502.797,00	615.346.085,00	579.488.897,00	6,89 %
Recaudación total de cine (en millones de dólares)					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
1.396.244.000,00	1.550.652.160,00	1.622.928.320,00	1.708.345.600,00	1.805.261.360,00	6,63 %
Cuota de recaudación nacional vs recaudación total y TCCA 2008 - 2012					
2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
31,80%	16,70%	24,00%	36,02%	32,10%	0,24 %
Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en recaudación					
2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012		
-90,45%	30,43%	33,37%	-12,21%		

Fuente: Reino Unido: *Statistical Yearbook 2013*, tomado de la página web del British Film Institute (BFI). El cálculo de la tasa de crecimiento anual compuesta de la recaudación se ha calculado en base a los datos disponibles en la fuente mencionada para el periodo 2008-2012 y siguiendo la fórmula: $TCAC = (((Valor\ Final / Valor\ Inicial)^{(1/4)}) - 1)$, expresada en porcentaje. Tipo de cambio a fecha 20/01/14: USD/GBP = 1,64264.

3. EVALUACIÓN DE PROGRAMAS, POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS PARA EL ESTUDIO DE HIPÓTESIS

a. Levantamiento de datos y estandarización

Los datos recabados para el presente informe han sido ordenados y recopilados a partir de fuentes oficiales de cada uno de los países de análisis, recogiendo los datos de medición de audiencias de tres formas distintas en función del sistema de medición empleado por cada uno de ellos y de los datos disponibles:

- Número de espectadores que visionaron películas nacionales vs el total de espectadores (admisiones).
- Recaudación de la taquilla por cine nacional sobre el total de la recaudación total nacional y del mundo (Box Office).
- Número de estrenos nacionales y totales.
- Número de producciones nacionales más vistas y de las mismas, aquellas en coproducción (exhibición).
- Número de acuerdos bilaterales y tratados multilaterales

- Antigüedad de la ley aplicable al sector audiovisual o año de fundación de la entidad que lo regula o lo apoya.

Tras dicha recopilación, se detectó que los datos predominantes para la normalización de los mismos eran el número de espectadores, la recaudación (en USD) y el número de estrenos, nacionales y totales.

La validez de la información recabada recae en la propia oficialidad de las fuentes consultadas, su acceso público y transparente y su referencia en el presente informe.

En algunos casos se realizaron estimaciones al no disponer de cifras ya calculadas en las fuentes oficiales:

Para el caso de Colombia, las cifras de la recaudación nacional se hallaron a través de la multiplicación del precio de la taquilla (en USD) por el número de espectadores nacionales.

Para Francia, las cifras de la recaudación nacional de Francia provienen de la multiplicación del precio de la taquilla (en USD) por el número de espectadores nacionales.

En el caso de Reino Unido, para el que en un primer momento no se encontraron datos de espectadores nacionales, se realizó la estimación en base a los datos disponibles y según el cálculo detallado en el apartado anterior; se procedió a estimar el porcentaje de cuota de audiencias de cine nacional en términos de espectadores a partir de la recaudación, el dato de admisiones y el precio medio de las entradas calculado en base a la recaudación entre espectadores totales. Dicha estimación se ha podido realizar gracias al dato recogido por la entidad francesa CNC que ofrecía la Cuota de películas nacionales en recaudación.

Sirva como aclaración metodológica que el caso de la estimación de la cuota nacional de espectadores de Reino Unido, en base a un precio medio de la entrada de cine, añade como factores de incertidumbre al menos los siguientes:

- La posible influencia económica global ajena al sector (la inflación global de un país puede ser bien distinta de la inflación del sector).
- Los diferentes precios al consumidor de producciones foráneas, donde las producciones internacionales, según países, pueden tener precios más elevados por ser, por ejemplo, en 3D.
- Los diferentes precios en las distintas regiones del país junto con una distribución no homogénea de los títulos también pueden condicionar de esa comparación.

Independientemente de los datos identificados en este país, la realidad del mercado británico presenta mayores vínculos con el de Nueva Zelanda y no así con los mercados de los países del continentales (Francia y España), latinoamericanos (Argentina, Colombia, México y Brasil) y Corea del Sur.

En las siguientes tablas se recogen los datos de cuotas para cada uno de los países analizados, incluyendo Chile, en un espectro temporal del 2008 a 2012, incluyendo las tasas de crecimiento acumulado en estos años que han permitido calificar un país como de éxito o contraste, indicado en el punto 2 de este informe:

Cuota Nacional de Cine - en espectadores y Tasa de crecimiento anual

País	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
Chile	8,49%	3,95%	2,63%	5,72%	12,60%	10,37%
Argentina	11,83%	16,06%	9,24%	8,24%	9,74%	-4,76%
Brasil	9,90%	14,27%	19,05%	12,35%	10,62%	1,79%
Colombia	10,55%	4,46%	4,54%	7,88%	8,29%	-5,84%
Corea del Sur	42,09%	48,68%	46,59%	51,88%	58,81%	8,72%
España	13,32%	15,89%	12,73%	15,79%	19,42%	9,89%
Francia	45,43%	36,84%	35,82%	40,93%	40,34%	-2,93%
México	7,25%	6,97%	6,05%	6,28%	4,78%	-9,90%
Reino Unido	31,10%	16,70%	24,00%	36,02%	32,10%	0,79%
Nueva Zelanda	5,94%	4,74%	1,60%	4,37%	4,78%	-5,29%

Cuota Nacional de Cine - en recaudación y su Tasa de Crecimiento Anual

País	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
Chile	7,52%	3,77%	2,09%	4,68%	11,71%	11,73%
Argentina	11,69%	15,60%	8,48%	6,60%	8,72%	-7,06%
Brasil	9,54%	13,60%	17,93%	10,85%	9,59%	0,13%
Colombia	11,67%	4,97%	0,50%	8,29%	8,85%	-6,67%
Corea del Sur	38,38%	51,52%	43,42%	51,13%	58,33%	11,03%
España	15,18%	18,42%	13,79%	18,47%	24,26%	12,43%
Francia	45,46%	36,86%	35,79%	40,93%	40,35%	-2,93%
México	7,33%	6,42%	5,49%	5,15%	4,41%	-11,92%
Reino Unido	31,80%	16,70%	24,00%	36,02%	32,10%	0,24%
Nueva Zelanda	1,68%	2,11%	6,26%	2,29%	2,09%	5,58%

Cuota Nacional de Cine - en estrenos y Tasa de crecimiento anual

País	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
Chile	12,44%	8,24%	7,87%	12,12%	13,99%	2,99%
Argentina	25,52%	31,67%	36,01%	38,62%	42,77%	13,78%

Brasil	24,31%	26,50%	24,50%	29,67%	25,54%	1,24%
Colombia	6,10%	5,61%	4,85%	8,74%	10,80%	15,33%
Corea del Sur	28,42%	32,69%	32,86%	34,17%	33,02%	3,82%
España	26,83%	27,90%	29,24%	28,77%	27,75%	0,85%
Francia	28,24%	29,38%	28,45%	26,37%	27,17%	-0,96%
México	15,03%	17,59%	17,89%	17,13%	21,00%	8,72%
Reino Unido	21,51%	22,47%	21,90%	22,76%	25,04%	3,87%
Nueva Zelanda	2,76%	2,88%	2,71%	3,85%	4,58%	13,51%

Fuentes: Elaboración a partir de fuentes oficiales de cada país. Chile: *Distribución de Espectadores y Recaudación por Procedencia y Nacionalidad: películas exhibidas periodo 2001-2012*, informe facilitado por el Consejo Nacional de las Culturas y las Artes (CNCA); Argentina: *Anuario de la Industria del Cine 2009, 2010, 2011, 2012*, tomado de la página web del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA); Brasil: *Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA)*, tomado de la página web de la Agencia Nacional do Cinema (Ancine); Colombia: *Cine en cifras*, tomado de la página web de Proimagenes; Corea del Sur: *Korean Cinema 2012*, tomado de la página web del Korean Film Council (KOFIC); España: ICAA. *Nº Estrenos 2008-2012*; Francia: *CNC Dossiers nº 326 – May 2013*, tomado de la página web del Centre National du Cinéma et de l'Image Animée (CNC); México: *Anuario Estadístico de Cine Mexicano*, tomado de la página web del Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine); Reino Unido: *Statistical Yearbook 2013*, tomado de la página web del British Film Institute (BFI); Nueva Zelanda: datos proporcionados por el Director Adjunto de la New Zealand Film Commission (NZFC). El cálculo de la Tasa de crecimiento anual compuesta de la Cuota de cine nacional se ha calculado en base a los datos de las cuotas calculadas en base a espectadores, recaudación y estrenos de las fuentes mencionadas para el periodo 2008-2012 siguiendo la siguiente fórmula: $TCAC = (((Valor\ Final/Valor\ Inicial)^{(1/4)} - 1)$, expresado en porcentaje.

Chile, ha mostrado tasas de crecimiento positivas en el periodo estudiado, con un incremento más acelerado que cualquier otro país de éxito, como Corea del Sur o España, tanto en espectadores como en recaudación. Este rápido aumento en Chile se debe al estreno de películas de gran éxito nacional, destacando particularmente el estreno en 2012 de la película *Stefan v/s Kramer*, que batió todos los records de asistencia en Chile, con unas cifras que alcanzaron los 2.070.465 de espectadores (a octubre del 2012),¹²⁶ logrando más del doble que la anterior película chilena más taquillera, *Sexo con amor* (985.903).¹²⁷

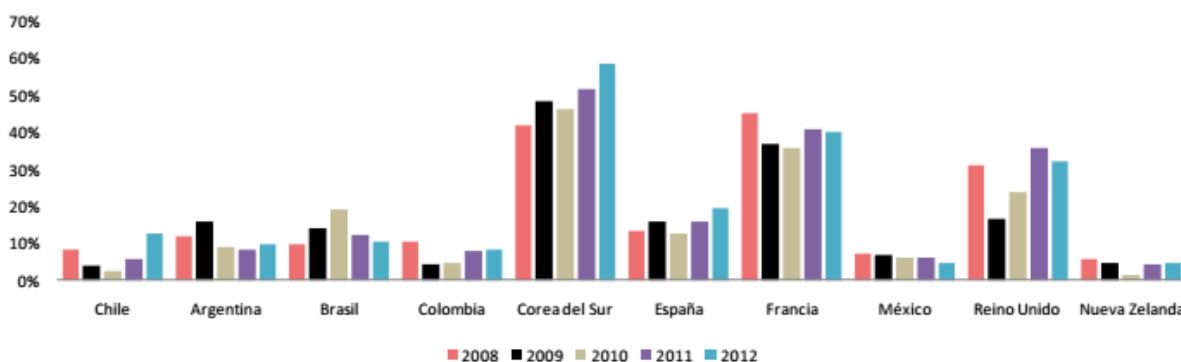
En los siguientes gráficos puede observarse de forma más visual, cómo los países que despuntan en cuanto a cuotas de audiencias en base a espectadores más favorables (Francia, Corea del Sur y España), han mostrado en los cuatro casos leves bajadas de cuotas de audiencias en el año 2010, pero un repunte sustancioso al año siguiente. En Reino Unido este fenómeno ocurrió un año antes.

¹²⁶ <http://www.teinvitoalcine.cl/stefan-vs-kramer-la-mas-vista-de-todos-los-tiempos-en-chile/>

¹²⁷ <http://www.biobiochile.cl/2012/10/24/stefan-vs-kramer-se-convierte-en-la-pelicula-mas-vista-de-todos-los-tiempos-en-chile.shtml>

Para los países con datos de asistencia más modestos, se muestran patrones de comportamiento muy heterogéneos, si bien México o Colombia exhiben decrecimientos más palpables en el periodo del 2008 a 2012.

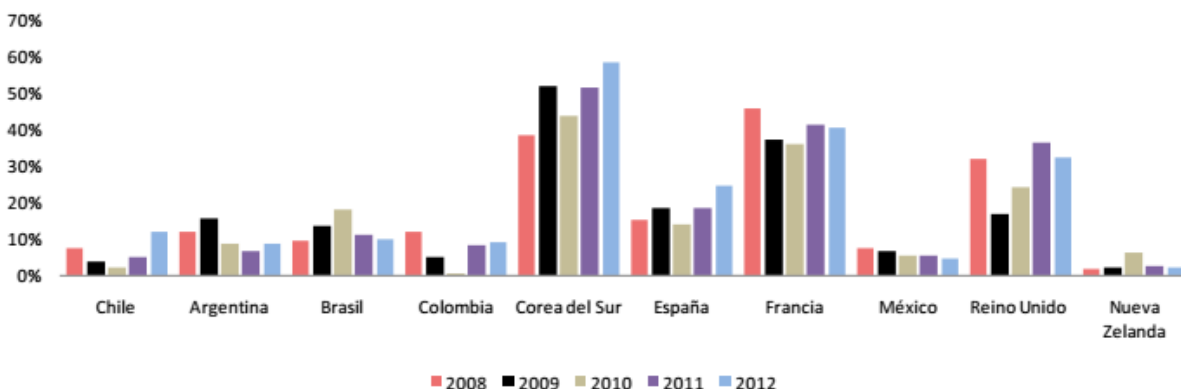
Evolución de la participación de mercado medida como % de los espectadores, entre 2008-2012



Fuentes: Elaboración a partir de fuentes oficiales de cada país. Chile: *Oferta y Consumo de Cine en Chile - Circuito Cinematográfico 2008-2012*, CNCA; Argentina: *Anuario 2012*, INCAA; Brasil: Ancine, 2013; Colombia: Proimagenes, con datos del Cadbox, 2013; Corea del Sur: Korean Film Council, 2013; España: ICAA, 2013; Francia: *CNC Dossiers n° 326 - May 2013*; México: *Anuario Estadístico del Cine Mexicano 2012*; Reino Unido: *Statistical Yearbook, 2013 Film Forever* (British Film Institute) y en base a estimación; Nueva Zelanda: datos proporcionados por el Director Adjunto de la New Zealand Film Commission (NZFC). Los datos brutos pueden consultarse agregados en el anexo de este informe.

En el siguiente gráfico se puede observar, un panorama de los mercados nacionales de cine en base a recaudación, y en él un comportamiento muy similar al anterior gráfico:

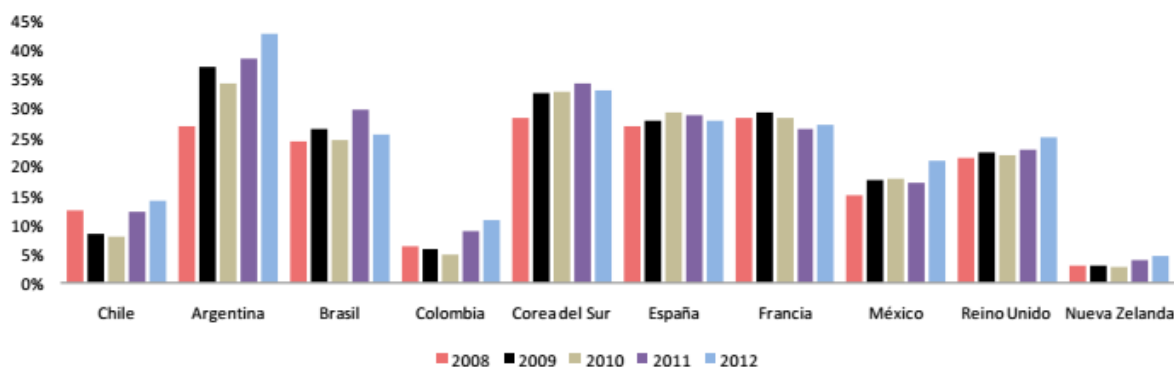
Evolución de la participación de mercado medida como % de la recaudación, entre 2008-2012



Fuentes: Elaboración a partir de fuentes oficiales de cada país. Chile: *Oferta y Consumo de Cine en Chile - Circuito Cinematográfico 2008-2012*, CNCA; Argentina: *Anuario 2012*, INCAA; Brasil: Ancine, 2013; Colombia: Proimagenes, con datos del Cadbox, 2013; Corea del Sur: Korean Film Council, 2013; España: ICAA, 2013; Francia: *CNC Dossiers n° 326 - May 2013*; México: *Anuario Estadístico del Cine Mexicano 2012*; Reino Unido: *Statistical Yearbook, 2013 Film Forever* (British Film Institute) y en base a estimación; Nueva Zelanda: datos proporcionados por el Director Adjunto de la New Zealand Film Commission (NZFC). Los datos brutos pueden consultarse agregados en el anexo de este informe.

Por último, destacar en el siguiente gráfico, cómo se pueden observar los países con gran peso de estrenos nacionales y aquellos que comparativamente son más proclives a la exhibición de producciones internacionales como Colombia o Nueva Zelanda, con baja penetración de producción propia en las salas:

Evolución de la cuota de pantalla medida como % del n° de estrenos, entre 2008-2012



Fuentes: Elaboración a partir de fuentes oficiales de cada país. Chile: *Oferta y Consumo de Cine en Chile - Circuito Cinematográfico 2008-2012*, CNCA; Argentina: *Anuario 2012*, INCAA; Brasil: Ancine, 2013; Colombia: Proimagenes, con datos del Cadbox, 2013; Corea del Sur: Korean Film Council, 2013; España: ICAA, 2013; Francia: *CNC Dossiers n° 326 - May 2013*; México: *Anuario Estadístico del Cine Mexicano 2012*; Reino Unido: *Statistical Yearbook, 2013 Film Forever* (British Film Institute) y en base a estimación; Nueva Zelanda: datos proporcionados por el Director Adjunto de la New Zealand Film Commission (NZFC). Los datos brutos pueden consultarse agregados en el anexo de este informe.

Adicionalmente a las fuentes investigadas, el análisis ha permitido completar el estudio con la entrevista al Director Adjunto de la New Zealand Film Commission para el caso de Nueva Zelanda, facilitando los datos del número de espectadores, estrenos y la recaudación obtenida.

Para Argentina se ha incorporado el histórico de datos anuales hasta 2012 y para Colombia, el dato semestral del 2012, se ha sustituido por el anual. En el caso de Brasil que se ofrecía el dato del 2013, se ha normalizado a 2012, ya que el ejercicio 2013 no

ha finalizado. Para México se ha actualizado el dato del 2011 ofrecido en el primer informe presentado, para el año 2012.

Para el caso de Chile se ha tenido en cuenta los informes anuales ofrecidos por CNCA sobre *Oferta y Consumo de Cine en Chile - Circuito Cinematográfico* para los años 2008, 2009, 2010, 2011 y 2012.¹²⁸

b. Panorama internacional de medidas

La agrupación y comparación agregada de las medidas de fomento de audiencias en tres grandes grupos o categorías: Políticas de protección y de fomento de carácter directo, Políticas indirectas de fomento y Otras medidas de fomento, y el análisis de las distintas combinaciones implementadas por cada país, resulta un ejercicio interesante en tanto que

puede arrojar al estudio pistas estratégicas de cómo y con qué patrones de implementación de medidas, los países de éxito y los casos de contraste, han exhibido ciertos comportamientos y resultados deseables o mejorables.

Este esquema pretende ser un instrumento comparativo de patrones de comportamiento de los países, un reflejo de las medidas que se implementan y las cuotas que se consiguen, no siendo una relación de causa y efecto directa.

Sirva de aclaración previa que el mapa de medidas implementadas por los países analizados según los tipos y subtipos de medidas identificadas y objeto de este estudio, recogen, para cada país analizado, una aproximación preliminar conforme a las fuentes revisadas y analizadas hasta la fecha.

Así mismo, para la realización de este análisis comparativo, se han tenido en consideración únicamente aquellas medidas implementadas en dos o más Estados, prescindiendo de casos aislados de un Estado concreto (por ejemplo: los acuerdos de colaboración público-privada de Nueva Zelanda).

Para este análisis comparativo se ha utilizado una aproximación o técnica de análisis de experimentos en base a la comparación y el descarte de las medidas sin aparente efecto, para alcanzar una relación de medidas limitada a aquéllas relevantes en uno o varios estados.

En la tabla subsiguiente se marcan con una “x” los países que recogen ese tipo de medidas en alguna o algunas de sus políticas, programas o legislaciones. Aquellos espacios de la tabla sin marca “x” indican que no se han encontrado medidas hasta la

¹²⁸ http://chileaudiovisual.cultura.gob.cl/?page_id=461

fecha. En su parte inferior, puede observarse la evolución de las cuotas de pantalla de cada país basadas en espectadores.

La tabla sirve para, de una forma agregada:

- Identificar los patrones de comportamiento más repetidos para los países de éxito y qué medidas mínimas son las que se dan cuando un país ha sido considerado como de éxito.
- Funcionar como mapa de referencia a la hora de diseñar medidas incentivadoras, pues, a modo orientativo, ofrece información agregada de cómo se ha comportado un país en relación a la cuota de cine nacional alcanzada en base a espectadores.

Panorama de medidas de fomento de audiencias por países

	Argentina	Brasil	Colombia	Corea del Sur	España	Francia	México	Reino Unido	Nueva Zelanda
Políticas de protección y de fomento de carácter directo									
Ayudas y subvenciones directas	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Legislación de cuotas de pantalla nacional o regional	x	x	x. Aunque por ley sí se establecen, en la práctica no se aplican	x	x	x	x. Aunque por ley sí se establecen, en la práctica no se aplican		
Políticas indirectas de fomento									
Ayudas a la amortización vinculadas a los resultados de taquilla					x	x			
Medidas para la formación de audiencias de cine		x		x	x	x		x	x
Otras políticas									
Fomento de programas de capacitación profesional en el ámbito de la distribución y el <i>marketing</i>	x		x	x	x		x	x	
Fomento a las industrias de postproducción, efectos especiales (auxiliares)								x	x
Cuotas de audiencia (por espectadores)	Argentina	Brasil	Colombia	Corea del Sur	España	Francia	México	Reino Unido	Nueva Zelanda

2008	11,83%	9,90%	10,55%	42,09%	13,32%	45,43%	7,25%	31,10%	5,94%
2009	16,06%	14,27%	4,46%	48,68%	15,89%	36,84%	6,97%	16,70%	4,74%
2010	9,24%	19,05%	4,54%	46,59%	12,73%	35,82%	6,05%	24,00%	1,60%
2011	8,24%	12,35%	7,88%	51,88%	15,79%	40,93%	6,28%	36,02%	4,37%
2012	9,74%	10,62%	8,32%	58,81%	19,42%	40,30%	4,78%	32,10%	4,78%
Trabajo conforme a los resultados obtenidos hasta la fecha (x = se han registrado políticas de este tipo)									

Fuente: Elaboración propia. Los cálculos de las cuotas se han realizado en base al n° de espectadores nacionales sobre el total de espectadores, a partir de fuentes oficiales de cada país: Argentina: *Anuario de la Industria del Cine* 2009, 2010, 2011, 2012, tomado de la página web del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA); Brasil: *Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA)*, tomado de la página web de la Agencia Nacional do Cinema (Ancine); Colombia: *Cine en cifras*, tomado de la página web de Proimagenes; Corea del Sur: *Korean Cinema 2012*, tomado de la página web del Korean Film Council (KOFIC); España: ICAA. *Nº Estrenos 2008-2012*; Francia: *CNC Dossiers nº 326 – May 2013*, tomado de la página web del Centre National du Cinéma et de l'Image Animée (CNC); México: *Anuario Estadístico de Cine Mexicano*, tomado de la página web del Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine); Reino Unido: *Statistical Yearbook 2013*, tomado de la página web del British Film Institute (BFI); Nueva Zelanda: datos proporcionados por el Director Adjunto de la New Zealand Film Commission (NZFC).

*A efectos de esta tabla: se ha considerado Colombia y México como países que, aunque cuentan con Legislación de cuotas de pantalla nacional o regional, no las aplican, luego a efectos de esta tabla y es como si no las tuvieran

En la tabla realizada, se puede observar que los países de éxito han implementado los dos tipos de medidas directas, no así los países de éxito anglosajones que solo han implementado un tipo de medidas: las ayudas y subvenciones directas, pero no contemplan (o hasta la fecha no se ha detectado que lo hagan) la legislación de cuotas. Si bien, para los casos de mayor éxito no anglosajones (Corea del Sur, España y Francia), el patrón de éxito dentro de las medidas directas parece responder a implementar los dos tipos.

Resulta destacable que cuatro de los siete países que contemplan legislación de cuotas sean de éxito y que dos de ellos, Colombia y México, ambos casos de contraste, contemplan este tipo de legislaciones, pero no tengan desarrollo: en el caso de Colombia porque, aunque la ley reconoce la facultad del gobierno de implementar medidas de reserva de cuota de pantalla, estas no se han implementado; en el caso de México porque, aunque existan estas cuotas, según la investigación realizada dichas cuotas no se están cumpliendo.

Los países de éxito, tienen en común que en todos los casos han implementado políticas indirectas de algún tipo. Dentro de este tipo de medidas es interesante destacar cómo siete de los siete países que implementaron algún tipo de medida indirecta, fueron de éxito. Además de que de los tres países que no implementaron ningún tipo de medida indirecta, fueron catalogados como de contraste.

De los países anglosajones se puede destacar que ambos implementaron los tres tipos de medidas, sin embargo, Nueva Zelanda prefirió no incluir medidas de fomento de

programas de capacitación profesional en el ámbito de la distribución y el *marketing* de obras cinematográficas.

Si bien las medidas tomadas en cada país han podido influir en resultados más o menos intensos en cuanto a incrementos de cuotas de pantalla, con los datos analizados no es prudente concluir efectos directos de las medidas sobre las cuotas de audiencias, sino únicamente patrones de comportamiento. Es menos arriesgado inferir la conclusión de que ciertos patrones de comportamiento de los países analizados no funcionan de igual forma para países distintos.

Corea del Sur y España podrían ser un caso analizable en el que una implementación de medidas muy similares ocasiona, como es sabido, indicadores de cuota de pantalla nacional de éxito, pero muy distintos. En el caso de estos dos países el efecto diferenciador recae en las ayudas a la amortización vinculadas a los resultados de taquilla que implementa España y no Corea. También es llamativa la comparativa entre España y Francia, que implementan patrones de medidas muy similares (España sí aplica programas de capacitación profesional en el ámbito de la distribución y el *marketing* de obras cinematográficas, pero Francia no) y obtienen cuotas muy diferentes.

Como último caso comparable y destacable, se puede indicar que Argentina, México y Colombia que implementan un patrón de medidas idéntico, se perciben en como casos de contraste. La única diferencia entre los tres países, y que podría explicar por qué Argentina muestra cuotas más elevadas, es la aplicación de la Legislación de cuotas de pantalla nacional o regional, que, como ya se ha mencionado, Colombia y México contemplan, pero no aplican.

Como conclusión adicional basada en porcentajes de éxito y aislando las medidas, se puede afirmar que los países que implementaron cierto tipo de políticas, tuvieron incidencia positiva:

- Ayudas y subvenciones directas → el 100% de los países que tuvieron éxito las implementaron.
- Legislación de cuotas de pantalla nacional o regional → de los seis países que tuvieron éxito, cuatro países las implementaron.
- Medidas para la formación de audiencias de cine nacional → el 100% de los países que tuvieron éxito las implementaron.

Para los casos de medidas siguientes, su uso no fue tan popular entre los países de éxito:

- Ayudas a la amortización vinculadas a los resultados de taquilla → dos de los

seis países que tuvieron éxito las implementaron, siendo estos países no anglosajones.

- Fomento de programas de capacitación profesional en el ámbito de la distribución y el *marketing* de obras cinematográficas → tres de los seis países que tuvieron éxito las implementaron.
- Fomento de industrias auxiliares o vinculadas a la fase final de la producción cinematográfica con el objeto de crear un tejido industrial audiovisual asociado a la exhibición cinematográfica (postproducción, efectos especiales, etc.) → dos de los seis países que tuvieron éxito las implementaron, siendo estos anglosajones.

El estudio no arroja, por el momento, un patrón de medidas concreto con efectos similares para dos o más países, aunque sí se han podido inferir unas condiciones mínimas de éxito:

Tras haber realizado una labor de descarte de medidas que no interfieren negativamente, ni son críticas para el éxito o el fracaso de un país, es posible afirmar que las Ayudas y subvenciones por sí solas, no son suficientes para determinar el éxito del sector cinematográfico nacional, es decir, siempre deberán llevar aparejadas por lo menos alguna otra medida, como la regulación de cuotas de pantalla reservadas al cine nacional o el fomento de industrias auxiliares. Esto es así ya que para seis de los nueve países analizados esto ha sido suficiente para considerarlos casos de éxito.

Asimismo, las medidas para la formación de audiencias de cine nacional tampoco sirven por sí solas como determinantes en el resultado de éxito o contraste de un país.

Para este análisis Argentina quedaría descartado pues adopta un patrón de comportamiento muy distinto al del resto de países.

Una descripción detallada de la herramienta de análisis de experimentos se ha incluido en el apartado metodológico del presente informe.

Ante dicho escenario, es necesario acudir a un análisis de variables alternativas que complementen el estudio y puedan explicar, o al menos ayudar a entender, el aumento y decrecimiento de las cuotas de pantalla nacionales. Algunas de esas variables de análisis, pueden ser la antigüedad de las instituciones, el número de estrenos nacionales, los acuerdos y tratados internacionales firmados entre países o la coproducción, pues resulta llamativo cómo no existiendo medidas de fomento de la coproducción cinematográfica internacional, Argentina y España muestran incrementos de cuotas de pantalla en los años en que hubo coproducciones de éxito.

c. Antigüedad de las instituciones

De acuerdo a la antigüedad de las instituciones cinematográficas, podría decirse que los casos de éxito tienden a ser aquellos cuyas instituciones son más antiguas (Reino Unido y Francia), y que una de las instituciones más recientes corresponde a un país de contraste (Colombia).

Año de Fundación de las Instituciones vs Cuota de cine nacional en 2012

	Reino Unido	Francia	Argentina	Corea del Sur	Nueva Zelanda	México	España	Colombia	Brasil
Año	1933	1946	1957	1973	1978	1983	1985	1997	2001
Cuota Espectadores	32,10%	40,34%	9,74%	58,81%	4,78%	4,78%	19,42%	8,29%	10,62%
Cuota Recaudación	32,10%	40,35%	8,72%	58,33%	2,09%	4,41%	24,26%	8,85%	9,59%
Cuota Estrenos	25,04%	27,17%	42,77%	33,02%	4,58%	21,00%	27,75%	10,80%	25,54%

Fuente: La fecha de fundación de las instituciones se ha obtenido a través de las direcciones web oficiales de cada una de las entidades cinematográficas. En los casos en que dicha información no ha podido ser obtenida por este método, se ha incluido el año de aprobación de la primera legislación audiovisual en el país correspondiente.

Para los cuatro países cuyas instituciones o legislaciones son más antiguas, la media de las cuotas de audiencias y la de recaudación del año 2012 se sitúa por encima del 30%, mientras que los cuatro países con instituciones más recientes muestran de media, una cuota de audiencia de cine nacional de recaudación y de espectadores que gira en torno al 11%.

Ciertamente, esta variable podría ser considerada como “exógena” al estar fuera del control de las autoridades. Sin embargo, resulta interesante observar cómo a la hora de analizar las cuotas alcanzadas, el tiempo de vigencia de las instituciones constituye un factor aparentemente relevante y bastante esclarecedor de la realidad de los países analizados y su aparente evolución hacia cuotas de éxito.

d. Número de estrenos nacionales y cuotas de cine nacional

Existe la sospecha de que el incremento de películas nacionales estrenadas, incide en un registro de mayores cuotas de audiencia nacional. Con este ejercicio se pretende comprender si dicha relación se sostiene en los países analizados. Para el levantamiento de información, se han recogido los estrenos nacionales para el periodo 2008-2012, en los países en que los datos estaban disponibles:

Nº de estrenos nacionales por año y país vs Cuota nacional de espectadores

País	Argentina	Brasil	Colombia	Corea del Sur	España	Francia	México	Reino Unido	Nueva Zelanda
Nº de estrenos nacionales anuales	145	83	23	140	131	100	67	162	12
Cuota 2012	9,74%	10,62%	8,32%	58,81%	19,42%	40,30%	4,78%	32,10%	4,78%
Nº de estrenos nacionales anuales	129	100	18	150	147	101	55	127	14
Cuota 2011	8,24%	12,35%	7,88%	51,88%	15,79%	40,93%	6,28%	36,02%	4,37%
Nº de estrenos nacionales anuales 2010	121	74	10	140	138	99	56	119	8
Cuota 2010	9,24%	19,05%	4,54%	46,59%	12,73%	35,82%	6,05%	24,00%	1,60%
Nº de estrenos nacionales anuales 2009	95	84	12	118	137	109	54	114	8
Cuota 2009	16,06%	14,27%	4,46%	48,68%	15,89%	36,84%	6,97%	16,70%	4,74%
Nº de estrenos nacionales anuales 2008	74	79	13	108	139	98	49	111	7
Cuota 2008	11,83%	9,90%	10,55%	42,09%	13,32%	45,43%	7,25%	31,10%	5,94%

Fuente: Argentina: *Anuario de la Industria del Cine* 2009, 2010, 2011, 2012, tomado de la página web del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA); Brasil: *Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA)*, tomado de la página web de la Agencia Nacional do Cinema (Ancine); Colombia: *Cine en cifras*, tomado de la página web de Proimagenes; Corea del Sur: *Korean Cinema 2012*, tomado de la página web del Korean Film Council (KOFIC); España: ICAA. *Nº Estrenos 2008-2012*; Francia: *CNC Dossiers nº 326 - May 2013*, tomado de la página web del Centre National du Cinéma et de l'Image Animée (CNC); México: *Anuario Estadístico de Cine Mexicano*, tomado de la página web del Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine); Reino Unido: *Statistical Yearbook 2013*, tomado de la página web del British Film Institute (BFI); Nueva Zelanda: datos proporcionados por el Director Adjunto de la New Zealand Film Commission (NZFC).

Colombia parece cumplir el patrón predicho a partir del año 2009, en que, al aumentar fuertemente el número de películas colombianas estrenadas, se percibe un aumento en la cuota nacional (de hecho, el porcentaje se duplica). Sin embargo, en términos absolutos el aumento de películas nacionales entre 2008 y 2012 no vino acompañado de un incremento de cuotas.

Corea del Sur cumple, exceptuando un leve decremento en 2010, la correlación de aumento de cuotas y aumento de estrenos: cuando aumentaron los estrenos nacionales, aumentó la cuota nacional de cine coreano, pasando de 108 películas en 2008 a 140 en 2012, y aumentando la cuota desde el 42,09% al 58,81%.

Reino Unido es el caso de estudio que cumple desde 2009 con un incremento de cuotas, al igual que un incremento de estrenos nacionales. Esta tendencia no se cumple para el caso de España, que en los dos últimos años en que se incrementan las cuotas (2011

y 2012), los estrenos nacionales habían disminuido. Lo mismo ocurre en México en todos los años estudiados en que se incrementaron los estrenos nacionales y las cuotas nacionales disminuyeron.

Argentina, en su caso, muestra un patrón de aumento en los dos últimos años estudiados y es que, del 2011 a 2012, solo aumentó en una película los estrenos nacionales y la cuota ha aumentado en más de un punto porcentual, por lo que se podría decir que algún factor externo pueda haber afectado, por ejemplo, la calidad de las películas.

Con el presente análisis no es posible afirmar que los países que estrenan mayor número de películas nacionales, obtengan aumentos en sus cuotas de audiencia nacional año a año. Lo que sí puede afirmarse es que, excepto Argentina, todos los países que de media estrenan mayor número de películas nacionales, suelen responder a países de éxito, y que todos los países que fueron de contraste, mostraban menor número medio de estrenos nacionales.

e. Tratados y acuerdos internacionales para la coproducción y el incremento de audiencias

Ante indicios de que variables de mercado o políticas pueden tener cierta influencia en las cuotas de audiencias, el estudio ha considerado interesante entrar a valorar la “coproducción internacional” a través de los acuerdos y tratados firmados entre los países, como factor ante el que las cuotas de audiencia pueden llegar a mostrar relación.

El objetivo de esta prospectiva es la de observar la relación entre los acuerdos y tratados que los países han firmado y la cuota de pantalla obtenida en los años 2011 y 2012. Para elaborar esta tabla se ha recogido el nº de tratados y acuerdos firmados por país, enfrentadas a su cuota de pantalla nacional en base a espectadores.

Acuerdos bilaterales, tratados multilaterales y cuota basada en espectadores 2012

	Argentina	Brasil	Colombia	Corea del Sur	España	Francia	México	Reino Unido	Nueva Zelanda
Cuota de pantalla en 2012	9,74%	10,62%	8,29%	58,81%	19,42%	40,34%	4,78%	32,10%	4,78%
nº de Acuerdos Bilaterales	13	9	2	2	17	45	5	10	14
nº de Tratados multilaterales	3	4	2	1	5	1	3	1	NA

Fuente: El número de acuerdos bilaterales y tratados multilaterales se ha obtenido a través de las direcciones web oficiales de cada una de las entidades cinematográficas.

De la tabla se desprende que los países de éxito suelen tener, con excepciones, un mayor número medio de acuerdos y tratados firmados, muy necesarios para la coproducción.

Francia es un ejemplo de país con altísima cuota y el país que mayor número de tratados (45+ 1), tiene firmados. Algo similar ocurre en España, en que, a su nivel, mantiene altas cuotas nacionales de cine, así como de número de tratados firmados (17+5); y en Brasil con numerosos tratados (9+4) y una cuota de pantalla moderada. Reino Unido y Nueva Zelanda también países de éxito, cuentan también con numerosos acuerdos y tratados.

El caso de Corea del Sur resulta ser una excepción a la regla. A pesar de ser el país del mundo con mayor cuota nacional, son escasos los acuerdos y tratados firmados (2+1). En su caso son muy escasos los acuerdos y tratados y es probable que la alta producción coreana nacional venga determinada por factores políticos o culturales, si bien esta tendencia empieza a

romperse, ya que en el año 2013, Corea ha comenzado a coproducir con EE.UU. como en el caso del largometraje *Snowpiercer*.¹²⁹

Como caso concreto y aislado, no se ha querido dejar de exponer el caso de España y Argentina en términos de coproducción y audiencias: los datos extraídos de los informes de *box office* o recaudación muestran casos de éxito de taquilla nacionales en los años en que se han producido películas en coproducción.

Si atendemos a las coproducciones del 2013, observamos un caso destacable con Argentina. Este país, a pesar de ser un caso de contraste, puede tornarse un caso de éxito gracias a las coproducciones exhibidas en 2013. En este año cuatro de las ocho producciones nacionales más vistas fueron coproducciones internacionales: *Metegol*, *Tesis sobre un homicidio*, *Séptimo*, coproducciones las tres, entre España y Argentina, o *El médico alemán* (esta última coproducción de Argentina-Francia-España-Noruega), han exhibido altas cuantías de recaudación.

En 2012 ocurría algo similar, (solo tres de diez películas argentinas fueron coproducidas), pero las coproducciones estaban más alejadas del Top 20 de las películas más vistas, con *¡Atraco!* (Argentina-España), *La suerte en tus manos* (Argentina-España) e *Infancia clandestina* (Argentina-España-Brasil). Se observa una mejora de un año a otro en cuestión de coproducciones nacionales, que suben en el ranking de películas más vistas.¹³⁰

España también muestra este comportamiento en 2013, en que aumentan el número

¹²⁹ <http://www.filmaffinity.com/es/film245452.html>

¹³⁰ Las cuotas de audiencias de 2013, no se han incluido al tratarse de un año no cerrado en la fecha de redacción de este informe.

de coproducciones con respecto a 2012 (cuando estrena *Ira de Titanes*, coproducción con los EEUU que cuenta con un 30% de financiación española¹³¹ y *Lo Imposible*, aunque ésta no se considera coproducción, tiene un perfil claramente internacional). Estas coproducciones se encuentran en posiciones elevadas en el ranking de películas más vistas, por ejemplo, la película *Mama* (Canadá-España), *Las brujas de Zugarramurdi* (España-Francia) o *Venuto al mondo* (Twice Born) (Italia-España-Croacia).

El resto de casos del grupo de contraste (Colombia y México) muestran bajas cuotas de cine nacional en espectadores y escasos tratados y acuerdos firmados.

Colombia es un caso curioso ya que es un país con bajo consumo de películas nacionales, pero que ha incluido en el Top 20 del ranking de las películas más vistas en 2012, una película nacional coproducida, *La Cara Oculta* (Colombia-España-USA), lo cual puede evidenciar que este país sea sensible a las coproducciones desde punto de vista de consumo de cine nacional.

Si bien este fenómeno es digno de un análisis exhaustivo en el tiempo, los datos recabados hasta ahora establecen indicios que permiten sospechar que las cuotas de pantalla pueden ser sensibles a los tratados y acuerdos firmados entre países. Es por tanto probable, que los incrementos de cuota puedan estar siendo influenciados en los mismos años en que se cuenta con un mayor número de acuerdos bilaterales.

¹³¹ <http://www.eleconomista.es/boxoffice/analysis/2013/mama-sera-el-mayor-estreno-en-usa-de-una-produccion-espanola-desde-planeta-51/>

V. RECOMENDACIONES

El *benchmarking* internacional realizado, las valoraciones de los expertos nacionales e internacionales, permiten realizar las siguientes recomendaciones de políticas públicas para su implementación en Chile. La selección de estas medidas se rige por los siguientes criterios:

- Se han elegido medidas que puedan ser implementadas de manera efectiva por el Consejo de la Cultura u otros órganos administrativos actualmente existentes en el sector público chileno, excluyendo aquellos que en razón de competencias no podrían ser ejecutados por los mismos. Quedan fuera, en consecuencia, medidas que no puedan ser implementadas por la institucionalidad chilena actual.
- Se ha realizado un análisis jurídico previo de la viabilidad jurídica de las medidas propuestas atendiendo al marco regulatorio chileno y, en consecuencia, eligiendo solamente medidas que tengan las siguientes características:
 - Que sean acordes a la Constitución Política y a los tratados internacionales de los que Chile es parte.
 - Que, para su implementación, no requieran modificaciones legales y normativas fuera del ámbito y competencias del Consejo de la Cultura y otros órganos administrativos vinculados al cine, como por ejemplo reformas tributarias de gran envergadura.
- Se han elegido medidas que, tanto derivadas del análisis cuantitativo como del análisis cualitativo, se consideran viables y con posibilidad de generar un alto impacto.

MEDIDA 1: POTENCIAR LA MARCA “CINE CHILENO”

Objetivos de la medida

- Poner en valor la marca de “cine chileno” a escala nacional, tanto en su valor cultural como en su vertiente alternativa de entretenimiento.
- Hacer visible al público general el talento y la diversidad de la creación cinematográfica chilena, así como su capacidad creadora de riqueza y empleo.
- Romper con la percepción de “cine chileno” como género.

- Fomentar audiencias de cine nacional en salas de exhibición de cine y en general en todas las ventanas de explotación.

Entidad u órgano que lideraría la iniciativa

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), con una posible colaboración estratégica de medios de comunicación como televisiones, radios y prensa escrita.

Descripción de la medida

Dada la riqueza y diversidad de la creación cinematográfica chilena, se propone la realización de una campaña de comunicación en medios (televisión, prensa escrita, etc.) dejando de manifiesto la calidad del cine de factoría nacional, los puestos de trabajo que genera, y su valor cultural y económico.

Si bien durante la realización del benchmarking internacional esta medida no fue identificada en ninguno de los países como un caso contrastado de éxito, tanto el panel de expertos nacionales como los expertos internacionales consultados, concuerdan en que es una medida que se debería implementar. Actualmente Reino Unido ya ha iniciado una campaña en esta línea y próximamente España, cuya Secretaría de Estado de Cultura incluye este tipo de actividades en su plan estratégico, lo están implementando.

MEDIDA 2: DESARROLLO DE UN PLAN ESTRATÉGICO NACIONAL PARA LA CREACIÓN Y FORMACIÓN DE AUDIENCIAS

Objetivos de la medida

- Generar, desde edades tempranas, una masa crítica de espectadores de cine nacional, destacando la experiencia de la asistencia a salas de cine.
- Atraer a nuevos espectadores, no necesariamente de los segmentos más jóvenes, al cine nacional.
- Poner en valor el atractivo del cine nacional frente a *blockbusters* internacionales.
- Desarrollar, en Chile, una cultura de valoración del cine como espacio cultural y de entretenimiento.
- Aprovechar los espacios de exhibición cinematográfica en horarios diferentes a los comerciales.

Entidad u órgano que lideraría la iniciativa

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA)

Descripción de la medida

Se propone el desarrollo de un Plan Estratégico Nacional para la Creación y Formación de Audiencias, donde participen todos los sectores involucrados (asociaciones profesionales y de productores, sector público, distribuidores, exhibidores, educadores).

Se recomienda que este Plan Estratégico contemple los siguientes aspectos:

- Identificar las necesidades y oportunidades reales para la creación y fomento de audiencias de cine nacional.
- Realizar un *benchmarking* internacional de mejores prácticas.
- Establecer un diálogo abierto con todo el sector, recogiendo ideas e inquietudes.
- Llevar a cabo un análisis FODA o DAFO, valorando las características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) para la implementación de este tipo de plan.
- Sobre la base de lo anterior, proponer una reforma y actualización a la normativa vigente y, en particular, a la Ley de Fomento del Audiovisual, extendiendo el número de salas y entidades participantes, actualmente restringidas a cine arte y centros culturales, de forma que el Consejo de la Cultura y las Artes (CNCA) cuente con la habilitación legal necesaria para la implementación efectiva de un Plan Estratégico en esta materia.

Este tipo de medida que ha demostrado tener un gran éxito en Francia, ha sido implementada recientemente en Reino Unido y es un eje central del nuevo programa de Europa Creativa de la Unión Europea.

MEDIDA 3: FOMENTO DE LA CELEBRACIÓN DE ACUERDOS BILATERALES DE COPRODUCCIÓN CINEMATográfica INTERNACIONAL

Objetivos de la medida

- Potenciar y facilitar el fomento de la coproducción con terceros países y, en consecuencia, en acceso a financiación para la realización de un cine con mayores recursos.

- Fomentar la transferencia de conocimiento entre Chile y otros países.
- Acceder a la experiencia en negociación y comercialización de productores de otros mercados.
- Concientizar al sector privado en lo relativo a la importancia de estos aspectos.

Entidad u órgano que lideraría la iniciativa

Consejo Nacional de la Cultura y Artes (CNCA); Dirección de Asuntos Culturales, Ministerio de Relaciones Exteriores; sociedad civil, particularmente asociaciones de productores y profesionales del sector audiovisual.

Descripción de la medida

Se propone fomentar la coproducción cinematográfica internacional mediante la celebración de un mayor número de acuerdos bilaterales de coproducción y con el mayor número de países posible. El caso de éxito emblemático es Francia, con una importante cuota nacional de su cine, y que cuenta en la actualidad con cuarenta y cinco convenios bilaterales vigentes con países de los cinco continentes.

Para el éxito de esta medida, se requiere una participación efectiva de la industria cinematográfica, que haga visible al sector público y fundamentalmente al Ministerio de Relaciones Exteriores, la importancia estratégica de estos acuerdos para el desarrollo industrial de países.

En las entrevistas a los expertos internacionales, se puso de relieve la importancia de un compromiso del sector privado para la priorización por parte del sector público del cierre y negociación de estos acuerdos.

De igual modo, y de cara a generar una política al respecto, resulta especialmente relevante el conocer la casuística de la industria, con el objetivo de identificar con qué países resulta especialmente importante celebrar este tipo de acuerdos en primer lugar.

MEDIDA 4: INCORPORACIÓN DE UN PLAN DE EXPLOTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN LOS CRITERIOS DE VALORACIÓN DE PROYECTOS PRESENTADOS A LOS FONDOS CONCURSABLES DEL CNCA PARA LARGOMETRAJES CINEMATOGRAFICOS, TANTO EN PRODUCCIÓN COMO EN COMERCIALIZACIÓN

Objetivos de esta medida

- Fomentar el desarrollo de planes de negocio, explotación y comercialización por parte de los productores de cine con el objeto de sensibilizar al sector con la

estrategia de negocio de la comercialización de largometrajes.

- Provocar que la visión estratégica de la exhibición y distribución sea cada vez más relevante para los productores nacionales, especialmente en los nuevos productores.
- Que la medida esté dirigida a los largometrajes nacionales con capacidad efectiva de exhibición comercial en salas de cine, estableciéndose criterios diferentes para géneros o producciones que por su naturaleza tengan intrínsecamente menor proyección comercial, como, por ejemplo, los documentales.

Entidad u órgano que lideraría la iniciativa

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA).

Descripción de la medida

Se sugiere incorporar dentro de la documentación a presentar y evaluar en las convocatorias de los fondos concursables para largometrajes cinematográficos, un plan de explotación y comercialización del largometraje, indicando aspectos tales como canales de comercialización, existencia o no de preacuerdos, costos aproximados de una campaña de *marketing*, entre otros.

El caso de éxito más emblemático a este respecto es el de Nueva Zelanda, que ha desarrollado una política de asignación de fondos concursables incluyendo este tipo de baremos. De igual modo, tanto los expertos entrevistados como los participantes en el panel nacional la han considerado una medida conveniente de considerar.

Para la implementación de este tipo de medida, se recomienda la ejecución de una hoja de ruta de cuatro años de duración y dividida en las siguientes fases:

- Fase de arranque (año uno):
 - Presentación de la iniciativa y anuncio de la aplicación de este nuevo criterio a partir del año dos en la valoración, con la correspondiente comunicación al sector.
 - Diseño e implementación de programas de capacitación o educación continua dirigidos a entregar a los solicitantes de los fondos las herramientas y conocimientos necesarios para la elaboración de este tipo de planes. Se propone como alternativa formativa la creación de una plataforma masiva de enseñanza online para cumplir este objetivo, conjuntamente con programas de capacitación presencial.

- Fase de implementación (años dos y tres):
 - Durante esta fase se llevarán a cabo tanto las actividades de capacitación y educación continua indicadas en la fase de arranque, como la aparición, con mayor porcentaje y rigurosidad en su evaluación de este plan de negocio o de explotación en los fondos para largometrajes de ficción.
 - Es fundamental en esta fase incorporar a evaluadores altamente cualificados para llevar a cabo una valoración efectiva de la viabilidad de estos planes.
 - Debe establecerse una suerte de “excepción cultural” para aquellas obras cinematográficas que, en razón de su naturaleza o género, no vayan a ser distribuidas a través de las ventanas tradicionales de explotación del largometraje cinematográfico.
- Fase de cruce (año cuatro)
 - Una vez realizadas las fases de arranque e implementación, se entra en esta fase de funcionamiento sin mayores apoyos a la capacitación de este criterio.
 - Se propone realizar en esta fase una evaluación de las políticas implementadas, así como respecto de su funcionamiento los años anteriores y una identificación de las mejoras que serían necesarias.

MEDIDA 5: POTENCIAR LA FORMACIÓN DE PERFILES PROFESIONALES EN LOS ASPECTOS EMPRESARIALES DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

Objetivos de esta medida

- Fomentar la creación efectiva de un tejido industrial chileno en toda la cadena de valor del cine mediante el incremento de profesionales altamente cualificados en aspectos empresariales de la industria del cine.
- Crear una oferta formativa competitiva a nivel internacional.
- Potenciar la aparición de “emprendedores del cine” preparados como empresarios y generadores de empleo.
- Incrementar el número de productores ejecutivos en el mercado nacional.

Entidad u órgano que lideraría la iniciativa

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), Ministerio de Educación, Corfo.

Descripción de la medida

Esta medida no tiene por objeto directo el incremento de las audiencias del cine nacional, sino que está dirigida a aumentar el tejido empresarial audiovisual, la generación de empleo y el autoempleo, el emprendimiento y la competitividad de los profesionales chilenos del sector audiovisual. Es en este escenario de profesionalización de la industria, la mejora de la calidad de la producción y en los procesos de comercialización tiene un efecto beneficioso en la oferta cinematográfica, su acceso a la distribución en las actividades de *marketing* y comunicación, lo que puede conllevar un aumento de la demanda por el cine de factoría nacional.

El desarrollo de todo tipo de proyectos formativos dirigidos a crear perfiles empresariales de la industria cinematográfica. Destacan especialmente perfiles vinculados a la producción ejecutiva, distribución y venta, *marketing* y comunicación.

El alcance de medida incluye desde actualizaciones de los programas universitarios existentes en cine, así como en educación continua y de postgrado.

Este tipo de medidas han sido adoptadas en la mayor parte de los países considerados como casos de éxito y es vista como muy necesaria por parte de los entrevistados, tanto nacionales como internacionales, así como el panel de expertos. Destaca que Brasil ha implementado una medida transversal de capacitación y formación en el ámbito audiovisual que será de aplicación a partir de este año 2014.

Para cumplir este objetivo, se propone el desarrollo de un Plan Nacional de Capacitación y Educación en Materia Cinematográfica y Audiovisual, con participación de los siguientes sectores en su diseño e implementación:

- Sector público (CNCA, Corfo, Ministerio de Educación, entre otros).
- Universidades y centros de formación (se recomienda que no todo el enfoque esté en la educación universitaria, sino que también abriendo el campo a la formación técnico-profesional).
- Asociaciones sectoriales y profesionales

Para el cumplimiento de esta medida se recomienda realizar estudios y análisis dirigidos a identificar el *gap* o brecha formativa existente, los perfiles profesionales más demandados y con mayor capacidad de crecimiento. De igual modo, para el éxito de la medida es muy importante establecer un diálogo con todos los sectores involucrados y se deben abordar todos los aspectos de negocio y explotación, sin descuidar otros que son igualmente relevantes como por ejemplo calidad de guion o dirección.

Actualmente el programa Ibermedia se encuentra en fase de revisión y desarrollo de un Plan Estratégico para su área de Formación que está siendo diseñado por expertos

internacionales de primer nivel, referencia que consideramos ilustrativa de esta tendencia y necesidad.

MEDIDA 6: FOMENTO DE UN TEJIDO INDUSTRIAL EN EL AMBITO DE LAS INDUSTRIAS DE LA POSTPRODUCCIÓN Y LOS EFECTOS ESPECIALES

Objetivos de la medida

- Mejora de la calidad del “arte final” del largometraje chileno;
- Crear un foco adicional de industrias de carácter nacional que ofrezcan estos servicios a nivel nacional e internacional;
- Fomentar la aparición de nuevos largometrajes de género donde los efectos especiales sean fundamentales para la calidad del resultado final.

Entidad u órgano que lideraría la iniciativa

Corfo.

Descripción de la medida

Consiste en generar una línea específica de ayudas y programas de fomento destinados a la creación de empresas de posproducción y efectos especiales, de carácter nacional, así como fomentar la inversión extranjera en esta materia. Se busca, en consecuencia, crear un tejido industrial nacional diverso que conlleve como consecuencia la creación de largometrajes cinematográficos de mayor calidad visual y mayor oferta de largometrajes de género que requieren de estos servicios.

El caso de éxito más emblemático es Nueva Zelanda, si bien el Reino Unido cuenta también con una política activa de fomento en esta materia.

VI. APRECIACIONES GENERALES

De manera general, se propone analizar y valorar de manera más profunda los siguientes aspectos que han sido tratados de manera secundaria o tangencial en este estudio:

- Institucionalidad cinematográfica chilena: se recomienda analizar y valorar la posibilidad de dotar con mayores capacidades ejecutivas al Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), de manera que tenga una mayor capacidad de apoyo y desarrollo del sector cinematográfico chileno, tanto desde el punto de vista del cine como cultura, como el del cine como industria. La mayor parte de los países analizados y considerados casos de éxito contemplan institucionalidades cinematográficas más asentadas y con mayor capacidad de ejecución y toma de decisiones. En esta misma línea, se recomienda revisar y actualizar la Ley de Fomento del Audiovisual y su Reglamento, con el objeto de que el CNCA pueda llevar a cabo una labor más completa y eficiente de la promoción y fomento del cine nacional mediante una ampliación y actualización de sus facultades. Esto también es aplicable a la dotación presupuestaria destinada a este organismo, que requeriría una revisión al alza de cara a cumplir estos objetivos adicionales.
- Comunicación y coordinación entre administraciones y organismos públicos chilenos con competencias en materia de cine: durante el desarrollo del estudio, se identificó la necesidad de mejorar la comunicación e interrelación entre organismos públicos con competencias en materia de fomento de la industria del cine, tanto en lo relativo al conocimiento efectivo de las actividades llevadas a cabo por cada uno, como en relación al conocimiento adquirido en sus distintos ámbitos de actividad o estudios realizados (transferencia de conocimiento entre administraciones), así como en la adopción de medidas y coordinación de actividades conjuntas.
- Relación entre la televisión y el fomento de audiencias de cine nacional: es muy recomendable estudiar y analizar la relación del cine nacional con la televisión abierta y de pago, tanto desde el punto de vista de aportación a la producción como de fomento de audiencias de cine nacional mediante la mayor programación en televisión de largometrajes nacionales. Existen importantes casos de éxito, como Francia, y es un aspecto que fue citado con frecuencia como “a considerar” por una parte importante de los expertos internacionales.

VII. METODOLOGÍA

1. LEVANTAMIENTO DE DATOS

Los datos recabados para el informe han sido ordenados y recopilados a partir de fuentes oficiales de cada uno de los países de análisis, recogiendo los datos de medición de audiencias de tres formas distintas en función del sistema de medición empleado por cada uno de ellos y de los datos disponibles:

- Número de espectadores que visionaron películas nacionales vs el total de espectadores (admisiones).
- Recaudación de la taquilla por cine nacional sobre el total de la recaudación total nacional y del mundo (Box Office).
- Número de estrenos nacionales vs totales.

2. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Para la recolección de información se han trabajado fundamentalmente documentos y normativa obtenida de fuentes oficiales tales como autoridades cinematográficas nacionales o supranacionales. De igual modo, se consultó bibliografía especializada (identificada en el apartado Bibliografía), así como la que pudiese ser sugerida o recomendada por los expertos entrevistados.

La metodología se basa en el análisis de fuentes de información directa e indirecta:

- Indirectas: Se consultaron bases de datos diversas, publicaciones e informes nacionales e internacionales de los sectores han sido necesarios evaluar.
- Directas: Se analizó la legislación vigente en cada uno de los estados y se diseñaron y aplicaron cuestionarios cualitativos a una muestra de expertos nacionales e internacionales del sector, vía presencial, telefónica y online, para obtener los datos relevantes para el desarrollo del informe.

3. CÁLCULOS PARA LAS TASAS DE CRECIMIENTO MEDIAS ANUALES, LAS CUOTAS DE AUDIENCIAS Y LAS TASAS DE CRECIMIENTO INTERANUALES.

Una de los criterios de decisión para la clasificación de un país como de éxito o contraste ha sido mediante del cálculo de la TCAC o Tasa de crecimiento anual compuesta de las cuotas de cine nacional.

La tasa se ha calculado en base a la Cuota Nacional de Cine en espectadores, recaudación y estrenos, para el periodo 2008-2012, siguiendo la siguiente fórmula: $TCAC = (((Valor\ Final/Valor\ Inicial)^{(1/4)} - 1)$.

Aquellos países con crecimiento negativo de la tasa se han considerado, en principio, como países de contraste, mientras que si la misma es positiva se han considerado como países de éxito. No obstante, dicha clasificación no ha sido dependiente únicamente de factores cuantitativos, sino que se han tenido en cuenta factores de índole jurídica o de mercado para el país en cuestión, como es el caso de Nueva Zelanda.

Cálculo de la cuota de audiencias: Elaboración a partir de la fórmula:

- N° espectadores nacionales/N° espectadores totales, expresado en porcentaje.
- Recaudación nacional/recaudación total, expresado en porcentaje.
- N° estrenos nacionales/N° estrenos totales, expresado en porcentaje.

Cálculo de variación interanual: Elaboración a partir de la fórmula: $(año\ final - año\ inicial) / año\ inicial$, expresado en porcentaje.

4. ESTIMACIONES

Para tres de los países analizados fueron necesarias estimaciones de algunas de sus cifras por ausencia de alguno de sus datos:

- Para el caso de Colombia, las cifras de la recaudación nacional se hallaron a través de la multiplicación del precio de la taquilla (en USD) por el número de espectadores nacionales.
- Para Francia, las cifras de la recaudación nacional de Francia provienen de la multiplicación del precio de la taquilla (en USD) por el número de espectadores nacionales.
- Para el caso de Reino Unido, para el que, en un primer momento, no se encontraron datos de espectadores nacionales, se realizó la estimación en base a los datos disponibles y según el cálculo siguiente: se procedió a estimar el porcentaje de cuota de audiencias de cine nacional en términos de espectadores a partir de la recaudación, el dato de admisiones y el precio medio de las entradas calculado en base a recaudación entre espectadores totales. Dicha estimación se ha podido realizar gracias al dato recogido por la entidad francesa CNC que ofrecía la Cuota de películas nacionales en recaudación.

5. ANÁLISIS DE EXPERIMENTOS, METODOLOGÍA PARA EL ANÁLISIS COMPARADO DE PAÍSES

El análisis realizado sobre los países, el conjunto de sus medidas aplicadas y el resultado en cuotas de cine nacional, se basó en una simplificación y adaptación a un entorno cualitativo del diseño de experimentos o análisis de la varianza ANOVA [Quevedo-Urías, 2006]. No pudo realizarse aquí un método cuantitativo, porque no se dispone de un número de muestras adecuado, los escenarios no son constantes, ni puede demostrarse la normalidad, en sentido estadístico, de los datos analizados.

Por ello se ha adaptado esta técnica estadística para analizar qué factores se encuentran en común entre aquellos países que se han determinado de éxito, frente a aquellos que se consideran de contraste.

Por otra parte, para realizar este análisis se ha partido de supuestos de simplificación como han sido:

- Las medidas del mismo tipo en distintos países son equivalentes y afectan de forma independiente
- No se consideran efectos cruzados entre más de tres factores. Es decir que no se consideran analizados casos en los que el conjunto de cuatro o más factores sean los desencadenantes del éxito o contraste de los resultados.

Validación de esta simplificación:

- Del análisis legislativo realizado en apartados anteriores puede establecerse como similares, dentro de las dimensiones y características del país, las medidas adoptadas. El hecho de que puedan adoptarse independientemente permite establecer como cierta la hipótesis de independencia entre las distintas medidas legislativas.
- Solo tres países tienen más de tres medidas adoptadas de forma simultánea (España, Reino Unido y Francia)

Sobre este último punto, como puede verse en los resultados, la explicación del éxito o contraste se basa únicamente en dos combinaciones de dos factores lo cual confirma el supuesto inicial.

El procedimiento realizado ha sido un análisis de los factores (medidas legislativas) en el que:

- Su falta/presencia desencadenaba el contraste/éxito de las políticas adoptadas. En este caso este factor se mantiene.

- Su falta/presencia no ocasiona diferencias en los resultados en distintos países. En este caso este factor se desprecia.

Iterando este proceso, aplicando la segunda condición, se llegó a los resultados de dos combinaciones posibles de políticas que son los factores que cualitativamente justifican el éxito de las medidas, con la única excepción de Argentina, donde a igualdad cualitativa de medidas, los resultados no presentan el éxito que otros países.

Un análisis más detallado de este caso podría justificar si la juventud de las medidas pudiera ser la causa de esta divergencia en los resultados.

Este análisis demostró únicamente la coincidencia entre tipos de medidas legislativas adoptadas (cualitativo) y aumento de las cuotas nacionales de pantalla. Aunque la justificación estadística y económica de la causalidad entre las medidas adoptadas y los resultados obtenidos excede el alcance de este informe, es plausible desde el punto de vista de los concededores de los distintos mercados.


6. ENTREVISTAS A EXPERTOS COMO HERRAMIENTAS DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

Como parte del análisis cualitativo del informe, se entrevistaron expertos internacionales y nacionales y se realizó un panel nacional (*focus group*) con los *stakeholders* del sector.

Las entrevistas cualitativas se realizaron a expertos nacionales e internacionales de la industria audiovisual y responsables de organismos políticos vinculados al sector audiovisual con el fin de recopilar opiniones sobre el estado actual del audiovisual en el ámbito nacional y local, y acerca de las medidas de fomento de la difusión, exhibición y de las audiencias identificadas en el estudio.

Las entrevistas se realizaron de forma presencial, telefónica y en algunas ocasiones vía electrónica. Para ello se elaboró un cuestionario cualitativo personalizado según el perfil del entrevistado, con el objetivo de obtener información sobre experiencias nacionales e internacionales en materia de fomento de las audiencias con los siguientes enfoques:

- Expertos internacionales: corresponden a dos grupos diferenciados, uno compuesto por responsables de organismos y autoridades cinematográficas y otro formado por académicos y productores con experiencia transnacional.
- Expertos nacionales: se quiere entrevistar a agentes involucrados en la cadena de valor nacional del cine, expertos en Derecho Audiovisual y estudios aplicados al sector del cine.



El panel de expertos se realizó en la ciudad de Santiago, en diciembre del 2013 y a él acudieron 13 personas pertenecientes a toda la cadena de producción y explotación cinematográfica. En él se llevó a cabo una discusión sobre las medidas implementadas en los países objeto de estudio, algunas de ellas correspondientes a casos de éxito y a casos de contraste.

A los participantes no se les indicó cuáles eran los casos de éxito y cuáles de contraste y se les solicitó que indicaran si veían viable la incorporación de esas medidas en el mercado chileno.

VIII. ANEXO: TABLAS DE DATOS

En las siguientes tablas se refleja el levantamiento de datos realizado para los países analizados y sus cuotas de audiencia nacional sobre la base de espectadores, recaudación y estrenos, así como sus variaciones interanuales para el periodo estudiado:

1. TABLAS DE DATOS EN NÚMERO DE ESPECTADORES

Nº de espectadores de películas nacionales y su TCAC

País	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
Chile	933.231	546.430	350.075	870.764	2.524.563	28,25%
Argentina	4.101.127	5.395.000	3.554.723	3.528.084	4.557.336	2,67%
Brasil	8.820.706	16.075.429	25.687.438	17.689.210	15.561.688	15,25%
Colombia	2.278.000	1.208.000	1.531.000	2.994.000	3.386.000	10,42%
Corea del Sur	62.047.324	75.644.847	68.843.173	82.868.189	114.613.190	16,58%
España	14.359.230	17.480.282	12.928.363	15.524.294	18.284.674	6,23%
Francia	86.390.000	74.230.000	74.130.000	88.840.000	82.060.000	-1,28%
México	13.200.000	12.400.000	11.500.000	13.500.000	10.900.000	-4,67%
Reino Unido	51.066.200	28.974.500	40.608.000	61.810.320	55.372.500	2,04%
Nueva Zelanda	15.426.000	15.317.000	15.297.000	14.158.000	14.610.000	-1,35%

Nº de espectadores totales por país y su TCAC

País	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
Chile	10.989.690	13.848.630	13.288.017	15.212.882	20.032.594	16,20%
Argentina	34.655.037	33.583.548	38.454.807	42.807.413	46.811.755	7,81%
Brasil	89.109.595	112.670.935	134.836.791	143.191.360	146.462.972	13,23%
Colombia	21.600.000	27.100.000	33.700.000	38.011.953	40.847.889	17,27%
Corea del Sur	147.428.639	155.398.654	147.759.214	159.724.465	194.890.587	7,23%
España	107.813.259	109.986.858	101.589.517	98.344.862	94.158.195	-3,33%
Francia	190.180.000	201.510.000	206.950.000	217.070.000	203.440.000	1,70%
México	182.000.000	178.000.000	190.000.000	215.000.000	228.000.000	5,80%
Reino Unido	164.200.000	173.500.000	169.200.000	171.600.000	172.500.000	1,24%
Nueva Zelanda	259.905.000	322.885.000	957.774.000	323.727.000	305.887.000	4,16%

Cuota Nacional de Cine - en espectadores y Tasa de crecimiento anual

País	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
Chile	8,49%	3,95%	2,63%	5,72%	12,60%	10,37%
Argentina	11,83%	16,06%	9,24%	8,24%	9,74%	-4,76%
Brasil	9,90%	14,27%	19,05%	12,35%	10,62%	1,79%
Colombia	10,55%	4,46%	4,54%	7,88%	8,29%	-5,84%
Corea del Sur	42,09%	48,68%	46,59%	51,88%	58,81%	8,72%
España	13,32%	15,89%	12,73%	15,79%	19,42%	9,89%
Francia	45,43%	36,84%	35,82%	40,93%	40,34%	-2,93%
México	7,25%	6,97%	6,05%	6,28%	4,78%	-9,90%
Reino Unido	31,10%	16,70%	24,00%	36,02%	32,10%	0,79%
Nueva Zelanda	5,94%	4,74%	1,60%	4,37%	4,78%	-5,29%

Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en espectadores

País	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
Chile	-52,05%	-37,03%	117,75%	143,99%
Argentina	35,75%	-42,46%	-10,84%	18,12%
Brasil	44,14%	33,52%	-35,15%	-14,03%
Colombia	-57,73%	1,92%	73,37%	5,68%
Corea del Sur	15,66%	-4,29%	11,36%	13,35%
España	19,33%	-19,93%	24,04%	23,02%
Francia	-18,91%	-2,76%	14,26%	-1,53%
México	-3,95%	-13,12%	3,74%	-23,86%
Reino Unido	-46,30%	43,71%	50,08%	-10,88%
Nueva Zelanda	-25,12%	-197,02%	63,48%	8,43%

Fuente: Chile: *Distribución de Espectadores y Recaudación por Procedencia y Nacionalidad: Películas Exhibidas Periodo 2001-2012*, informe facilitado por el Consejo Nacional de las Culturas y las Artes (CNCA); Argentina: *Anuario de la Industria del Cine 2009, 2010, 2011, 2012*, del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA); Brasil: *Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA)*, Agencia Nacional do Cinema (Ancine); Colombia: *Cine en cifras*, Proimagenes; Corea del Sur: *Korean Cinema 2012*, Korean Film Council (KOFIC); España: *ICAA, número de estrenos 2008-2012*; Francia: *CNC Dossiers n° 326 – May 2013*, Centre National du Cinéma et de l'Image Animée (CNC); México: *Anuario Estadístico de Cine Mexicano*, Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine); Reino Unido: *Statistical Yearbook 2013*, British Film Institute (BFI); Nueva Zelanda: datos proporcionados por el Director Adjunto de la New Zealand Film Commission (NZFC). El cálculo de la tasa de crecimiento anual compuesta se ha calculado en base al n° de admisiones o espectadores totales o nacionales registrados en el periodo 2008-2012 y siguiendo la siguiente fórmula: $TCAC = (((Valor\ Final/Valor\ Inicial)^{(1/4)}) - 1)$, expresado en porcentaje.

Cálculo de cuota: Elaboración a partir de la fórmula: N° espectadores nacionales/ N° espectadores totales, expresado en porcentaje.

Cálculo de variación interanual: Elaboración a partir de la fórmula: $(\text{año final} - \text{año inicial}) / \text{año inicial}$, expresado en porcentaje.

2. TABLAS DE DATOS EN RECAUDACIÓN

Recaudación por películas nacionales por país y su TCAC

País	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
Chile	4.043.959,07	2.636.241,55	1.584.471,14	4.266.608,19	12.689.240,63	33,09%
Argentina	6.474.344,52	10.068.323,86	7.927.966,48	8.809.054,10	15.696.486,82	24,78%
Brasil	29.144.162,04	55.407.731,59	94.902.397,95	66.050.051,79	64.939.590,66	22,18%
Colombia	11.016.931,94	5.812.231,60	7.538.858,34	14.384.283,78	17.122.629,54	11,65%
Corea del Sur	107.637.400,21	460.416.785,04	421.758.175,24	530.438.811,05	706.716.601,06	60,07%
España	110.174.295,67	140.895.532,55	108.374.789,08	133.835.127,00	161.860.229,69	10,09%
Francia	700.925.265,00	615.292.470,00	632.477.160,00	759.182.220,00	711.214.020,00	0,36%
México	42.640.000,00	39.680.000,00	39.680.000,00	40.240.000,00	37.669.120,00	-3,05%
Reino Unido	443.976.453,00	258.904.047,00	389.502.797,00	615.346.085,00	579.488.897,00	6,89%
Nueva Zelanda	2.189.540,00	2.973.890,00	9.172.330,00	3.071.000,00	3.008.750,00	8,27%

Recaudación total de cine por países (en millones de dólares) y su TCAC

País	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
Chile	53.798.724,30	69.958.424,70	75.850.755,41	91.151.146,80	108.330.546,63	19,12%
Argentina	55.380.229,52	64.530.845,96	93.439.030,30	133.541.535,54	179.967.128,04	34,26%
Brasil	305.553.912,30	407.314.355,00	529.357.018,04	608.919.268,73	677.420.469,87	22,02%
Colombia	94.400.000,00	116.879.000,00	1.522.790.000,00	173.460.000,00	193.402.000,00	19,64%
Corea del Sur	280.452.640,45	893.624.691,48	971.393.302,80	1.037.451.766,76	1.211.590.759,05	44,17%
España	725.870.538,00	765.013.577,22	785.737.079,32	724.559.124,54	667.312.333,61	-2,08%
Francia	1.541.983.500,00	1.669.153.500,00	1.767.042.000,00	1.854.792.000,00	1.762.600.500,00	3,40%
México	581.760.000,00	618.400.000,00	722.560.000,00	782.000.000,00	853.941.920,00	10,07%
Reino Unido	1.396.244.000,00	1.550.652.160,00	1.622.928.320,00	1.708.345.600,00	1.805.261.360,00	6,63%
Nueva Zelanda	129.954.760,00	141.075.100,00	146.495.000,00	134.308.110,00	143.706.200,00	2,55%

Cuota Nacional de Cine - en recaudación y su TCAC

País	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
Chile	7,52%	3,77%	2,09%	4,68%	11,71%	11,73%
Argentina	11,69%	15,60%	8,48%	6,60%	8,72%	-7,06%
Brasil	9,54%	13,60%	17,93%	10,85%	9,59%	0,13%
Colombia	11,67%	4,97%	0,50%	8,29%	8,85%	-6,67%
Corea del Sur	38,38%	51,52%	43,42%	51,13%	58,33%	11,03%
España	15,18%	18,42%	13,79%	18,47%	24,26%	12,43%
Francia	45,46%	36,86%	35,79%	40,93%	40,35%	-2,93%
México	7,33%	6,42%	5,49%	5,15%	4,41%	-11,92%
Reino Unido	31,80%	16,70%	24,00%	36,02%	32,10%	0,24%
Nueva Zelanda	1,68%	2,11%	6,26%	2,29%	2,09%	5,58%

Variación interanual de la cuota de cine nacional de recaudación

País	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
Chile	-99,48%	-80,39%	55,37%	60,04%
Argentina	25,07%	-83,89%	-28,62%	24,37%
Brasil	29,88%	24,12%	-65,28%	-13,15%
Colombia	-134,68%	-904,48%	94,03%	6,33%
Corea del Sur	25,51%	-18,67%	15,08%	12,34%
España	17,59%	-33,53%	25,33%	23,85%
Francia	-23,31%	-2,99%	12,55%	-1,44%
México	-14,23%	-16,84%	-6,72%	-16,65%
Reino Unido	-90,45%	30,43%	33,37%	-12,21%
Nueva Zelanda	20,07%	66,33%	-173,83%	-9,21%

Fuente: Chile: *Distribución de Espectadores y Recaudación por Procedencia y Nacionalidad: Películas Exhibidas Periodo 2001-2012*, informe facilitado por el Consejo Nacional de las Culturas y las Artes (CNCA); Argentina: *Anuario de la Industria del Cine 2012*, del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA); Brasil: *Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA)*, Agencia Nacional do Cinema (Ancine); Colombia: *Cine en cifras*, Proimagenes (: (las cifras de la recaudación nacional de Colombia provienen de la multiplicación del precio de la taquilla (en USD) por el número de espectadores nacionales); Corea del Sur: *Korean Cinema 2012*, Korean Film Council (KOFIC); España: *El Cine y el Video en Datos y Cifras 2008, 2009, 2010, 2011 y 2012*, tomado de la página web del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte; Francia: *CNC Dossiers n° 326 – May 2013*, Centre National du Cinéma et de l'Image Animée (CNC) (las cifras de la recaudación nacional de Francia provienen de la multiplicación del precio de la taquilla (en USD) por el número de espectadores nacionales); *Ingresos totales en las taquillas mexicanas 2008, 2009, 2010, 2011 y Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2012* tomados de la página web del Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine); Reino Unido: *Statistical Yearbook 2013*, British Film Institute (BFI); Nueva Zelanda: datos proporcionados por el Director Adjunto de la New Zealand Film Commission (NZFC). El cálculo de la Tasa de crecimiento anual compuesta para la recaudación total o nacional se ha calculado en base a la recaudación total o nacional registradas en el periodo 2008-2012 y siguiendo la siguiente fórmula: $TCAC = (((Valor\ Final / Valor\ Inicial)^{(1/4)}) - 1)$, expresado en porcentaje.

*Tipo de cambio a fecha 20/01/14: USD/CLP = \$0,00185; USD/ARS = 0.14; USD/BRL = 0.42; USD/COP = \$0,000590; USD/KRW = 0,00094; USD/EUR = 1.35; USD/MXN = 0,08; USD/GBP = 1,64264; USD/NZD

= 0,83.

Cálculo de cuota: Elaboración a partir de la fórmula: Recaudación nacional / Recaudación total, expresado en porcentaje.

Cálculo de variación interanual: Elaboración a partir de la fórmula: (año final- año inicial)/año inicial, expresado en porcentaje.

3. TABLAS DE DATOS EN NÚMERO DE ESTRENOS

Número total películas nacionales estrenadas por país

País	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
Chile	24	14	14	20	27	2,99%
Argentina	74	95	121	129	145	18,31%
Brasil	79	84	74	100	83	1,24%
Colombia	13	12	10	18	23	15,33%
Corea del Sur	108	118	140	150	140	6,70%
España	139	137	138	147	131	-1,47%
Francia	98	109	99	101	100	0,51%
México	49	54	56	55	67	8,14%
Reino Unido	111	113	122	127	162	9,91%
Nueva Zelanda	7	8	8	12	14	18,92%

Número total de películas estrenadas por país

País	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
Chile	193	170	178	165	193	0,00%
Argentina	290	300	336	334	339	3,98%
Brasil	325	317	302	337	325	0,00%
Colombia	213	214	206	206	213	0,00%
Corea del Sur	380	361	426	439	424	2,78%
España	518	491	472	511	472	-2,30%
Francia	347	371	348	383	368	1,48%
México	326	307	313	321	319	-0,54%
Reino Unido	516	503	557	558	647	5,82%
Nueva Zelanda	254	278	295	312	306	4,77%

Cuota Nacional de Cine - en estrenos y Tasa de crecimiento anual


País	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
Chile	12,44%	8,24%	7,87%	12,12%	13,99%	2,99%
Argentina	25,52%	31,67%	36,01%	38,62%	42,77%	13,78%
Brasil	24,31%	26,50%	24,50%	29,67%	25,54%	1,24%
Colombia	6,10%	5,61%	4,85%	8,74%	10,80%	15,33%
Corea del Sur	28,42%	32,69%	32,86%	34,17%	33,02%	3,82%
España	26,83%	27,90%	29,24%	28,77%	27,75%	0,85%
Francia	28,24%	29,38%	28,45%	26,37%	27,17%	-0,96%
México	15,03%	17,59%	17,89%	17,13%	21,00%	8,72%
Reino Unido	21,51%	22,47%	21,90%	22,76%	25,04%	3,87%
Nueva Zelanda	2,76%	2,88%	2,71%	3,85%	4,58%	13,51%

Variación interanual de la cuota nacional de cine basada en estrenos

País	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
Chile	-33,77%	-4,49%	54,11%	15,41%
Argentina	37,94%	-7,99%	12,68%	10,75%
Brasil	9,01%	-7,53%	21,10%	-13,94%
Colombia	-8,12%	-13,43%	80,00%	23,58%
Corea del Sur	15,01%	0,54%	3,97%	-3,36%
España	3,98%	4,78%	-1,61%	-3,52%
Francia	4,03%	-3,17%	-7,30%	3,05%
México	17,02%	1,72%	-4,23%	22,58%
Reino Unido	4,43%	-2,50%	3,91%	10,01%
Nueva Zelanda	4,42%	-5,76%	41,83%	18,95%

Fuentes: Chile: *Distribución de Espectadores y Recaudación por Procedencia y Nacionalidad: Películas Exhibidas Periodo 2001-2012*, informe facilitado por el Consejo Nacional de las Culturas y las Artes (CNCA); Argentina: *Anuario de la Industria del Cine 2009, 2010, 2011, 2012*, del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA); Brasil: *Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA)*, Agencia Nacional do Cinema (Ancine); Colombia: *Cine en cifras*, Proimagenes; Corea del Sur: *Korean Cinema 2012*, Korean Film Council (KOFIC); España: *ICAA, número de estrenos 2008-2012*; Francia: *CNC Dossiers n° 326 – May 2013*, Centre National du Cinéma et de l'Image Animée (CNC); México: *Anuario Estadístico de Cine Mexicano*, Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine); Reino Unido: *Statistical Yearbook 2013*, British Film Institute (BFI); Nueva Zelanda: datos proporcionados por el Director Adjunto de la New Zealand Film Commission (NZFC). El cálculo de la Tasa de crecimiento anual compuesta del n° de estrenos totales o nacionales se ha calculado en base al n° de estrenos totales o nacionales registrados en el periodo 2008-2012 y siguiendo la siguiente fórmula: $TCAC = (((Valor\ Final/Valor\ Inicial)^{(1/4)} - 1)$, expresado en porcentaje.

Cálculo de cuota: *Elaboración a partir de la fórmula: N° estrenos nacionales/N°*



estrenos totales por país, expresado en porcentaje.

Cálculo de variación interanual: *Elaboración a partir de la fórmula: (año final- año inicial)/año inicial, expresado en porcentaje.*

A continuación, se incorpora una tabla que contempla el panorama de la producción nacional y la coproducción internacional en el año 2012, incluyendo las cien películas más vistas en dicho año. Aquellas películas en rojo corresponden a las nacionales en coproducción y las subrayadas en azul, indican únicamente las producciones nacionales:

Producción nacional y coproducción internacional de entre las 100 películas más vistas en 2012

	Argentina 2013	Argentina 2012	Brasil	Colombia	Corea del Sur	España 2013	España 2012	Francia	México	Reino Unido e Irlanda	Nueva Zelanda
1	Monsters University	Ice Age: Continental Drift	The Avengers	Ice Age: Continental Drift	Thieves	The Croods	The Impossible	Skyfall	The Avengers	Skyfall	The Hobbit: An Unexpected Journey (USA Nueva Zelanda)
2	Despicable Me 2	The Avengers (2012)	The Twilight Saga: Breaking Dawn Part 2	The Avengers (2012)	Masquera de	Despicable Me 2	The Twilight Saga: Breaking Dawn Part 2	Ice Age: Continental Drift	Ice Age: Continental Drift	The Dark Knight Rises	The Avengers (2012)
3	Metegol	Madagascar 3: Europe's Most Wanted	Ice Age: Continental Drift	Madagascar 3: Europe's Most Wanted	The Avengers (2012)	World War Z	The Hobbit: An Unexpected Journey	Sur la piste du Marsupilami	The Dark Knight Rises	The Avengers (2012)	Skyfall
4	Fast & Furious 6	The Dark Knight Rises	The Amazing Spider-Man	The Dark Knight Rises	Neuk-dae so-nyeon (A Werewolf Boy)	Monsters University	Las aventuras de Tadeo Jones	The Hobbit: An Unexpected Journey	The Twilight Saga: Breaking Dawn Part 2	The Hobbit: An Unexpected Journey	The Dark Knight Rises
5	Iron Man 3	Brave	Madagascar 3: Europe's Most Wanted	The Twilight Saga: Breaking Dawn Part 2	The Dark Knight Rises	Django Unchained	Intouchables	La vérité si je mens! 3	The Amazing Spider-Man	The Twilight Saga: Breaking Dawn Part 2	The Hunger Games
6	Corazón de león	The Amazing Spider-Man	The Dark Knight Rises	Hotel Transylvania	Les Misérables (2012)	Now You See Me	The Avengers (2012)	The Twilight Saga: Breaking Dawn Part 2	Madagascar 3: Europe's Most Wanted	Ted	The Best Exotic Marigold Hotel
7	The Croods	The Hobbit: An Unexpected Journey	De Pernas pro Ar 2	Wrath of the Titans	The Amazing Spider-Man	The Smurfs 2	Ice Age: Continental Drift	The Avengers (2012)	Brave	Ice Age: Continental Drift	The Twilight Saga: Breaking Dawn Part 2
8	World War Z	The Twilight Saga: Breaking Dawn Part 2	Alvin and the Chipmunks: Chipwrecked	Brave	The Tower (2012)	Iron Man 3	Brave	The Dark Knight Rises	Life of Pi	Life of Pi	Ice Age: Continental Drift
9	Wreck-It Ralph	2+2	The Hobbit: An Unexpected Journey	The Amazing Spider-Man	Bumchoiwa ui junjaeng (Nameless Gangster)	Fast & Furious 6	Tengo ganas de ti (I Want You)	Asterix et Obélix: Au service de Sa Majesté (Francia Italia España Hungría)	The Hobbit: An Unexpected Journey	The Amazing Spider-Man	Ted
10	The Conjuring	Wrath of the Titans	Até que a Sortenos Separe	Life of Pi	Baramgwa Hamkke Sarajida (The Grand Heist)	Silver Linings Playbook	The Dark Knight Rises	Les seigneur s	Wrath of the Titans	Prometheus (USA-UK)	Madagascar 3: Europe's Most Wanted
11	The Lone Ranger	Taken 2	Brave	MIB 3	She's My Wife	Gravity	Hotel Transylvania	Madagascar 3: Europe's Most Wanted	Rise of the Guardians	Taken 2	Sherlock Holmes: A Game of Shadows
12	Tesis De Un Asesinato Argentina España	Journey 2: The Mysterious Island	The Expendables 2	The Hobbit: An Unexpected Journey	Yeongasi (Deranged)	Elysium	Ted	Brave	Snow White and the Huntsman	The Hunger Games	The Amazing Spider-Man
13	Séptimo España Argentina	Hotel Transylvania	MIB 3	Rise of the Guardians	Architectur e 101	Mama (Canadá-España)	Skyfall	Le prénom	MIB 3	Brave	Taken 2 (Francia)
14	Man of Steel	Ted	Wrath of the Titans	Journey 2: The Mysterious Island	Dancing Queen	Man of Steel	Madagascar 3: Europe's Most Wanted	Rise of the Guardians	Hotel Transylvania	The Woman in Black	Brave
15	The Hangover Part III	MIB 3	Hotel Transylvania	Resident Evil: Retribution	MIB 3	Epic	Prometheus	Taken 2	Wreck Ralph -It	Madagascar 3: Europe's Most Wanted	Snow White and the Huntsman
16	Life of Pi	Snow White and the Huntsman	Life of Pi	Skyfall	Unbowed	The Hunger Games: Catching Fire	Wreck-It Ralph	The Amazing Spider Man	The Hunger Games	MIB 3	Wreck-It Ralph

17	Thor: The Dark World	Paranormal Activity 4	Skyfall	Snow White and the Huntsman	The Hobbit: An Unexpected Journey	After Earth	Life of Pi	Sherlock Holmes: A Game of Shadows	Ted	The Best Exotic Marigold Hotel	MIB 3
18	The Smurfs 2	Rise of the Guardians	Ghost Rider: Spirit of Vengeance	Cara Oculta, LA Colombia España-USA	Confession Of Murder	Oblivion	Snow White and the Huntsman	Les infidèles (The Players)	Journey 2: The Mysterious Island	War Horse	Dr. Seuss' The Lorax
19	Planes	Sherlock Holmes: A Game of Shadows	Sherlock Holmes: A Game of Shadows	Taken 2	The Twilight Saga: Breaking Dawn Part 2	Thor: The Dark World	The Amazing Spider-Man	De l'autre côté du périph (On the Other Side of the Freeway)	John Carter	The Muppets	Prometheus (USA-UK)
20	The Wolverine	Atraco! (Argentina - España)	Os Penetras (Party Crashers)	Intouchables	26 Years	Oz The Great and Powerful	Sherlock Holmes: A Game of Shadows	MIB 3	The Impossible	The Pirates! Band of Misfits Reino Unido-EEUU	Quartet
21	Pacific Rim	American Reunion	Rise of the Guardians	Sherlock Holmes: A Game of Shadows	Banchang yo (Love 911)	The Lone Ranger	The Descendants	Promethe us	The Expendables 2	American Reunion	Hotel Transylvania
22	Turbo	The Muppets	E Aí... Comeu?	The Hunger Games	Hoo-Goong (Royal Concubine)	The Conjuring	Les Miserables (2012)	The Expendables 2	Resident Evil: Retribution	Snow White and the Huntsman	Pitch Perfect
23	Hansel and Gretel: Witch Hunters	Dark Shadows	Snow White and the Huntsman	Underworld Awakening	Helpless	Planes	The Hunger Games	Project X	Skyfall	Rise of the Guardians	Looper
24	Gravity	John Carter	Jack and Jill	John Carter	Skyfall	Turbo	Dr. Seuss' The Lorax	Stars 80 (2012)	Dr. Seuss' The Lorax	The Dictator	The Bourne Legacy
25	Oz The Great and Powerful	Mission: Impossible - Ghost Protocol	The Adventures of Tintin	Dr. Seuss' The Lorax	The Neighbors	The Hangover Part III	MIB 3	Cloclo (Fr y Belg)	Battleship	The Bourne Legacy	Sione's 2: Unfinished Business
26	Dragon Ball Z	Titanic 3D	The Hunger Games	Mirror Mirror	Taken 2	Zip & Zap and the Marble Gang	Argo	Snow White and the Huntsman	Taken 2	Titanic 3D	Magic Mike
27	Cloudy with a Chance of Meatballs 2	Skyfall	Resident Evil: Retribution	The Muppets	Puss in Boots	Lincoln	El cuerpo (The Body)	Dark Shadows	Dark Shadows	Looper	The Vow
28	The Hunger Games: Catching Fire	To Rome with Love	Mirror Mirror	American Reunion	Battleship	Lee Daniels' The Butler	Rise of the Guardians	De rouille et d'os (Rust and Bone)	The Woman in Black	21 Jump Street	Dark Shadows
29	Epic	Alvin and the Chipmunks: Chipwrecked	Ted	Ted	My P.S Partner	I'm So Excited	Wrath of the Titans	The Hunger Games	Prometheus	The Iron Lady	Tinker, Tailor, Soldier, Spy
30	Mama	Resident Evil: Retribution	American Reunion	Prometheus	Korea (2012)	Las brujas de Zugarramudi (España Francia) (Witching and Bitching)	Hugo	Life of Pi	ParaNorman	Jack Reacher	The Descendants
31	Scary Movie 5	The Hunger Games	Hugo	Paranormal Activity 4	Love Fiction	The Wolverine	John Carter	Wreck Ralph -It	Underworld Awakening	Nativity 2	Battleship
32	Jack the Giant Slayer	Hugo	Prometheus	Dark Shadows	Intouchables	The Great Gatsby (2013)	Dark Shadows	Un bonheur n'arrive jamais seul	Mirror Mirror	Magic Mike	Argo
33	A Good Day to Die Hard	The Expendables 2	Gonzaga - De pai para filho	Battleship	Madagascar 3: Europe's Most Wanted	Hansel and Gretel: Witch Hunters	The Expendables 2	Tinker Bell - The Secret Of The Wings	The Devil Inside	The Descendants	Hope Springs
34	Wakolda (Argentina Francia España Noruega)	Prometheus	Intouchables	Immortals	Gong-mo ja-deul	Captain Phillips	The Bourne Legacy	American Reunion	Paranormal Activity 4	Diary of a Wimpy Kid: Dog Days	Salmon Fishing in the Yemen
35	Django Unchained	Tinker Bell - The Secret Of The Wings	John Carter	Titanic 3D	Ice Age: Continental Drift	Insidious Chapter 2	Safe House	Journey 2: The Mysterious Island	American Reunion	Hotel Transylvania	Step Up Revolution

36	Silver Linings Playbook	Peter Capusotto y Sus Videos	Paranormal Activity 4	Total Recall (2012)	Howling (2012)	Grown Ups 2	The Vow	Jack Reacher	Intouchables	Dr. Seuss' The Lorax	Intouchables
37	Blue Jasmine	Hope Springs	Journey 2: The Mysterious Island	ParaNorman	Perfect Number	Zero Dark Thirty	The Dictator	J. Edgar	The Girl with the Dragon Tattoo (2011)	Wrath of the Titans	The Girl with the Dragon Tattoo (2011)
38	The Impossible	Mirror Mirror	Abraham Lincoln: Vampire Hunter	Abraham Lincoln: Vampire Hunter	Sammy's Adventures 2	G.I. Joe: Retaliation	Journey 2: The Mysterious Island	Mince alors!	Abraham Lincoln: Vampire Hunter	Battleship	The Expendables 2
39	After Earth	The Devil Inside	Total Recall (2012)	Hugo	Eunkyo	A Good Day to Die Hard	American Reunion	Ted	Titanic 3D	Argo	The Dictator
40	Oblivion	Immortals	Underworld Awakening	The Darkest Hour	Journey 2: The Mysterious Island	Flight	The Iron Lady	Zarafa	Parental Guidance	Mirror Mirror	Chronicle (2012)
41	G.I. Joe: Retaliation	Dr. Seuss' The Lorax	This Means War	Tinker Bell - The Secret Of The Wings	The Spy (2012)	Blue Jasmine	Battleship	Titanic 3D	Total Recall (2012)	Safe House	American Reunion
42	The Call	Battleship	Dr. Seuss' The Lorax	This Means War	Brave	La gran familia española	War Horse	Total Recall (2012)	Ghost Rider: Spirit of Vengeance	Dark Shadows	21 Jump Street
43	Now You See Me	The Descendants	Titanic 3D	The Devil Inside	The Scent	Star Trek Into Darkness	Arbitrage	Un plan parfait	Frankenweenie	Chronicle (2012)	The Sapphires
44	Elysium	Finding Nemo (in 3D)	Dark Shadows	Frankenweenie	Chahyungs a (Detective Cha)	Pacific Rim	Taken 2	Populaire	This Means War	Journey 2: The Mysterious Island	War Horse
45	Percy Jackson: Sea of Monsters	The Adventures of Tintin	Taken 2	We Bought a Zoo	Total Recall (2012)	Séptimo	Mirror Mirror	Dans la maison (In the House)	The Darkest Hour	Sinister	Total Recall (2012)
46	Flight	The Woman in Black	Agamenon O Filme	The Woman in Black	Hanbandou i Gongryong (Dinosaurs In the Korea Penninsula)	Anna Karenina	Titanic 3D	Step Up Revolution	Chernobyl Diaries	Pitch Perfect	Hugo
47	Monsters, Inc. (in 3D)	Tower Heist	The Girl with the Dragon Tattoo (2011)	The Dictator	Marrying the Mafia 5: Return of the Family	White House Down	Jack and Jill	Argo	Colosio: El Asesinato (México España Francia Colombia)	ParaNorman	What to Expect When You're Expecting
48	One Direction: This is Us	Jack and Jill	The Impossible	The Adventures of Tintin	Soar Into the Sun	The Host (2013)	Tinker Bell - The Secret Of The Wings	Kirikou Et Les Hommes Et Les Femmes	Here Comes the Boom	The Expendables 2	Titanic 3D
49	Parental Guidance	Chernobyl Diaries	To Rome with Love	The Bourne Legacy	Do-nui mat (The Taste of Money)	Evil Dead (2013)	Underworld Awakening	The Girl with the Dragon Tattoo (2011)	For Greater Glory	Paranormal Activity 4	Paranormal Activity 4
50	Before Midnight	Argo	The Iron Lady	To Rome with Love	Hoesawon (The Killer)	Jack the Giant Slayer	The Best Exotic Marigold Hotel	John Carter	The Possession	Salmon Fishing in the Yemen	Wrath of the Titans
51	Grown Ups 2	The Dictator	Battleship	The Artist	Prometheus	Frozen (2013)	The Woman in Black	Battleship	The Dictator	Total Recall (2012)	Diary of a Wimpy Kid: Dog Days
52	Les Misérables (2012)	The Possession	The Descendants	Chronicle (2012)	Wrath of the Titans	Olympus Has Fallen	To Rome with Love	Chronicle (2012)	The Bourne Legacy	The Vow	John Carter
53	Captain Phillips	The Artist	Hope Springs	The Descendants	Rise of the Guardians	Jack Reacher	J. Edgar	Les vacances de Ducobu	De panzazo!	Anna Karenina	Journey 2: The Mysterious Island
54	The Great Gatsby (2013)	Frankenweenie	The Dictator	Safe House	John Carter	Justin and the Knights of Valour	Red Lights (2012)	The Bourne Legacy	The Vow	The Cabin in the Woods	Underworld Awakening
55	Carrie (2013)	Beauty and the Beast (3D)	The Devil Inside	La posesión de Emma Evans	The Bourne Legacy	The Big Wedding	Looper	Les saveurs du Palais (Haute Cuisine)	Suave patria	Star Wars: Episode I - The Phantom Menace (in 3D)	Two Little Boys

56	Side Effects (2013)	Safe House	The Pirates! Band of Misfits	Sinister	Here Comes The Body	2 Guns	Total Recall (2012)	The Pirates! Band of Misfits	Hugo	Silver Linings Playbook	The Five-Year Engagement
57	Escape Plan	La suerte en tus manos (Argentina España)	The Possession	Finding Nemo (in 3D)	Step Up Revolution	Scary Movie 5	Resident Evil: Retribution	Wrath of the Titans	Star Wars: Episode I - The Phantom Menace (in 3D)	This Means War	This Means War
58	Vino Para Robar	Project X	Tinker Bell and the Lost Treasure	Paranômaru akutibiti: Dai- 2- shô - Tokyo Night	Don't Cry Mommy	We're the Millers	The Ides of March	Paranormal Activity 4	Looper	The Five-Year Engagement	The Pirates! Band of Misfits
59	Sammy's Adventures 2	Infancia clandestina (Argentina España Brasil)	Tinker Bell - The Secret Of The Wings	Tower Heist	Wreck-It Ralph	About Time	Grupo 7	Frankenweenie	Savages (2012)	Parental Guidance	The Lucky One
60	Evil Dead (2013)	The Pirates! Band of Misfits	Argo	The Girl with the Dragon Tattoo (2011)	Fortunetellers (Sindeulin Uijini)	Riddick	The Muppets	Les Kaira	Chronicle (2012)	John Carter	Parental Guidance
61	The Mortal Instruments: City of Bones	The Darkest Hour	Totalmente Inocentes	Chernobyl Diaries	This Means War	Prisoners	Abraham Lincoln: Vampire Hunter	Looper	Sammy's Adventures 2	The Sweeney	Safe House
62	Insidious Chapter 2	Underworld Awakening	What to Expect When You're Expecting	Spy Kids: All the Time in the World	Wonderful Radio	Broken City	[REC] 3: Génesis	Mirror Mirror	Tinker Bell The Secret - Of The Wings	The Devil Inside	Dredd
63	Silent Hill: Revelation 3D	The Three Stooges	The Woman in Black	Project X	Legends of Valhalla: Thor	Los últimos días	ParaNorman	Cami redouble lle	Finding Nemo (in 3D)	Dredd	Resident Evil: Retribution
64	Cloud Atlas	The Iron Lady	The Bourne Legacy	The Apparition	Unidentified Video	Percy Jackson: Sea of Monsters	What to Expect When You're Expecting	The Dictator	Casa De Mi Padre	Lawless	Rock of Ages
65	Lincoln	Sinister	Looper	Star Wars: Episode I - The Phantom Menace (in 3D)	Naneun Wang (I Am the King)	Ender's Game	Frankenweenie	Niko 2 - Lentäjäväl jekset (Finlandia Alemania Dinamarca - Irlanda)	La vida precoz y breve de Sabina Rivas	Tinker Bell - The Secret Of The Wings	Hysteria
66	The Cabin in the Woods	Spy Kids: All the Time in the World	Sinister	Ghost Rider: Spirit of Vengeance	Resident Evil: Retribution	Parker	Hope Springs	Ernest & Celestine	The Descendants	What to Expect When You're Expecting	Mirror Mirror
67	A Haunted House	Total Recall (2012)	Xingu	Man on a Ledge	The Hunger Games	La migliore offerta (The Best Offer)	Salmon Fishing in the Yemen	African Cats	Safe House	Hope Springs	Contraband
68	Olympus Has Fallen	Extraños en la noche	The Artist	The Lucky One	Titanic 3D	Runner Runner	The Possession	The Descendants	Aquí Entre Nos	The Watch	Moonrise Kingdom
69	V/H/S	Emergo (Apartment 143)	ParaNorman	The Iron Lady	Looper	Pain and Gain	Contraband	L'amour dure trois ans	Después de Lucía (After Lucia) México Francia	The Possession	The Campaign
70	Arbitrage	The Bourne Legacy	Heleno	Hope Springs	Man on a Ledge	The Mortal Instruments: City of Bones	Savages (2012)	Star Wars: Episode I - The Phantom Menace (in 3D)	The Lucky One	Jack and Jill	Kat of Me y Perry: Part
71	The Last Exorcism Part II	J. Edgar	Spy Kids: All the Time in the World	The Vow	Snow White and the Huntsman	Side Effects (2013)	Sinister	War Horse	El cielo en tu Mirada	Un monstre à Paris	The Darkest Hour
72	The Internship	Intouchables	E a Vida Continua...	The Help	Pieta	Tesis De Un Asesinato	Una pistola en cada mano	Safe House	Argo	Underworld Awakening	My Week with Marilyn
73	We're the Millers	Todos tenemos un plan (Everybody Has a Plan)	Paraísos artificiales	The Watch	Dark Shadows	Gangster Squad	The Girl with the Dragon Tattoo (2011)	Nous York	[REC] 3: Génesis	The Grey	Abraham Lincoln: Vampire Hunter

74	La reconstrucción	Ghost Rider: Spirit of Vengeance	Safe House	Extremely Loud & Incredibly Close	Mirror Mirror	Pitch Perfect	Step Up Revolution	Sammy's Adventures 2	The Pirates! Band of Misfits	Seven Psychopaths (UK EEUU)	Dolphin Tale
75	Star Trek Into Darkness	The Girl with the Dragon Tattoo (2011)	Frankenweenie	Beauty and the Beast (3D)	Miss Go Project	Venuto al mondo (Italia España Croacia)	Promoción fantasma (Ghost Graduation)	Tinker, Tailor, Soldier, Spy	Silent Hill: Revelation 3D	StreetDance 2	Star Wars: Episode I - The Phantom Menace (in 3D)
76	The Purge	A Dangerous Method	2 Coelhos	The Pirates! Band of Misfits	Papa (2012)	The Purge	The Pirates! Band of Misfits	Mes héroes	Cloud Atlas	Keith Lemon: The Film	The Artist
77	White House Down	Chronicle (2012)	The Outback	The Innkeepers	The Girl with the Dragon Tattoo (2011)	The Internship	Ghost Rider: Spirit of Vengeance	Dr. Seuss' The Lorax	The Watch	Ghost Rider: Spirit of Vengeance	Killing Them Softly
78	Escape From Planet Earth	Abraham Lincoln: Vampire Hunter	On the Road	Argo	Zambezia	Amour	Killing Them Softly	The Lion King (in 3D)	To Rome with Love	Beauty and the Beast (3D)	Diana Vreeland: The Eye Has to Travel
79	The Counselor	War Horse	One For the Money	The Awakening	Detective Conan: The Eleventh Striker	Red 2	Chronicle (2012)	Resident Evil: Retribution	Extremely Loud & Incredibly Close	Top Cat (Mexico - Argentina)	Jodaeiye Nader az Simin (A Separation)
80	Las aventuras de Tadeo Jones	ParaNorman	The Vow	The Raven	Lockout	Rush (2013)	Paranormal Activity 4	Radiostars	The Ward (2011)	The Lucky One	The Way
81	Gangster Squad	Néstor Kirchner, la película	The Reef 2: High Tide	The Tree of Life	Pacemaker	Identity Thief	The Cold Light of Day	The Tall Man	Girl in Progress	Rock of Ages	Margin Call
82	21 and Over	Looper	Man on a Ledge	Seeking Justice	The Expendables 2	Combustion	Dans la maison (In the House)	The Iron Lady	Sinister	Killing Softly Them	Searching for Sugar Man
83	Jurassic Park (3D)	The Collection	The Darkest Hour	A Dangerous Method	Abu Wang (King Of Flattery)	The Place Beyond the Pines	Katmandú, un espejo en el cielo	Ghost Rider: Spirit of Vengeance	The Artist	Step Up Revolution	The Grey
84	Jack Reacher	Esperando la carroza (2012 re-release)	Chernobyl Diaries	21 Jump Street	Chronicle (2012)	Safe Haven	Fin (The End)	Amour (Francia Alemania - Austria)	Get the Gringo	We Bought a Zoo	Les femmes du 6ème étage
85	Quartet	Star Wars: Episode I - The Phantom Menace (in 3D)	21 Jump Street	What to Expect When You're Expecting	Doogaeui Dal (Two Moon)	The Counselor	The Pelayos (Winning Streak)	Seeking Justice	The Grey	The Pact	The Watch
86	Cirque Du Soleil: Worlds Away	La pelea de mi vida	The Raven	The Ides of March	Niko 2 Lentäjäväljek - set	Before Midnight	The Lucky One	The Impossible	Rock of Ages	Man on a Ledge	The Angels' Share
87	Caídos del mapa	The Apparition	Arbitrage	The Grey	Abraham Lincoln: Vampire Hunter	R.I.P.D.	Star Wars: Episode I - The Phantom Menace (in 3D)	We Bought a Zoo	Spy Kids: All the Time in the World	Abraham Lincoln: Vampire Hunter	Arbitrage
88	About Time	Killing Them Softly	Billi Pig	The Odd Life of Timothy Green	Museowoon Yiyagi (Horrible Story)	Warm Bodies	That's My Boy	Du vent dans mes mollets	Emergo (Apartment 143)	The Sitter	A Royal Affair
89	Warm Bodies	[REC] 3: Génesis	A Dangerous Method	Savages (2012)	Namyeong Dong 1985	A Late Quartet	Safe (2012)	Lockout	J. Edgar	House at the End of The Street	A Few Best Men
90	You're Next	The Ides of March	Star Wars: Episode I - The Phantom Menace (in 3D)	The Campaign	Gekijouban Pokketo monsutā Besuto wisshu 2012 (Pokemon: Best Wishes 2012)	Hitchcock	The Double	Underworld Awakening	Monsters, Inc. (in 3D)	The Campaign	Safe (2012)
91	Red 2	The Lucky One	War Horse	The Lady	Midnight in Paris	You're Next	This Means War	Abraham Lincoln: Vampire Hunter	Man on a Ledge	Frankenweenie	The Door (2012)
92	I'm So Excited	The Grey	Chronicle (2012)	11-11-2011	Dangerous Liaisons (2012)	The Master	The Devil Inside	To Rome with Love	21 Jump Street	Haywire	Tinker Bell - The Secret Of The Wings

93	Jobs	The Raven	Jodaeiye Nader az Simin (A Separation)	Trouble with the Curve	Eumchi Clinic (Tone-Deaf Clinic)	The Haunting in Connecticut 2: Ghosts of Georgia	Playing for Keeps	Une vie meilleure	That's My Boy	The Perks of Being a Wallflower	La fille du puisatier (The Well Digger's Daughter)
94	The Big Wedding	House at the End of The Street	Get the Gringo	Mao's Last Dancer	The Grey	Snitch	Monsieur Lazhar	Savages (2012)	Morgana	Great Expectations (UK -USA)	Comme un chef (The Chef)
95	Movie 43	This Means War	Finding Nemo (in 3D)	Dredd	Dr. Seuss' The Lorax	Doraemon Himitsu No Dogu Museum	Blancanieves	Adieu Berthe - L'enterrement de mémé	Red Lights (2012) (España - USA)	Project X	Ghost Rider: Spirit of Vengeance
96	Beautiful Creatures (2013)	El Último Elvis	Katy Perry: Part of Me	The Best Exotic Marigold Hotel	Okami kodomo no ame to yuki	Cloud Atlas	Trespass (2011)	The Angels' Share	War Horse	Contraband	Alex Cross
97	2 Guns	Extremely Loud & Incredibly Close	The Lucky One	Friends with Kids	Ted	One Direction: This is Us	The Grey	The Woman in Black	Contraband	Intouchables	Jack and Jill
98	The Heat	The Best Exotic Marigold Hotel	Breaking Wind	Habemus Papam (We Have a Pope)	Papa	The Tall Man	La délicatesse	Les adieux à la reine (Farewell, My Queen) Francia - España	The Odd Life of Timothy Green	Shame	Monsieur Lazhar
99	Zero Dark Thirty	Trouble with the Curve	Seeking Justice	Margin Call	Neverending Story	Last Vegas	Astérix et Obélix: Au service de Sa Majesté	Thérèse Desqueyroux	The Iron Lady	Moonrise Kingdom	The Ides of Marc
100	The Host (2013)	Seven Psychopaths	The Grey	The Whistleblower	Momo e no tegami (A Letter to Momo)	Jobs	Le prénom	Lawless	The Raven (USA Hungría España)	The Angels' Share	Housefull 2

Fuente: Elaboración propia a partir de la nacionalidad de las películas recogidas en Boxoffice Mojo.com una compañía de IMDb, año 2012 (y 2013 para el caso de España y Argentina).

IX. BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN

A continuación, se enuncia la relación de fuentes de información que han servido para la elaboración del estudio, tales como leyes y documentos emitidos por organismos oficiales, estadísticas del sector, bases de datos, publicaciones o informes nacionales e internacionales, identificadas para cada uno de los países analizados.

CHILE

Legislación

Ley sobre Fomento Audiovisual. Disponible en web: <http://www.programaibermedia.com/wp-content/uploads/2013/06/Chile-Ley-19.981Sobre-fomento-del-audiovisual.pdf?35d0bf> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013).

Decreto 151 de Fondo de Fomento Audiovisual. Disponible en web: <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=241853&idParte=0> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013).

Ley 20.675, modifica Ley de Donaciones Culturales. Disponible en web: <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1051339&idVersion=2014-01-01> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013).

Estadísticas, informes, publicaciones

III Panorama del Sector Audiovisual Chileno, Facultad de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica de Chile (2013). Valerio Fuenzaliza y Johanna Whittle (editores) (fecha de consulta: 25 de noviembre del 2013).

WHY NOT?, Política industrial para el audiovisual chileno (2012). Bruno Bettati (fecha de consulta: 25 de noviembre del 2013).

Distribución de Espectadores y Recaudación por Procedencia y Nacionalidad: películas exhibidas periodo 2001-2012. Informe facilitado por el Consejo Nacional de las Culturas y las Artes (CNCA) (fecha consulta: 4 de febrero del 2014).

Reporte Estadístico nº 18: CINE. Disponible en web: <http://www.cultura.gob.cl/reportecine/reportecine.pdf> (fecha de consulta: 25 de noviembre del 2013)

Reporte Estadístico nº 16: REGIONES. Disponible en web: <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/Reporte-Estad%C3%ADstico-N%C2%B016-Regiones.pdf> (fecha de consulta: 25 de noviembre

del 2013).

Cultura y Tiempo Libre. Disponible en web: <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2013/11/anuario-cultura-2012.pdf> (fecha de consulta: 25 de noviembre del 2013).

Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural. Disponible en web: <http://www.cultura.gob.cl/estudios/estadisticas-culturales/> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013).

El cine en Chile en el año 2011. Disponible web: http://www.caem.cl/files/El_cine_en_Chile_en_el_2011_Mayo_2012.pdf (fecha de consulta: 27 diciembre del 2013).

ARGENTINA

Legislación

Ley n° 17.741 de Fomento y Regulación de la Actividad Cinematográfica de 30 de mayo de 1968. Disponible en web: <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/17938/norma.htm> (fecha de consulta: 20 de diciembre del 2013)

Decreto n° 1405/73 desarrolla lo dispuesto por la Ley n° 17.741 en materia de reserva de cuota de pantalla. Disponible en web: <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/95000-99999/96178/norma.htm> (fecha de consulta: 20 de diciembre del 2013)

Resolución n° 1076/2012 del INCAA que establece la Cuota de Pantalla. Disponible en web: <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/195000-199999/198398/norma.htm> (fecha de consulta: 20 de diciembre del 2013)

Estadísticas, informes, publicaciones y ayudas

Instituto Nacional del Cine y Artes Visuales (INCAA). Disponible en web: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8685.htm (fecha de consulta: 20 de diciembre del 2013)

Cuestionario Guía para el Seminario Internacional de Políticas Públicas de Fomento del Audiovisual, 2011 (fecha de consulta: 20 de diciembre del 2013)

Anuario de la Industria del Cine 2009, 2010, 2011, 2012. Disponible en web: http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/index_publicaciones.htm (fecha de consulta: 27 de enero de del 2014)

Informe Trimestral de la Industria Cinematográfica y Audiovisual Argentina (Primer Trimestre del 2013), desarrollado por el INCAA. Disponible en web: http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/images/Anuarios/informe_trimestral_gerencia_de_fiscalizacion_1_trim_2013.pdf (fecha de consulta: 20 de diciembre del 2013)

Programa para fomento del cine nacional Espacios INCAA. Disponible en web: <http://espacios.incaa.gov.ar/> (fecha de consulta: 20 de diciembre del 2013)

Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica (ENERC). Disponible en web: <http://www.enerc.gov.ar/> (fecha de consulta: 20 de diciembre del 2013)

Noticia: “Los jóvenes solo ven cine argentino de media una vez al año”. Disponible en web: <http://www.escribiendocine.com/noticia/0007435-industria-un-informe-revela-que-los-jovenes-solo-ven-cine-argentino-una-vez-al-ano> (fecha de consulta: 20 de diciembre del 2013)

Noticia: “Estrenos alternativos argentinos no alcanzan la cifra de 200.000 espectadores en 2012”. Disponible en web: <http://marianoliveros.wordpress.com/2013/03/20/cine-argentino-2012-informe-final-documentales-alternativo/> (fecha de consulta: 20 de diciembre del 2013)

BRASIL

Legislación

Lei nº 8.685 del 20 de julio de 1993 para el Fomento de la Actividad Audiovisual del 20 de julio de 1993. Disponible en web: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8685.htm (fecha de consulta: 20 de diciembre del 2013)

Lei nº 8.313/91 del 23 de diciembre de 1991, conocida como la Ley Rouanet. Disponible en web: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8313cons.htm (fecha de consulta: 20 de diciembre del 2013)

Lei nº 12.761, del 27 de dezembro del 2012, Programa Cultura del Trabajador. Disponible en web: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Ato2011-2014/2012/Lei/L12761.htm (fecha de consulta: 20 de diciembre del 2013)

Medida provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro del 2001, Principios generales de la política general del cine. Disponible en web: <http://publique.ancine.gov.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?inford=5631&sid=67> (fecha de consulta: 20 de diciembre del 2013)

Instrução normativa nº 67, de 18 de dezembro del 2007, Obligación y

cumplimiento de exhibición de películas brasileñas. Disponible en web: <http://publique.ancine.gov.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=9321&sid=808> (fecha de consulta: 20 de diciembre del 2013)

Estadísticas, informes, publicaciones y ayudas

Agência Nacional do Cinema (ANCINE). Disponible en web: <http://www.ancine.gov.br/> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA), publicado por Ancine. Disponible en web: http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/dados_gerais_do_mercado_audiovisual_brasileiro_2012.pdf (fecha de consulta: 27 de enero del 2014)

Mercado brasileiro e as políticas públicas para o desenvolvimento da atividade audiovisual, publicado por Ancine. Disponible en web: <http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/apresentacoes/Brasil.pdf> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro, publicado por ISSUU. Disponible en web: http://issuu.com/oca_ancine/docs/anuario_2012 (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Informe de Acompanhamento do Mercado. Segmento de Salas de Exibição- 3º trimestre del 2013, publicado por Ancine. Disponible en web: <http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/Informes/2013/3-trimestral.pdf> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Artículo: “El cine en el Mercosur”. Disponible en web: <http://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=18&ved=0CGoQFjAHOAo&url=http%3A%2F%2Fwww.temasydebates.unr.edu.ar%2Findex.php%2Ftyd%2Farticle%2Fdownload%2F63%2F62&ei=jt6hUqjDaPU0QWN2YHgAg&usg=AFQjCNFM2McMzJmGmzk7q43w35Fd23tcTQ&sig2=oc-3GOA-4aOsc6kdSACHdA&bvm=bv.57752919.d.d2k> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Fundo Setorial do Audiovisual (FSA). Disponible en web: <http://fsa.ancine.gov.br/> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Proyecto Subsídio ao ingresso gratuito de filmes brasileiros para população de baixa renda. Disponible web: <http://iccb.org.br/subsidio.html> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Salas de cine “Microcine Bonsucesso”. Disponible web: <http://www.microcine.com.br/> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Bono Cultura o Vale Cultura: sistema de subsidios.

Programa Cinema Perto de Você: apoyo y financiación por parte de Ancine. Disponible en web: <http://www.ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/programa-cinema-perto-de-voc-aprova-financiamento-de-r-1685-milh-es-para-cons> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Programa Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Brasileiro (Prodecine). Disponible en web: <http://fsa.ancine.gov.br/programas/prodecine> (fecha de consulta: 22 de noviembre del 2013)

Festivales y premios otorgados por Ancine. Disponible en web: <http://www.ancine.gov.br/> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

COLOMBIA

Legislación

Ley 814 del 2003 para el Fomento de la Actividad Cinematográfica, conocida como Ley del Cine. Disponible en web: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=8796> (fecha de consulta: 10 de enero del 2014)

Ley 397 de 1997 de la Cultura sobre estímulos a la cultura, fondos y patrimonio cultural. Disponible en web: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=337> (fecha de consulta: 10 de enero del 2014)

Estadísticas, informes, publicaciones y ayudas

Proimagenes Colombia. Disponible en web: <http://www.proimagenescolombia.com/> (fecha de consulta: 10 de enero de 2014)

Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC). Disponible en web: http://www.proimagenescolombia.com/secciones/fdc/que_es_el_fdc.php (fecha de consulta: 10 de enero del 2014)

Anuario estadístico del Cine Colombiano 2012. Disponible en web: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/estadisticas-del-sector/Documents/Anuario%202012.pdf> (fecha de consulta: 10 de enero del 2014)

Evolución del Mercado Cinematográfico en Colombia, realizado por Proimagenes. Disponible en web:

http://proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/2013_2/espanol/index.html (fecha de consulta: 27 de enero del 2014)

Opinión de CAEM (Cámara de Exhibidores multisalas de Chile) sobre los Sistemas de Cuotas de Pantalla. Disponible en web: <http://caem.cl/Documentos/Opini%F3n%20CAEM%20-%20Sistema%20de%20Cuotas%20de%20Pantalla%20%2818%20mayo%202007%29.pdf> (fecha de consulta: 10 de enero del 2014)

Quinto Boletín de Estadísticas Cinematográficas, realizado por Proimagenes. Disponible en web: http://proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/2013_2/espanol/5-informe-especial.html (fecha de consulta: 10 de enero del 2014)

Impacto Económico del Sector Cinematográfico Colombiano, dirección de cinematografía del Ministerio de Cultura. Disponible en web: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/herramientas-y-utilidades/publicaciones/Documents/Publicaciones%20%20-%20Impacto%20economico%20cinematografico.pdf> (fecha de consulta: 10 de enero del 2014)

Convocatoria de estímulos 2013. Disponible en web: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/Paginas/Convocatoria-de-Est%C3%ADmulos.aspx> (fecha de consulta: 10 de enero del 2014)

Convocatoria de estímulos automáticos 2013. Disponible en web: <http://www.proimagenescolombia.com/bajarDoc.php?tl=1&per=476> (fecha de consulta: 10 de enero del 2014)

Convocatoria de estímulos por concurso 2013. Disponible en web: http://www.proimagenescolombia.com/secciones/fdc/convocatorias/estimulos_concurso.php (fecha de consulta: 10 de enero del 2014)

Programas de Formación. Disponible en web: http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/programas_formacion/programas_formacion.php (fecha de consulta: 10 de enero del 2014)

Comisión Fílmica Colombiana. Cuota o instrumento de financiación tributaria. Disponible en web: http://www.locationcolombia.com/secciones/guia_de_produccion/estimulos_tributarios.php (fecha de consulta: 10 de enero del 2014)

Noticia: "Crecimiento del cine colombiano y su futuro". Disponible en web: http://bogota.vive.in/cine/bogota/articulos_cine/septiembre2011/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_VIVEIN-10339006.html (fecha de consulta: 10 de enero del 2014)

2014)

Noticia: "Impopularidad del cine en Colombia". Disponible en web: <http://www.elespectador.com/noticias/cultura/articulo-386516-cine-colombia-crece-impopularidad> (fecha de consulta: 10 de enero del 2014)

Impacto Económico del Sector Cinematográfico Colombiano, Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura. Disponible en web: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/herramientas-y-utilidades/publicaciones/Documents/Publicaciones%20%20-%20Impacto%20economico%20cinematografico.pdf> (fecha de consulta: 10 de enero del 2014)

COREA DEL SUR

Legislación

Copyright Act. Disponible en web: <http://www.moleg.go.kr/english/korLawEng?pstSeq=52683&rctPstCnt=3&searchCondition=AllButCsfCd&searchKeyword=copyright> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Film Promotion Law, Act 5129 de 1996. Disponible en web: www.law.go.kr/%EB%B2%95%EB%A0%B9/%EC%98%81%ED%99%94%20%EB%B0%8F%20%EB%B9%84%EB%94%94%EC%98%A4%EB%AC%BC%EC%9D%98%20%EC%A7%84%ED%9D%A5%EC%97%90%20%EA%B4%80%ED%95%9C%20%EB%B2%95%EB%A5%A0 (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos. Disponible en web: <http://www.ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements/korus-fta/final-text> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Estadísticas, informes, publicaciones y ayudas

Korean Film Council (KOFIC). Disponible en web: <http://www.koreanfilm.or.kr/jsp/index.jsp> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Film Development Fund (FDF). Disponible en web: <http://www.fdc.gov.hk/en/services/services2.htm> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Korean Cinema 2012, publicado por el Korean Film Council (KOFIC).

Audiovisual Services in Korea. Market Development and Policies. Disponible

en web: <http://www.adbi.org/files/2012.04.16.wp354.audiovisual.services.korea.pdf>
(fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Behind the Korean Broadcasting Boom, NHK Broadcasting Studies 2008
Nº6. Disponible en web: http://www.nhk.or.jp/bunken/english/reports/pdf/08_no6_10.pdf (fecha de
consulta: 27 de diciembre del 2013)

Korean Cinema Today, Vol. 17, publicado por el Korean Film Council
(KOFIC). Disponible en web: <http://www.koreanfilm.or.kr/jsp/publications/kct.jsp>
(fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Centro de Medios de Seúl del KOFIC. Disponible en web:
<http://www.koreanfilm.or.kr/jsp/kofic/intro.jsp> (fecha de consulta: 27 de diciembre
del 2013)

Programas de formación del KOFIC. Disponible en web:
http://www.koreanfilm.or.kr/jsp/news/kofic_news.jsp?pageIndex=17&blbdComCd=601007&seq=689&mode=VIEW&returnUrl=&searchKeyword= (fecha de consulta 27
de diciembre del 2013)

Programas de negocio del KOFIC. Disponible en web:
<http://www.koreanfilm.or.kr/jsp/kofic/intro.jsp> (fecha de consulta: 27 de diciembre
del 2013)

ESPAÑA

Legislación

Ley del Cine 55/2007 del 28 diciembre. Disponible en web:
http://www.mcu.es/archivoswebmcu/LegislacionConvenio/legislacion/rcl_2007_23_84_ley_55_20071228.pdf (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Estadísticas, informes, publicaciones y ayudas

Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA). Disponible
en web: <http://www.mcu.es/cine/> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Guía Legal de la Financiación del Cine en España, Ediciones Instituto de
Autor (2011). Director Franz Ruz. *Plan Estratégico General para el periodo 2012-2015*,
Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Disponible en web:
http://www.cultura.gob.es/principal/docs/novedades/2012/PlanEstrategicoGeneral_2012-2015.pdf (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

El Cine y el Video en Datos y Cifras, 2008, 2009, 2010, 2011 y 2012. Disponible

en web: http://www.mcu.es/cine/docs/MC/CDC/2012/presentacion_V2.pdf (fecha de consulta: 27 de enero del 2014)

Datos cinematográficos generales del cine español en 2012. Disponible en web: <http://www.mcu.es/cine/MC/CDC/Anio2012/CineResumen.html> (fecha de consulta: 27 de enero del 2014)

ICAA. *Nº Estrenos 2008-2012.* Datos facilitados por Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA). (Fecha de consulta: 27 de enero del 2014)

Resolución de 14 de marzo del 2013, Convocatoria a las ayudas a la amortización, Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA). Disponible en web: http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2013-3181 (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Resolución de 5 de agosto del 2011, Convocatoria a las ayudas para proyectos culturales y de formación no reglada. Disponible en web: <http://www.mcu.es/ayudasSubvenciones/docs/cine/ProyectosCulturalesEstudiosNoRegladosConv2011.pdf> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Largometrajes españoles con mayor recaudación en 2012. Disponible en web: <http://www.mcu.es/cine/MC/CDC/Anio2012/CinePelículasEspañolas.html> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Clasificación de espectadores por meses en 2012. Disponible en web: <http://www.mcu.es/cine/MC/CDC/Anio2012/CineEspectadoresMeses.html> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Evento Fiesta del Cine. Disponible en web: <http://www.ideal.es/granada/20131023/gente/crecen-espectadores-cinefilos-la-fiesta-del-cine-201310231825.html> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

FRANCIA

Legislación

Code du cinéma et de l'image animée. Disponible en web: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000020908868> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Loi 86-1067 du 30 septembre 1986, modifiée relative à la liberté de communication. Disponible en web: <http://www.cnc.fr/web/fr/lois/-/editoriaux/37311> (fecha de consulta: 8 enero del 2014)

Code de la Propriété Intellectuelle. Disponible en web:

<http://www.cnc.fr/web/fr/lois/-/editoriaux/36689> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Code de Commerce. Disponible en web: <http://www.cnc.fr/web/fr/lois/-/editoriaux/38032> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Estadísticas, informes, publicaciones y ayudas

Centre National du cinéma et de l'image animée (CNC). Disponible en web: <http://www.cnc.fr/web/fr;jsessionid=2AD69AE29DCC572A77602A28887A68C9.liferay> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

CNC Dossiers nº 326 – May 2013. Disponible en web: <http://www.cnc.fr/web/fr/publications/-/ressources/3610852> (fecha de consulta: 27 de enero del 2014)

CNC, Fréquentation des films en salle en 2012". Disponible en web: <http://www.cineclubdecaen.com/analyse/economie/cteconomie.htm> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT). Disponible en web: http://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/gatt47.pdf (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Ayudas CNC a la distribución y exhibición. Disponible en web: <http://www.cnc.fr/web/fr/promouvoirdiffuser;jsessionid=57D2966CD17EC54712B50B>
[C84E6CA209.liferay?p_p_id=56_INSTANCE_e1Pr&p_p_lifecycle=0&p_p_state=pop_up](http://www.cnc.fr/web/fr/promouvoirdiffuser;jsessionid=57D2966CD17EC54712B50B)
[&p_p_mode=view&p_p_col_id=column1&p_p_col_count=1&_56_INSTANCE_e1Pr_str](http://www.cnc.fr/web/fr/promouvoirdiffuser;jsessionid=57D2966CD17EC54712B50B)
[uts_action=%2Fjournal_content%2Fview&_56_INSTANCE_e1Pr_groupId=18&_56_IN](http://www.cnc.fr/web/fr/promouvoirdiffuser;jsessionid=57D2966CD17EC54712B50B)
[STANCE_e1Pr_articleId=41801&_56_INSTANCE_e1Pr_viewMode=print](http://www.cnc.fr/web/fr/promouvoirdiffuser;jsessionid=57D2966CD17EC54712B50B) (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Guide Image à voir - Image à faire. Guide de l'image animée en milieu pénitentiaire. Disponible en web: www.resonance-culture.fr (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Informes estadísticos elaborados por el CNC sobre temas como exportación, exhibición o datos internacionales. Disponibles en web: <http://www.cnc.fr/web/en/statistics> (fecha de consulta: 8 de enero 2014)

Asociaciones de alfabetización audiovisual:

La ligue de l'enseignement. Disponible en web: www.laligue.org (fecha de consulta: 8 de enero 2014)

Retour d'image. Disponible en web: www.retourimage.org (fecha de consulta: 8 de enero 2014)

Kyrnéa international. Disponible en web: www.kyrnea.com (fecha de consulta: 8 de enero de 2014)

Toiles enchantées. Disponible en web: <http://www.lestoilesenchantees.com/> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Ciné-ma Différence. Disponible en web: www.cinemadifference.com (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Formación de Audiencias CNC:

Collège au cinéma. Disponible en web: <http://www.cnc.fr/web/fr/college-au-cinema> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

École et cinéma. Disponible en web: <http://www.cnc.fr/web/fr/ecole-et-cinema> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Ayudas automáticas:

Soutien automatique à la distribution. Disponible en web: <http://www.cnc.fr/web/fr/soutien-automatique-a-la-distribution> (fecha de consulta: 8 enero del 2014)

Ayudas a la distribución:

Aide sélective à la distribution - 1er collège (films inédits). Disponible en web : <http://www.cnc.fr/web/fr/aide-selective-a-la-distribution-de-films-ineditS> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Aide sélective à la distribution - 2e collège (films de répertoire). Disponible en web: <http://www.cnc.fr/web/fr/aides-selectives-a-la-distribution-de-films-de-repertoire> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Aide sélective à la distribution - 3e collège (films pour le jeune public). Disponible en web: <http://www.cnc.fr/web/fr/aide-selective-a-la-distribution-de-films-pour-le-jeune-public> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Canal+. Disponible en web: <http://www.cnc.fr/web/fr/contribution-canal-a-la-distribution-de-films-en-salles> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Ayudas automáticas a la explotación:

Soutien automatique à l'exploitation. Disponible en web:
<http://www.cnc.fr/web/fr/soutien-automatique-a-l-exploitation> (fecha de consulta:
8 de enero del 2014)

Ayudas al mantenimiento y equipamiento de salas de cine.

Disponible en web:
http://www.cnc.fr/web/fr/cinema?p_p_id=listeaidesWARlisteaidesportletINSTANCE_sD1z&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-6&p_p_col_pos=1&p_p_col_count=2&listeaidesWARlisteaidesportletINSTANCE_sD1z_sousSecteurId=10372 (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Avance sur recettes. Disponible en web:
<http://www.cnc.fr/web/fr/avance-sur-recettes-avant-realisation> (fecha de consulta:
8 de enero del 2014)

MÉXICO

Legislación

Ley Federal de la Cinematografía del 29 de diciembre de 1992. Disponible en web: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/103.pdf> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía del 29 de marzo 2001. Disponible en web:
http://www.sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/7dc3f003-329b-42ba-abb3-b7921ad2eda6/reglamento_ley_fed_cinematografia.htm (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Ley de Fomento al Cine Mexicano en el Distrito Federal. Disponible en web:
<http://www.cultura.df.gob.mx/procinedf/transparencia/leyfomentoalcine.pdf> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Estadísticas, informes, publicaciones y ayudas

Instituto Mexicano de Cinematografía. Disponible en web:
<http://www.imcine.gob.mx/> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (Fidecine). Disponible en web:
<http://www.imcine.gob.mx/media/31724.pdf> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Fideicomiso de Promoción y Desarrollo del Cine Mexicano en el Distrito

Federal (Procinedf). Disponible en web: http://www.cultura.df.gob.mx/procinedf/index.php?option=com_content&view=featured&Itemid=435 (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (Foprocine). Disponible en web: <http://www.imcine.gob.mx/foprocine.html> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Anuario estadístico de cine mexicano 2012. Disponible en web: <http://www.imcine.gob.mx/informes-imcine.html> (fecha de consulta: 27 de enero del 2014)

Informe Sexenal de Imcine, 2007-2012. Disponible en web: <http://imcine.gob.mx/informe2012/> (fecha de consulta: 27 de enero del 2014)

El impacto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte en la industria audiovisual mexicana. Disponible en web: http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4197/rgg1de1.pdf;jsessionid=73115049_2A877DB9C08BC061ADD7070D.tdx2?sequence=1 (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Opinión de CAEM sobre los Sistemas de Cuotas de Pantalla. Disponible en web: <http://caem.cl/Documentos/Opini%F3n%20CAEM%20-%20Sistema%20de%20Cuotas%20de%20Pantalla%20%2818%20mayo%202007%29.pdf> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Estudios sobre el consumo y percepción del cine mexicano, realizados por Imcine. Disponibles en web: <http://www.imcine.gob.mx/consumo-y-percepcin-del-cine-mexicano.html> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Estudios sobre distribución y exhibición cinematográfica, realizados por Imcine. Disponibles en web: <http://www.imcine.gob.mx/distribucin-y-exhibicin-cinematogrifica.html> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Reglas de Operación e indicadores de gestión y evaluación del Fondo de Inversión y Estímulos al Cine. Disponible en web: <http://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CDsQFjA&url=http%3A%2F%2Fwww.funcionpublica.gob.mx%2Fscagp%2Fdgorcs%2Freglas%2F2007%2F11%2520SEP%252007%2F11-26%2520SEP%252006%2520FIDECINE%2520ROP%2520140906.doc&ei=kiGOUvOrN-PE0QXOhYCIBQ&usg=AFQjCNH-Q1xEcga20hPs-Yxfs6m1kR0dw&sig2=tmQpdcAIKBKc8aVklp5wcv> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Espacio Académico IMCINE. Disponible en web: <http://www.imcine.gob.mx/espacios-academicos.html> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Beneficios a la Distribución de películas cinematográficas nacionales. Disponible en web: http://www.conaculta.gob.mx/financiamiento_beneficios_2012/ (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Secretaría de educación pública. Reglas de operación e indicadores de gestión y evaluación del fondo para la producción cinematográfica de calidad. Disponible en web: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:1n3lhNUPxoJ:www.funcionpublica.gob.mx/scagp/dgorcs/reglas/2008/11%2520SEP%252008/11-02%2520SEP%252006%2520FOPROCINE%2520ROP%2520140906.doc+&cd=5&hl=es&ct=clnk&gl=es> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

NUEVA ZELANDA

Legislación

New Zealand Film Commission Act 1978. Disponible en web: <http://www.legislation.govt.nz/act/public/1978/0061/latest/DLM22640.html> (fecha de consulta: 13 de enero del 2014)

Films, Videos, and Publications Classification Act 1993. Disponible en web: <http://www.legislation.govt.nz/act/public/1993/0094/latest/DLM312895.html> (fecha de consulta: 13 de enero del 2014)

The Large Budget Screen Production Grant (LBSPG). Disponible en web: <http://www.nzfilm.co.nz/sites/nzfc/files/LBSPG%20Criteria%20October%202013%20FINAL.pdf> (fecha de consulta: 13 de enero del 2014)

Estadísticas, informes, publicaciones y ayudas

New Zealand Film Commission (NZFC). Disponible en web: <http://www.nzfilm.co.nz/> (fecha de consulta: 13 de enero del 2014)

Informe NZMPIC Audience Research October 2012. Disponible en web: <http://www.nzfilm.co.nz/sites/nzfc/files/NZMPIC%20Audience%20Research%20October%202012.pdf> (fecha de consulta: 13 de enero del 2014)

Screen Production Incentive Fund (SPIF). Disponible en web: http://www.nzfilm.co.nz/sites/nzfc/files/Screen%20Production%20Incentive%20Fund%20Criteria%20October%202013%20FINAL_0.pdf (fecha de consulta: 13 de

enero de 2014)

Programa Mediasphere. Disponible en web:
<http://www.filmarchive.org.nz/mediasphere/> (fecha de consulta: 13 de enero del 2014)

New Zealand Film Archive. Disponible en web:
<http://www.filmarchive.org.nz/> (fecha de consulta: 13 de enero del 2014)

Acuerdo entre el Estado neozelandés y las compañías Lightstorm y Twentieth Century Fox. Disponible en web: <http://www.europapress.es/cultura/cine-00128/noticia-james-cameron-rodara-secuelas-avatar-nueva-zelanda-20131216113547.html> (fecha de consulta: 13 de enero del 2014)

Fondo PVD (Post, Digital and Visual Effects). Disponible en web:
<http://www.nzfilm.co.nz/funding/feature-films/post-production-funding/post-digital-and-visual-effects-grant> (fecha de consulta: 13 de enero del 2014)

Large Budget Screen Production Grant (incorporating the Post, Digital and Visual Effects Grant) Disponible en web:
<http://www.nzfilm.co.nz/sites/nzfc/files/LBSPG%20Criteria%20October%202013%20FINAL.pdf> (fecha de consulta: 13 de enero del 2014)

Feature Film Finishing Grant. Disponible en web:
<http://www.nzfilm.co.nz/funding/feature-films/post-production-funding/feature-film-finishing-grant> (fecha de consulta: 13 de enero del 2014)

New Zealand Motion Picture Distributors' Association, 2013. Disponible en web: <http://www.mpda.org.nz/reports/weekly> (fecha de consulta: 13 de enero del 2014)

Ayudas para los Cortometrajes. Disponible en web:
<http://www.nzfilm.co.nz/funding/short-films> (fecha de consulta: 13 de enero del 2014)

Screen Industry Survey 2011/2012. Disponible en web:
http://www.stats.govt.nz/browse_for_stats/industry_sectors/film_and_television/ScreenIndustrySurvey_HOTP11-12.aspx (fecha de consulta: 13 de enero del 2014)

Cinema market 2005-2010. Disponible en web:
http://www.screenvistas.co.nz/admission_trends (fecha de consulta: 13 de enero del 2014)

Recaudación semanal en caja: Disponible en web:
http://www.screenvistas.co.nz/weekly_statistics (fecha de consulta: 13 de enero del 2014)

REINO UNIDO

Legislación

Cinema Legislation. Disponible en web: <http://www.screenonline.org.uk/film/id/790188/index.html> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Content Legislation. Disponible en web: <http://www.screenonline.org.uk/film/id/790199/index.html> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Financial legislation. Disponible en web: <http://www.screenonline.org.uk/film/id/1011995/index.html> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Cinematograph Films Act de 1948. Disponible en web: http://www.terramedia.co.uk/reference/law/UK_media_law/cinema_and_film_laws.htm#CinematographFilms1948 (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Films Act de 1985. Disponible en web: http://www.terramedia.co.uk/reference/law/UK_media_law/FilmsAct1985.htm (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Estadísticas, informes, publicaciones y ayudas

British Film Institute (BFI). Disponible en web: <http://www.bfi.org.uk/> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Statistical Yearbook 2013. Disponible en web: <http://www.bfi.org.uk/> (fecha consulta: 27 de enero del 2014)

Using films in schools. Disponible en web: http://old.bfi.org.uk/education/teaching/using_film_in_schools.pdf (fecha de consulta: 27 de diciembre de 2013)

The Economic Impact of the UK Film Industry. Disponible en web: <http://www.bfi.org.uk/sites/bfi.org.uk/files/downloads/bfi-economic-impact-of-the-uk-film-industry-2012-09-17.pdf> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

British Film Certification, periodo de enero a septiembre del 2013. Disponible en web: <http://www.bfi.org.uk/sites/bfi.org.uk/files/downloads/bfi-british-film-certification-january-september-2013-11-07.pdf> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

BFI Audience Fund. Disponible en web: <http://www.bfi.org.uk/film->

[industry/bfi-audience-fund](#) (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Distribution Fund. Disponible en web: <http://www.bfi.org.uk/film-industry/lottery-funding-distribution/distribution-fund/distribution-fund-how-apply> (fecha de consulta: 27 diciembre del 2013)

Prints and Advertising Fund. Disponible en web: <http://industry.bfi.org.uk/prints> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Red de pantallas digitales para la exhibición de cine británico. Disponible en web: <http://industry.bfi.org.uk/dsn> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Film Forever. Disponible en web: <http://www.bfi.org.uk/about-bfi/policy-strategy/policy-statementshttp://www.bfi.org.uk/about-bfi/policy-strategy/film-forever> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Financiamiento y apoyo de Film Forever. Disponible en web: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/78460/DCMS_film_policy_review_report-2012_update.pdf (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

Fomento coproducciones Film Fund. Disponible en web: <http://www.bfi.org.uk/film-industry/bfi-international-strategy> (fecha de consulta: 27 de diciembre 2013)

Programas para la capacitación de profesionales. Disponible en web: <http://www.bfi.org.uk/education-research/education> (fecha de consulta 27 de diciembre 2013)

Estadísticas de recaudación en salas de cine, por el BFI. Disponibles en web: <http://www.bfi.org.uk/sites/bfi.org.uk/files/downloads/bfi-uk-box-office-january-september-2013-11-07.pdf> (fecha de consulta: 27 de diciembre 2013)

Artículos: "Audiencias". Disponible en web: <http://www.bfi.org.uk/education-research/film-industry-statistics-research/reports/audiences> (fecha de consulta: 27 de diciembre del 2013)

EXPERIENCIAS SUPRANACIONALES

Programa Media

Legislación

Decisión nº 1718/2006/ce del Parlamento Europeo y del Consejo de 15 de noviembre del 2006 relativa a la aplicación de un programa de apoyo al sector audiovisual europeo (MEDIA 2007). Disponible en web: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:327:0012:0029:ES:PDF>

(fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Estadísticas, informes y publicaciones

Programa MEDIA. Disponible en web: http://ec.europa.eu/culture/media/about/media-at-work_en.htm (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Introduction to the MEDIA Programme. Disponible en web: <http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/documents/about/media-plaquette-presentation-web.pdf> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Screening Literacy: Film Education in Europe, realizado por el del British Film Institute. Disponible en web: <http://edition.pagesuite-professional.co.uk//launch.aspx?eid=bbc6dbb3-185f-4775-ba54-c3d343c90e40> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Media Literacy", subprograma MEDIA. Disponible en web: <http://www.mediadeskspain.eu/media-literacy.asp> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

European university and film school networks, co-financed by the MEDIA Programme. Disponible en web: <http://mediadeskspain.eu/docs/formacion/MEDIA-INITIAL-TrainingGuide2012-WEB.pdf> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Las ayudas públicas a la industria audiovisual en la Unión Europea: la internacionalización del programa MEDIA. Disponible en web: <http://www.doxacomunicacion.es/pdf/artculocrusafn.pdf> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Programa MEDIA en cifras. Disponible en web: http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/404_en.htm (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

MEDIA Desarrollo, Proyectos individuales. Disponible en web: <http://www.mediadeskspain.eu/historico-resultados-proyectos-individuales.asp> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Programa Europa Creativa

Legislación

Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions Creative Europe - A new framework programme for the cultural and creative sectors (2014- 2020). Disponible en web: <http://ec.europa.eu/culture/creative->

[europe/documents/communication_en.pdf](#) (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on Establishing the Creative Europe Programme. Disponible en web: http://ec.europa.eu/culture/creative-europe/documents/proposal-regulation_en.pdf (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Estadísticas, Informes y Publicaciones

Creative Europe: support programme for Europe's cultural and creative sectors from 2014. Disponible en web: http://ec.europa.eu/culture/creative-europe/index_en.htm (fecha de consulta: 8 enero del 2014)

Commission welcomes approval of Creative Europe programme by European Parliament (Press Release). Disponible en web: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-1114_en.htm (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Europa Creativa: la Comisión presenta un plan para impulsar los sectores cultural y creativo (Press Release). Disponible en web: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-11-1399_es.htm (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Creative Europe: Frequently Asked Questions. Disponible en web: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-1009_en.htm (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Derecho del Cine: Administración Cultural y Mercado, Editorial IUSTEL, Portal Derecho S.A. (2010). Susana de la Sierra.(fecha consulta: 22 de noviembre del 2013)

Ibermedia

Legislación

Acuerdo Iberoamericano de Coproducción Cinematográfica. Disponible en web: <http://www.programaibermedia.com/wp-content/uploads/2013/06/ACUERDO-DE-COPRODUCCI%C3%93N-Madrid-2000.pdf?35d0bf> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Protocolo de Enmienda al Acuerdo Latinoamericano de Coproducción Cinematográfica. Disponible en web: <http://www.programaibermedia.com/wp-content/uploads/2013/06/Enmienda-ALCC-ES.pdf?35d0bf> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Acuerdo para la Creación del Mercado Común cinematográfico

latinoamericano. Disponible en web: [http://www.programaibermedia.com/wp-content/uploads/2013/06/Acuerdo- Mercado-Comun-Latinoamericano.pdf?35d0bf](http://www.programaibermedia.com/wp-content/uploads/2013/06/Acuerdo-Mercado-Comun-Latinoamericano.pdf?35d0bf) (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Reglamento del Acuerdo Iberoamericano de Coproducción Cinematográfica. Disponible en web: <http://www.programaibermedia.com/wp-content/uploads/2013/06/REGLAMENTO.pdf?35d0bf> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Informes y estadísticas

Programa Ibermedia. Disponible en web: <http://www.programaibermedia.com/el-programa/> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

La industria audiovisual. Retos y propuestas para la construcción de un espacio euro-

latinoamericano. Disponible en web: http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articuloperspectiva.asp@i_darticulo=2&rev=72.htm (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Programa Ibermedia. Informe Anual 2012. Disponible en web: [http://segib.org/sites/default/files/IBERMEDIA %202012.pdf](http://segib.org/sites/default/files/IBERMEDIA_%202012.pdf) (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Fórmulas de Cooperación, Centro Virtual Cervantes, Cinematografías de la semejanza. Disponible en web: <http://cvc.cervantes.es/actcult/cine/formulas.htm> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)

Ibermedia en Cifras. Disponible en web: <http://www.programaibermedia.com/el-programa/ibermedia-en-cifras/> (fecha de consulta: 8 de enero del 2014)