

01

PRODUCCIÓN,
COPRODUCCIÓN,
DISTRIBUCIÓN
Y EXHIBICIÓN
DEL CINE
LATINOAMERICANO
EN AMÉRICA LATINA
Y OTRAS REGIONES

Nora de Izcue

Gustavo Buquet

Freya Schiwy

Toby Miller

2005 al 2007

PRODUCCIÓN,
COPRODUCCIÓN,
DISTRIBUCIÓN
Y EXHIBICIÓN
DEL CINE
LATINOAMERICANO
EN AMÉRICA LATINA
Y OTRAS REGIONES

PRODUCCIÓN,
COPRODUCCIÓN,
DISTRIBUCIÓN
Y EXHIBICIÓN
DEL CINE
LATINOAMERICANO
EN AMÉRICA LATINA
Y OTRAS REGIONES

Coordinador regional:
Nora de Izcue

Investigadores participantes:
Gustavo Buquet
Freya Schiwy y Toby Miller

Auxiliar de investigación:
Laura Escobar



f nC 1
fundación del nuevo Cine latinoamericano



Observatorio del Cine y el Audiovisual Latinoamericano

Edición: Yaíma García

Diseño de perfil y composición: Yodanis Mayol

© Sobre la presente Edición

Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano, 2009

ISBN: 978-959-7205-00-5

Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano

Quinta "Santa Bárbara"

Calle 212 y Ave. 31, Reparto la Coronela, La Lisa

Ciudad Habana

PRESENTACIÓN

El desarrollo cultural e industrial del Cine y el Audiovisual Latinoamericano y Caribeño requiere, hoy más que nunca, de la existencia de sistemas de distribución y exhibición propios que permitan el acceso de nuestros públicos al disfrute de sus propias imágenes y contribuyan al intercambio cultural regional e internacional, además de posibilitar, en términos cada vez más sostenibles, el financiamiento de las actividades productivas en cada país y en la región.

Ello constituye un claro desafío por parte de nuestras cinematografías para incrementar sus capacidades competitivas frente a quienes hegemonizan —u oligopolizan— las pantallas latinoamericanas, y para contribuir principalmente al desarrollo de nuestros procesos identitarios y a la preservación de la diversidad cultural.

Tal desafío requiere de estudios e investigaciones que permitan conocer en términos confiables la realidad de los espacios en los que participan nuestras cinematografías, con el fin de implementar políticas y estrategias que sirvan a todos los que en América Latina y el Caribe están empeñados en incrementar dicha participación y acompañar al mismo tiempo los cambios que se están realizando en cada país y en cada cultura.

La presente investigación forma parte del Programa de Estudios del Cine y el Universo Audiovisual Latinoamericano, iniciativa promovida por la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano (FNCL) que contó con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

Producción, Coproducción, Distribución y Exhibición del Cine Latinoamericano en América Latina y otras Regiones, analiza el estado del cine en ocho países de la región –Argentina, Brasil, Colombia, Cuba, Chile, México, Perú y Venezuela– los que representan más del 90 % de la producción y el consumo audiovisual latinoamericano, así como la presencia de nuestras cinematografías en la Unión Europea, y también en los Estados Unidos en el período 2005-2007.

Confiamos que este nuevo aporte de la FNCL, sea de utilidad a los cineastas de América Latina y el Caribe y pueda continuarse con nuevos estudios y reflexiones críticas sobre la situación del sector, para favorecer un desarrollo sustentable, cada vez más necesario, en el espacio audiovisual de la región.

Ese es el propósito mayor del Observatorio del Cine y el Audiovisual Latinoamericano (OCAL), un nuevo emprendimiento que la FNCL asume en la confianza de servir a mejorar la producción, la difusión y los intercambios culturales de imágenes en movimiento entre nuestros países y también con el resto del mundo.

ALQUIMIA PEÑA

Directora

Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano (FNCL)

ÍNDICE

9	INTRODUCCIÓN
	I
13	AMÉRICA LATINA Y SUS CINEMATOGRAFÍAS
16	Marco institucional y legal
	II
19	PRODUCCIONES CINEMATOGRÁFICAS EN AMÉRICA LATINA
21	Producciones de largometrajes nacionales
22	Dispositivos legales de apoyo a la producción
24	Coproducción
26	Coproducciones en América Latina
	III
27	MERCADOS CINEMATOGRÁFICOS DE AMÉRICA LATINA
29	Condiciones generales de los mercados
31	Cine nacional en los mercados locales
35	Dispositivos legales de apoyo a estrenos del cine nacional
37	Cine latinoamericano no nacional en los mercados locales
	IV
43	CINE LATINOAMERICANO EN OTRAS REGIONES
45	Cine latinoamericano en la Unión Europea
47	Cine latinoamericano en Estados Unidos
	V
49	SÍNTESIS DE LA SITUACIÓN ENCONTRADA
	VI
57	FORTALEZAS, DEBILIDADES Y CONCLUSIONES
63	BIBLIOGRAFÍA, LINKS, ORGANISMOS Y EMPRESAS CONSULTADOS

65	ANEXOS
67	Anexos estadísticos del cine en América Latina
97	"Inserción Internacional del cine latinoamericano en mercados de la Unión Europea", de Gustavo Buquet
169	"La distribución del cine y productos audiovisuales latinoamericanos en los Estados Unidos", de Freya Schiwy y Toby Miller
187	SOBRE LOS AUTORES

INTRODUCCIÓN

La presente investigación recoge y procesa información actualizada, correspondiente a los años 2005-2007, sobre la producción, coproducción, distribución y exhibición del cine de largometraje en Argentina, Brasil, Colombia, Cuba, Chile, México, Perú y Venezuela. En el caso de los mercados del cine latinoamericano el estudio se amplía a la Unión Europea y a los Estados Unidos.

Tomando en cuenta que el desarrollo de la actividad cinematográfica es un asunto complejo que requiere del conocimiento de los diversos componentes del sector con una visión global y, a la vez, de relaciones internas; la investigación en América Latina se ha trabajado a partir de los siguientes indicadores en los países y años que abarcan el estudio:

- Políticas estatales, legislaciones y sistemas de ayuda para sus cinematografías, permitiendo constatar de qué manera inciden en su desarrollo.
- Producción de largometrajes indicando su evolución en los años estudiados e identificando las coproducciones y los principales países con que estas se realizan.
- Mercados cinematográficos locales y su dimensión, reconociendo en ellos los niveles de oferta y demanda tanto de los filmes nacionales como de los latinoamericanos no nacionales, con referencias cuantitativas y cualitativas.
- Fortalezas y debilidades encontradas en las cinematografías estudiadas, llegando a conclu-

siones que puedan aportar a su fortalecimiento, desarrollo e integración.

Este tipo de investigación, que intenta sistematizar el comportamiento de un conjunto de indicadores que permiten la evaluación con datos comparativos entre distintos territorios nacionales, suele enfrentarse con serios obstáculos en el proceso de recopilación de la información. En gran parte de los casos no existen registros estadísticos sistemáticos y confiables que permitan examinar la producción y la comercialización de películas latinoamericanas, tanto al interior de los propios mercados locales como en otros mercados de la región. La accesibilidad a los datos que manejan las grandes distribuidoras transnacionales es sumamente difícil y, en general, se suelen encontrar fuentes incompletas, con incongruencias e inexactitudes que, en algunos casos, llegan a reflejar divergencias entre las cifras que caracterizan a un indicador, incluso dentro de una misma fuente.

No obstante los problemas mencionados, existen estudios previos a cargo de organismos e instituciones de América Latina y España que tienen particular importancia, entre ellos:

–“Producción, coproducción e intercambio de cine entre España, América Latina y el Caribe” (2000-2005), realizado por la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano (FNCL) con apoyo de la Fundación Carolina de España.

–“Aproximación al Mercado Cinematográfico del MERCOSUR” (2006), por el Observatorio MERCOSUR Audiovisual (OMA) de la RECAM.

–*Cine iberoamericano: los desafíos del nuevo siglo*, de Octavio Getino a pedido de la Universidad Veritas de San José de Costa Rica y la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano, publicado en el 2007 con el apoyo de la Oficina Regional de la UNESCO.

–“Estudio preliminar, distribución y exhibición de películas iberoamericanas en América Latina y el Caribe, 2003-2005”, efectuado por la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano entre 2006 y 2007, con apoyo de la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).

–“Iberoamérica 2007, datos y tendencias del Sector Cinematográfico Iberoamericano”, realizado por la empresa Media Research & Consultancy (MRC), a solicitud de la Dirección del Festival de Huelva, España.

–*Serie Cinema No Mundo, industria, política e mercado*, volumen II: “América Latina”. Realizado por diversos autores con Alessandra Meleiro como organizadora. Publicado por la editora Escrituras e Iniciativa Cultural, con el apoyo del Gobierno del Estado de Sao Paulo y la Secretaría de Cultura del Estado, con patrocinio de Sony, 2007.

A partir de estas fuentes y con la investigación realizada, el trabajo, a pesar de no haber podido contar con el total de la información deseada, logra presentar una panorámica de lo que acontece en materia de producción, coproducción, distribución y exhibición del cine latinoamericano en la propia región.

Es importante mencionar la cooperación recibida por parte del Observatorio MERCOSUR Audiovisual (OMA) de la RECAM, Filme B del Brasil, Proimágenes en Movimiento de Colombia y algunas fuentes del sector cinematográfico. Así como la ayuda proporcionada por la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano (FNCL) a través de su Centro de Información e Investigaciones y, muy especialmente, la brindada por los investigadores Octavio Getino y Roque González.

En el estudio de los mercados del cine latinoamericano en otras regiones, se ha contado con el aporte de dos investigaciones solicitadas por la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano: la primera de ellas del investigador Gustavo Buquet y la segunda a Freya Schiwy y Toby Miller, ambos trabajos se pueden consultar en los Anexos.

I AMÉRICA LATINA
Y SUS CINEMATOGRAFÍAS

El “cine latinoamericano” surge de un vasto territorio unido por el espacio geográfico, por raíces culturales e históricas de alguna manera compartidas y, por proyectos nacionales que apuntan a los mismos objetivos en medio de las diversas características de cada una de sus realidades. En este contexto, tal como menciona Octavio Getino en su “Visión panorámica del cinema regional”: *...sería más acertado referirse al concepto de “cinematografías latinoamericanas” en tanto éste expresa con mayor acierto la diversidad de situaciones que ha vivido habitualmente el cine en los países de la región.*¹ La asimetría a la cual se refiere se da en materia de desarrollo industrial, de capacidades productivas, de dimensión y potencialidad de sus mercados, de políticas y legislaciones de fomento y, de contextos económicos y socioculturales. (Tabla 1 – Anexo 1)

Entre los países que abarca el presente estudio, Argentina, México y Brasil son los que cuentan con mayor tradición cinematográfica y desarrollo de sus industrias. Dentro de la información detectada ellos cubrieron en los tres años del estudio, alrededor del 80 % de la producción total de largometrajes y el 82 % del total de espectadores. Argentina es el país latinoamericano que mayor exportación tiene de su cine, seguido por México.

En una segunda categoría resalta Chile que viene incrementando la cantidad y calidad de sus filmes. Entre los países restantes, Colombia y Venezuela tienen una producción más regular y numerosa, mientras que Perú se encuentra en una situación intermedia; Cuba por su parte, presenta particularidades específicas como resultado de su contexto político y económico.

La escasez de los estudios realizados sobre el carácter económico e industrial que sustenta la actividad cinematográfica en América Latina

¹ Octavio Getino, “Visão panorâmica do cinema regional. Os desafios da nova etapa”. *Serie Cinema do Mundo: industria, política e mercado*. Volumen II: América Latina. Editora Escrituras, Sao Paulo, 2007, pág. 25.

16 | resta competitividad al cine de la región que hoy, más que nunca, se enfrenta a los desafíos de una economía globalizada, una constante innovación tecnológica y un creciente hegemonismo de las *Majors* norteamericanas. Manejar este tipo de información juega un papel clave en la toma de decisiones respecto a la financiación de películas, a las estrategias y modalidades de producción y comercialización, y a la adopción de incentivos y normas legales que apoyen y fomenten el desarrollo de las industrias cinematográficas nacionales.

MARCO INSTITUCIONAL Y LEGAL

Está comprobado que para el desarrollo de una industria cinematográfica y audiovisual debe contarse con una firme decisión política de los gobiernos, reflejada en legislaciones de fomento que contemplen al sector de modo integral. Argentina, Brasil, Colombia, Cuba, Chile, México, Perú y Venezuela cuentan con leyes de fomento para sus cinematografías, pero si bien los objetivos de estas leyes son similares, existen desigualdades en sus contenidos y acciones, diferencias que se reflejan directamente en los resultados.

ARGENTINA

La cinematografía argentina se rige por la Ley de Fomento y regulación de la Actividad Cinematográfica, N° 17.741, promulgada en diciembre de 1994, con las reformas introducidas por las leyes 20.170; 21.505; 24.377 y el Decreto 1536/02. Esta ley establece que el organismo rector o sea el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) funcionará como ente público no estatal del ámbito de la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación. Para el fomento de las actividades del sector se constituye el Fondo de Fomento Cinematográfico, cuya administración está a cargo del INCAA.

BRASIL

La promulgación de la llamada Medida Provisoria N° 2.281-1 (6-9-2001), con texto actualizado por la Ley N° 10.454 (13-5-2002), establece los principios generales de la Política Nacional del Cine, crea el Consejo Superior del Cine y la Agencia Nacional de Cine (ANCINE), instituye el Programa de Apoyo al Desarrollo del Cine Nacional (PRODECINE), autoriza la creación de Fondos de Financiamiento a la Industria Cinematográfica Nacional (FUNCINES) y modifica la Contribución para el Desarrollo de la Industria Cinematográfica Nacional

(CONDECINE). A partir de octubre del 2003 se vincula ANCINE con el Ministerio de Cultura. En 2006, con la Ley 11.437 se crea el Fondo Sectorial del Audiovisual, con recursos del CONDECINE y se incorporan los incentivos de la Ley Rouanet (N° 8313 de 1991) a la Ley del Audiovisual (N° 8685 de 1993).

COLOMBIA

Con la promulgación de la Ley General de Cultura en el año 1997, se crea la Dirección de Cinematografía, dependencia encargada del diseño de políticas y mecanismos para la activación y armonización de las diferentes áreas de la cinematografía nacional; y el Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica “Proimágenes en Movimiento”, corporación sin ánimo de lucro, con capital mixto, que se rige por el derecho privado. En agosto de 2003, la Ley de Cine N° 814 crea el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, monetizado por una cuota parafiscal, que se canaliza a través de los ingresos de taquilla y, además, otorga beneficios tributarios para inversionistas y donantes.

CUBA

La ley del Consejo de Ministros del Gobierno Revolucionario de la República de Cuba, N° 169, publicada en la *Gaceta Oficial* el 24 de marzo de 1959, crea al Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC), organismo de carácter autónomo encargado de promover el conjunto de las actividades cinematográficas del país. Su principal fuente de financiamiento se encuentra en el control del mercado y en los recursos otorgados por el presupuesto nacional. Las estrategias de cooperación y coproducción ocupan un sitio relevante en su política cinematográfica.

CHILE

Cuenta con una Ley sobre Fomento Audiovisual, N° 19.981, promulgada en noviembre del 2004, que crea en el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, al Consejo de las Artes y la Industria Audiovisual, y pone en marcha al Fondo de Fomento Audiovisual financiado por los recursos que disponga anualmente la Ley de Presupuesto de la Nación. Gracias a esta ley y a una serie de normativas existentes en otros organismos estatales, entre ellos la Corporación de Fomento (CORFO) y el Ministerio de Relaciones Exteriores, la industria cinematográfica chilena se ha venido desarrollando activamente en los últimos años.

Continúa vigente la Ley Federal de Cinematografía publicada el 29 de diciembre de 1992 por el *Diario Oficial* de la Federación de los Estados Unidos Mexicanos. La última reforma aplicada fue la del 30 de diciembre del 2002. En la actualidad el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), depende del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) y coordina los trabajos de servicios a la producción que brindan los Estudios Churubusco y el Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC). Como mecanismo de fomento cuenta con el Fondo de Inversiones y Estímulos al Cine (FIDECINE), y el Fondo de Apoyo a la Producción Cinematográfica (FOPROCINE). En diciembre del 2006 se hicieron modificaciones a la Ley de Impuesto sobre la Renta para la aplicación del Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción Cinematográfica Nacional (EFICINE).

PERÚ

En Perú rige la Ley de la Cinematografía Peruana, N° 26370, aprobada en 1994 y reglamentada en 1995. Su instancia rectora es el Consejo Nacional de Cinematografía (CONACINE), organismo mixto con mayoría de representantes del ámbito cinematográfico, dependiente del Ministerio de Educación y situado al interior del Instituto Nacional de Cultura. Los recursos del CONACINE provienen del Presupuesto de la República, dentro de la partida presupuestaria que corresponde al Ministerio de Educación.

VENEZUELA

El Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC), fue creado con la Ley de la Cinematografía Nacional del año 1993; inicia sus actividades el 1° de agosto de 1994. Organismo gubernamental con personalidad jurídica y patrimonio propio, es el máximo responsable oficial de la promoción de la actividad cinematográfica nacional. El 27 de noviembre del 2005, se dicta una reforma parcial de la ley que crea el Fondo de Promoción del Cine (FONPROCINE), plataforma financiera proveniente de contribuciones parafiscales que diversos sectores vinculados al cine deben hacer; establece una cuota de pantalla para el cine nacional; una cuota de copiado que los distribuidores de películas extranjeras deberán procesar en el país y estímulos tributarios a la inversión en coproducciones.

II PRODUCCIONES CINEMATOGRAFICAS EN AMÉRICA LATINA

PRODUCCIONES DE LARGOMETRAJES NACIONALES

El financiamiento es el principal problema que enfrenta la producción del cine latinoamericano. Su capacidad de sobrevivir y desarrollarse depende del respaldo político de sus gobiernos, reflejado en legislaciones y fondos de fomento que contemplen la actividad productiva como un proyecto de desarrollo industrial y cultural. Diferentes circunstancias históricas y políticas en las que estas normas han sido promulgadas, hacen que las estrategias de fomento al sector sean también muy diversas. Entre ellas existen créditos reintegrables, premios concursables, incentivos fiscales, subsidios, etcétera. Suelen ser estas estrategias y políticas las que determinan la cantidad y calidad de los filmes producidos.

Argentina, Brasil y México son los países que concentran la mayor producción del cine de América Latina. Las nuevas políticas y legislaciones de los últimos años han impulsado la producción en Brasil y México, que entre los años 2005 y 2007 tuvieron un promedio anual de 61 largometrajes el primero y 53 el segundo. Argentina por su parte tuvo un promedio de 49. (Tabla 2 – Anexo 1)

En el resto de los países estudiados, Chile contó con un promedio anual de 12 largometrajes; Venezuela (solo en los años 2005 y 2006, por carecer de la información referente al 2007) tuvo un promedio de 10.5; mientras que el de Colombia fue de 8; el de Perú de 5.3 y el de Cuba de 5.3. (Tabla 2 – Anexo 1)

Es necesario señalar la descentralización de la producción de largometrajes, que en varios de estos países viene produciéndose. Se trata de un cine realizado en provincias y a bajo costo que, en algunos casos como Brasil, es apoyado por el Estado y en otros surge espontáneamente como en Perú. Por lo general esta producción utiliza el sistema digital para su realización y, pocas veces llega a las salas comerciales de cine; exhibiéndose prioritariamente en circuitos alternativos. Sus realizadores y técnicos se capacitan en la práctica y, en un futuro próximo, este cine puede significar un importante aporte a las cinematografías nacionales.

Los apoyos oficiales a sus cinematografías, en la mayoría de los casos, contemplan a la cadena productiva en su totalidad: desarrollo de proyectos, escritura de guiones, producción, coproducción, promoción, distribución y exhibición. Abordaremos aquellos vinculados directamente con la producción.

ARGENTINA

La Ley N° 24.377 promulgada en 1994, amplió la protección estatal del sector cinematográfico y sus ventajas comenzaron a manifestarse pocos años después de su sanción. La creación del Fondo de Fomento Cinematográfico permitió elevar el fomento estatal a través de diversas vías complementarias como los créditos “blandos” en los que el INCAA puede aparecer como aval y garante, y los subsidios del llamado “mecanismo de recuperación industrial”, mediante el cual el Instituto abona al productor algo más de lo que éste recibe en taquilla.

BRASIL

A partir del 2004 la política del gobierno brasileño para el cine y el audiovisual aumentó sus medidas de fomento y protección para el sector. Como acciones de fomento directo, ANCINE brinda apoyos económicos para el desarrollo de proyectos, producción de películas, finalización de películas, premios de incentivo a la calidad y premios adicionales de renta que reciben tanto las empresas productoras como las distribuidoras del cine brasileño. En las políticas de inversión para el sector cinematográfico participa también el Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social (BNDES).

MÉXICO

El cine mexicano cuenta con diversos mecanismos de fomento como: el Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (FOPROCINE), que apoya el desarrollo de proyectos, escritura de guiones y, producción de películas locales de alta calidad técnica y artística; el Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (FIDECINE), que contempla a todos los sectores de la cadena productiva y comercial y, participa en proyectos de largometraje; y el Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción Cinematográfica Nacional (EFICINE), puesto en marcha en el 2007.

CHILE

La producción cinematográfica chilena tiene diversos fondos concursables provenientes del presupuesto público. El Fondo de Fomento

Audiovisual que otorga financiamiento a los procesos de producción y post producción; la Corporación de Fomento (CORFO), que ha implementado un Concurso de Desarrollo de Proyectos en el cual cofinancia hasta el 70 % del presupuesto total; y el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes que apoya la coproducción de largometrajes y el desarrollo de proyectos.

COLOMBIA

Entre los mecanismos que implementa la Ley N° 814 del 2003, tales como beneficios tributarios para inversionistas y donantes y, titularización de proyectos cinematográficos que permite la venta de acciones de películas en etapa de desarrollo en la Bolsa de Valores, destaca la creación del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), que financia en forma no reembolsable y cada año, proyectos cinematográficos colombianos en todas sus etapas desde el desarrollo de guiones y proyectos, producción y post producción, hasta las de promoción, distribución y exhibición.

VENEZUELA

A los mecanismos de apoyo y financiamiento a los largometrajes que desde 1994 manejaba el CNAC, tales como aportes al desarrollo de guiones, montaje de proyectos, Premios a la Calidad y participación minoritaria como coproductores, se unieron los establecidos en el 2005 con la reforma parcial de la Ley de Cinematografía Nacional, que creó el Fondo de Promoción del Cine (FONPROCINE) y dio estímulos para los contribuyentes traducidos en exoneraciones y rebajas tributarias por cumplimiento de metas e inversión en coproducciones nacionales.

PERÚ

Como principal incentivo a la producción nacional, la ley establece Concursos de Proyectos en el caso de los largometrajes, con premios económicos no reembolsables. Debido a los continuos recortes presupuestarios estos concursos solo se llegan a convocar esporádicamente y los montos de los premios no llegan a cubrir lo establecido.

CUBA

El impacto directo que tuvo en la economía cubana el derrumbe de los gobiernos comunistas europeos en 1989, hizo caer abruptamente la actividad productiva cinematográfica que llegó a ser una de las más importantes de la región. En los últimos años su cinematografía

24 | se mantiene con una exigua producción sustentada, primordialmente, en las coproducciones con empresas europeas.

COPRODUCCIÓN

Si bien la coproducción cinematográfica constituye una alternativa para enfrentar la estrechez de los mercados locales y el dominio de la distribución por las grandes empresas norteamericanas, su principal aporte es el de contribuir al financiamiento de películas que, en gran parte de los casos, no hubieran llegado a realizarse sin contar con esta alianza económica.

Históricamente las coproducciones de los países de América Latina se orientaron principalmente hacia los países europeos. Por lo general, los proyectos de coproducción entre los países de la propia región ocupan un lugar menos preponderante, subvalorando la importancia de avanzar en los procesos de acuerdos productivos regionales.

La coproducción suele corresponderse con acuerdos suscritos entre dos o más países, en ellos participan los organismos a cargo del cine, la cultura y las relaciones exteriores. Esto no impide a las empresas productoras realizar determinados proyectos filmicos con empresas de otros países. Las condiciones para que las películas coproducidas tengan reconocida la nacionalidad de cada uno de los países que intervienen en ella, obteniendo los beneficios de una obra local, se encuentran establecidas en las legislaciones respectivas y en los acuerdos firmados.

Durante años los países iberoamericanos han buscado la integración de sus cinematografías para estructurar un sistema de relaciones y mecanismos que permitan la preservación y afirmación cultural a través del desarrollo cinematográfico conjunto a partir de las coproducciones y el establecimiento de un mercado común para la distribución y exhibición de las películas realizadas en la región. Un valioso paso para esta unidad cinematográfica se dio en noviembre de 1989, cuando se firmaron en la ciudad de Caracas tres importantes tratados: el Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana; el Acuerdo Latinoamericano de Coproducción Cinematográfica y; el Acuerdo para la Creación de un Mercado Común Cinematográfico Latinoamericano. La presencia de España en la firma de estos acuerdos inició una nueva etapa en sus relaciones con América Latina y sus cinematografías.

Prosiguiendo este camino de integración, en 1997 nace la Federación Iberoamericana de Productores Cinematográficos y Audiovisuales (FIP-CA) y, en 1998 se pone en marcha el Programa de Desarrollo Audiovisual en apoyo a la Construcción del Espacio Visual Iberoamericano (IBERMEDIA), que surge de las Cumbres Iberoamericanas de Jefes de Estado y de Gobierno. Como fondo financiero multilateral, IBERMEDIA fomenta las coproducciones, impulsa la distribución y promoción de las películas, la formación profesional y el apoyo al desarrollo de proyectos.

Si en principio, las coproducciones pueden ayudar a ampliar los mercados externos del cine latinoamericano, en la práctica, difícilmente se logra este objetivo. Muchas de las películas producidas con esta modalidad no llegan a ser estrenadas comercialmente en los países coproductores, situación comprensible si se toma en cuenta los elevados costos de un lanzamiento y la poca respuesta del público en la mayoría de los casos. Sin embargo se siguen realizando, especialmente con España, de modo creciente.

Una larga y sostenida tradición de coproducciones entre España y distintos países de América Latina que arranca en 1948 y llega, con renovado vigor, hasta la actualidad, constituye un crucial capítulo en la historia de los comunes anhelos por conformar un gran mercado cinematográfico hispanoparlante y asegurar una fluida circulación de los productos fílmicos en ambos lados del Atlántico.²

España es uno de los principales países europeos productores de películas, su nivel de producción viene consolidándose gracias a la legislación vigente y a una estrecha colaboración interinstitucional entre los sectores empresariales y gubernamentales. Inciden además el refuerzo de los programas de coproducción y cooperación internacional.

Según información del Ministerio de Cultura de España,³ este país realizó entre los años 2005 y 2006, 46 coproducciones con los países incluidos en la presente investigación; 21 de ellas fueron con Argentina, 7 con México, 4 con Colombia, 4 con Cuba, 3 con Chile, 3 con Venezuela, 2 con Brasil y 2 con Perú. Del total de las coproducciones

² Alberto Elena. "Lugares comunes: nuevas políticas de coproducción entre España y América Latina". Ponencia presentada en el XI Congreso de la Federación Internacional de Estudios sobre América Latina y el Caribe, Osaka, 2003.

³ [http:// www.mcu.es](http://www.mcu.es)

26 | registradas, 31 son bipartitas, 7 tripartitas y 3 multipartitas.⁴ En el caso de las tripartitas o multipartitas, ellas contaron con la presencia de empresas públicas o privadas de países iberoamericanos y, en menor medida, de otras regiones, particularmente de la Unión Europea, entre ellos Italia, Francia, Reino Unido y Alemania. Los Estados Unidos solo aparecen en 1 coproducción multipartita. (Tablas 3.1 a 3.7 – Anexo 1)

COPRODUCCIONES EN AMÉRICA LATINA

Detectar las coproducciones en los ocho países que abarca el presente estudio ha sido una difícil tarea. En la mayoría de los casos solo obtuvimos información del número de largometrajes producidos, sin otras referencias, lo cual nos obligó a buscar en Internet filme por filme según los títulos que conocíamos o encontrábamos. Por tal motivo la información que damos puede ser incompleta, no obstante permite una visión global del tema.

En el número de coproducciones detectadas, nuevamente Argentina ocupa el primer lugar con la cifra de 50, seguida por Cuba con 14, Perú con 11, Chile y México con 9, Colombia con 8, Brasil con 7 y Venezuela con 5 coproducciones (solo en el 2005 y 2006, por no contar con información del 2007). (Tablas 4.1.1 a 4.8.2 – Anexo 1)

Coproducciones en los países estudiados (2005-2007)

País	Bipartitas	Tripartitas	Multipartitas
Argentina	32	12	6
Brasil	3	2	2
Colombia	6	1	1
Cuba	11	2	1
Chile	7	2	-
México	2	3	4
Perú	6	3	2
Venezuela*	3	2	s/d

*Solo los años 2005 y 2006.

⁴ En algunos casos de coproducción tripartita o multipartita, los filmes figuran en cada país participante, por tanto la presencia de estos se duplica o triplica.

III MERCADOS CINEMATOGRAFICOS DE AMÉRICA LATINA

CONDICIONES GENERALES DE LOS MERCADOS

Desde la aparición de los circuitos de exhibición basados en el sistema de multicines, el consumo cinematográfico se incrementó en los países de América Latina. Pese a esta situación, se continúa observando un fuerte desfase en la dimensión económica comparativa de sus mercados. Estas diferencias están acondicionadas,

*por el nivel de desarrollo local (poblacional, económico, social) que define la dimensión de cada territorio o mercado y sus expectativas de financiamiento productivo, así como, también, por las políticas económicas y culturales que cada Estado determine en cada caso.*⁵

Como característica común, estos mercados presentan la absoluta hegemonía del cine norteamericano en la oferta y demanda de películas, así como el control casi oligopólico de las *Majors* en el negocio de la distribución y en la programación de casi la totalidad de las salas de cine. El mercado cinematográfico de México es el más grande de América Latina. Entre los años 2005 y 2007 tuvo un promedio aproximado de 3 724 pantallas, 300 estrenos, 166,2 millones de espectadores y 559,55 millones de U.S. dólares de recaudación.⁶ (Tabla 5.6 – Anexo 1)

En segundo lugar se encuentra el mercado del Brasil que, en los mismos años, su promedio fue de 2 101 pantallas, 316 estrenos, 91,36 millones de espectadores y 329,94 millones de U.S. dólares de recaudación. Seguido por Argentina con un promedio de 981 pantallas, 268 estrenos, 35,36 millones de espectadores y 93,1 millones de U.S. dólares de recaudación. (Tablas 5.2 y 5.1 – Anexo 1)

⁵ Octavio Getino. *Cine iberoamericano: los desafíos del nuevo siglo*. Editorial Veritas, Costa Rica, 2005.

⁶ En el caso de México solo se obtuvo información completa del 2005 y 2007. Con respecto al 2006, solo se contó con el número de espectadores, los otros rubros se calcularon sobre la base de un crecimiento medio.

30 | De los tres países, México fue el que mantuvo un aumento progresivo en sus indicadores del mercado durante los tres años del estudio, sin embargo, tanto Brasil como Argentina descendieron en la cifra de espectadores.

Los mercados cinematográficos de Colombia, Chile, Perú y Venezuela no se pueden ordenar de acuerdo con su dimensión global, por tal motivo en cada indicador ocupan un lugar diferente. En promedio de pantallas, Colombia tiene el primer lugar con 452,6; seguida por Venezuela con 400,3; Chile con 277,6 y; Perú con 271,3. En cuanto al promedio de estrenos, Perú encabeza el listado con 199, le siguen Chile con 198,6; Colombia con 182,6 y; Venezuela con 179,3. En promedio de espectadores, Venezuela pasa al primer escalón con 19,99 millones, seguida por Colombia con 19,06 millones; Perú con 15,2 y; Chile con 10,56. En cifras de recaudación retornamos al mismo orden que tuvo el promedio de pantallas: Colombia con 83,35 millones de U.S. dólares; Venezuela con 67,71 millones; Chile con 45,18 y Perú con 34,52. (Tablas 5.3; 5.5; 5.7 y 5.8 – Anexo 1)

Esto nos permite observar que Colombia, Chile, Perú y Venezuela muestran un aumento pequeño pero progresivo en sus indicadores del mercado cinematográfico en los años estudiados.

En el caso de Cuba solo obtuvimos los datos del año 2005, donde su mercado contó con 365 pantallas, 23 estrenos, 1,08 millones de espectadores y 0,052 millones de U.S. dólares de recaudación. (Tabla 5.4 – Anexo 1)

Las *Majors* norteamericanas, enfocadas a la distribución pero con actividades de producción en el marco de la especialización flexible, constituyen un oligopolio que opera a escala global. Su hegemonía en la producción y distribución se manifiesta en el control del 80 % aproximadamente del mercado de la cinematografía mundial, aunque algunas zonas geográficas escapan a su dominio al tener cinematografías fuertes como es el caso de la India y China, entre otros.

En América Latina las *Majors*, tanto a nivel individual como en acuerdos interempresariales, representan el mayor volumen de películas estrenadas, de espectadores y de recaudaciones brutas. Al devenir las *Majors* en compañías integrantes de poderosos conglomerados o *pools* de empresas cuya operatividad puede variar en cada país, se les nombrará según su nombre global y no según las empresas o ramas que las comprenden.

Las principales *Majors* que operan en los países estudiados, excluyendo a Cuba, son: Columbia, Disney, Fox, UIP y Warner. Las cinco están presentes en los siete países, en la mayoría de ellos con oficina propia. Solo en el caso de México, la UIP, Universal y Paramount, tienen sucursales separadas, a diferencia de los otros países en que estas empresas operan conjuntamente. (Tabla 6 – Anexo 1)

Tal como sucede en la distribución, los principales circuitos de exhibición basados en el sistema de multicines responden a capitales transnacionales como Cinemark, una de las cinco empresas exhibidoras de películas más grande de los Estados Unidos y la cadena de cines privada más grande del mundo que opera en Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México y Perú; y Hoyts, de capital australiano, que opera en Argentina, Brasil y Chile.

CINE NACIONAL EN LOS MERCADOS LOCALES

Como en toda industria, el desarrollo de las cinematografías nacionales depende de dos indicadores básicos: el número y calidad de las películas producidas y, el impacto comercial y cultural que estas obras tienen en el mercado. Si bien la producción es importante, la comercialización es decisiva para amortizar o recuperar la inversión y obtener, en el mejor de los casos, utilidades que permitan seguir produciendo cada vez en mejores condiciones.

El cine latinoamericano, con un difícil acceso a los mercados externos incluyendo a los de la propia región, depende, casi exclusivamente, del resultado de taquilla en las salas comerciales de sus mercados locales dominados por las grandes empresas transnacionales. Su mayor desafío radica en confrontar presupuestos con una dimensión potencial y real de sus mercados internos para amortizar la inversión de las empresas productoras. La obtención de ayudas y subsidios financieros se convierte en indispensable.

Entre los años 2005 y 2007, nuevamente se destacan Argentina, Brasil y México en el número de estrenos nacionales en sus mercados internos, en las cifras de espectadores y en el monto de recaudaciones de taquilla.

Durante estos tres años, Argentina estrenó 239 filmes nacionales (29,72 % del total de estrenos) que contaron con 11,7 millones de espectadores (11,02 % del total) y obtuvieron 30,4 millones de U.S. dólares de recaudación (10,88 % del total). Los más exitosos que pasaron

32 | el millón de espectadores fueron dos comedias dirigidas por Rodolfo Ledo: *Papá se volvió loco*, con 1 486 490 espectadores y una recaudación de 3 167 903,52 U.S. dólares, y *Bañeros 3, Todopoderosos*, con 1 072 659 espectadores y 2 918 140,83 U.S. dólares de recaudación. El tercer lugar lo ocupa otra comedia: *El ratón Pérez*, dirigida por Juan Pablo Buscarini, que obtuvo 891 599 espectadores y 2 213 825,91 U.S. dólares de recaudación. De los 239 filmes nacionales estrenados, 22 pasaron la cifra de 100 mil espectadores, el 9,20 % del total. (Tablas 7.1.1 y 7.1.2 – Anexo 1)

Brasil contó con 203 estrenos nacionales (21,41% del total de estrenos), que alcanzaron 30,99 millones de espectadores (11,30 % del total) y recaudaron 110,28 millones de U.S. dólares (11,14 % del total). De los 203 estrenos, 39 pasaron los 100 mil espectadores. Los de mayor éxito fueron: *Dois filhos de Francisco*, dirigido por Breno Silveira, que obtuvo 5 319 677 espectadores y 15 211 549,75 U.S. dólares de recaudación; *Se eu fosse você*, dirigido por Daniel Filho, con 3 664 956 espectadores y 13 318 473,33 U.S. dólares de recaudación; *Tropa de elite*, dirigida por José Padilha, con 2 417 754 espectadores y 11 496 869 U.S. dólares de recaudación; *A grande família*, con 2 035 576 espectadores y 8 727 305 U.S. dólares de recaudación y; *Didi, o cazador de tesouros*, con 1 024 732 espectadores y 2 864 874,97 U.S. dólares de recaudación. (Tablas 7.2.1 y 7.2.2 – Anexo 1)

México estrenó en estos años, 94 filmes nacionales (10,34 % del total de estrenos), que obtuvieron 32,0 millones de espectadores (6,41 % del total y recaudaron 109,98 millones de U.S. dólares (6,55 % del total). De los 101 estrenos consultados, solo tenemos información completa de 68, correspondientes a los años 2005 y 2006. De los 68 filmes, 21 pasaron los 100 mil espectadores. Los de mayor éxito de taquilla que pasaron del millón de espectadores fueron: la comedia de animación *Una película de huevos*, dirigida por los hermanos Rodolfo y Gabriel Riva Palacio, con 3 835 364 espectadores y una recaudación de 6 249 778 U.S. dólares; la película de terror *Kilómetro 31*, dirigida por Rigoberto Castañeda, con 3 300 000 espectadores (sin datos de recaudación); *Babel*, coproducción México / EE. UU., del director González Iñárritu, con 2 151 541 espectadores y 3 505 965 U.S. dólares de recaudación; *El laberinto del fauno*, coproducción México / España, del director Guillermo del Toro, con 2 047 157 espectadores y 3 335 870 U.S. dólares de recaudación; la comedia romántica *Cansada de besar sapos*, ópera prima del director Jorge Calón, con 1 994 359

espectadores y 3 249 835 U.S. dólares de recaudación; *Voces inocentes*, dirigida por Luis Mandoki, con 1 893 343 espectadores y 5 428 408 U.S. dólares de recaudación y; la comedia *Efectos secundarios*, ópera prima de la directora Issa López, con 1 304 804 espectadores y 2 126 196 U.S. dólares de recaudación. (Tablas 7.6.1 y 7.6.2 – Anexo 1)

Tanto Argentina como Brasil y México aumentaron progresivamente entre 2005 y 2007 el número de estrenos nacionales en sus mercados locales. Argentina bajó en espectadores y recaudación, Brasil mantuvo su promedio de espectadores y subió en recaudación, mientras que México fue en aumento, tanto en espectadores como en recaudación.

Chile, con una cinematografía intermedia, contó en los 3 años con 42 estrenos nacionales (7,04 % del total de estrenos), que obtuvieron 2,07 millones de espectadores (6,52 % del total) y 8,61 millones de U.S. dólares de recaudación (6,35 % del total). De los 42 filmes estrenados, 7 pasaron los 100 mil espectadores, ninguno llegó a los 400 mil. Los más taquilleros fueron: *Radio Corazón*, dirigida por Roberto (Rumpy) Artiagoitia, conocido presentador de radio, con 363 003 espectadores y 1 728 977 U.S. dólares de recaudación; *El rey de los huevones*, comedia picaresca, coproducción Chile / España, dirigida y protagonizada por Boris Quercia, con 309 505 espectadores y 1 360 389 U.S. dólares de recaudación y; *Che Kopete, la película*, del director León Errázuriz, con 220 462 espectadores y 861 070 U.S. dólares de recaudación. (Tablas 7.5.1 y 7.5.2 – Anexo 1)

En Colombia, entre los años 2005 y 2007 se estrenaron 26 filmes nacionales (4,74 % del total de estrenos), que contaron con 6,92 millones de espectadores (12,09 % del total) y una recaudación de 33,21 millones de U.S. dólares (13,28 % del total). De los 26 filmes estrenados, 14 pasaron los 100 mil espectadores. Los de mayor éxito que pasaron de esta cifra fueron: *Soñar no cuesta nada*, del director Rodrigo Triana, que obtuvo 1 198 172 espectadores y, *Rosario Tijeras*, coproducción de Colombia / México / Brasil / España / Francia, dirigida por el europeo Emilio Maillé, con 1 053 000 espectadores. De los estrenos nacionales de Colombia no obtuvimos información de las recaudaciones de taquilla. Los filmes nacionales que pasaron de 400 mil espectadores son: *Mi abuelo, mi papá y yo*, codirigida por Darío Armando García y Juan Carlos Vásquez, con 470 000 espectadores; *Karmma*, ópera prima de Orlando Pardo proveniente de la Televisión, con 470 000 espectadores; *Bluff*, ópera prima de Felipe Martínez, con 494 000 espectadores; *Satanás*, ópera prima de Andi Baiz Ochoa,

34 | con 465 000 espectadores y, *Esto huele mal*, dirigida por Jorge Alí Triana, con 409 044 espectadores. (Tablas 7.3.1 y 7.3.2 – Anexo 1)

Perú tuvo entre los años 2005 y 2007, 18 estrenos nacionales (3,01 % del total de estrenos, que contaron con 2,07 millones de espectadores (4,53 % del total) y una recaudación de 3,87 millones de U.S. dólares (3,73 % del total). De los 18 estrenos, solo 8 pasaron los 100 mil espectadores, ninguno llegó a los 300 mil. Los filmes más taquilleros fueron: *Mañana te cuento*, ópera prima de Eduardo Mendoza, que tuvo 288 242 espectadores y 409 641 U.S. dólares de recaudación; *Piratas del Callao* y *Dragones: destino de fuego*, ambas de animación dirigidas por Eduardo Schuldt, la primera con 282 252 espectadores y 435 903 U.S. dólares de recaudación y, la segunda, con 270 721 espectadores y 547 240,3 U.S. dólares de recaudación; y *La Mujer de mi hermano*, coproducción entre México / Perú / Venezuela / Colombia, dirigida por el peruano Ricardo de Montreuil, que tuvo 237 551 espectadores y 515 626,45 U.S. dólares de recaudación. (Tablas 7.7.1 y 7.7.2 – Anexo 1)

En Chile, el año 2005 tuvo el mayor número de estrenos nacionales (19) y el menor número de espectadores (0,40 millones), sin embargo en los 2 años siguientes, con 11 y 12 estrenos respectivamente, el público fue subiendo de 0,73 a 0,94. En Colombia hubo un ligero aumento en los indicadores del mercado aunque los espectadores bajaron en el 2007. En Perú, el mejor año fue el 2006 con 10 estrenos y 1,09 millones de espectadores, en el 2007 bajaron a 4 estrenos y 0,24 millones de espectadores.

Venezuela estrenó en los tres años 29 filmes nacionales en su mercado local (16,36 % del total de estrenos), que alcanzaron la cifra de 3,19 millones de espectadores (16,2 % del total). En cifras de recaudación y datos específicos de las películas estrenadas solo se cuenta con información de los años 2005 y 2006; con 15 filmes nacionales, se recaudaron 5,65 millones de U.S. dólares (4,95 % del total). De los 15 filmes solo 6 pasaron los 100 mil espectadores. El más taquillero fue *Secuestro Express*, ópera prima de Jonathan Jacubowics cuya distribución fue asumida por la empresa Miramax de Hollywood, que contó con 932 530 espectadores y 2 501 208,4 U.S. dólares de recaudación. Lo siguen: *La mujer de mi hermano*, coproducción de Venezuela / México / Perú / Colombia, dirigida por Ricardo de Montreuil, con 238 793 espectadores y 745 011 U.S. dólares de recaudación y, *Francisco de Miranda*, dirigida por Diego Risquez, con 195 103 espectadores y 633 450 U.S. dólares de recaudación. (Tablas 7.8.1 y 7.8.2 – Anexo 1)

En Cuba se cuenta con información completa del año 2005 y, solo lo referido a estrenos nacionales en el 2006, por lo que es imposible sacar porcentajes en relación con la totalidad del mercado. En el 2005 se estrenaron 2 filmes nacionales en el mercado local (8,69 % del total de estrenos), que alcanzaron 105 800 espectadores (9,79 % del total) y 0,008 millones de U.S. dólares de recaudación (15,42 % del total).⁷ En el 2006 se estrenaron 3 filmes nacionales, que obtuvieron 607 800 espectadores y 0,045 millones de U.S. dólares de recaudación. Solo 2 pasaron los 100 mil espectadores: *El Benny*, coproducción Cuba / España / Inglaterra, ópera prima de Jorge Luis Sánchez, con 435 000 espectadores y 32 000 U.S. dólares de recaudación y, *Barrio Cuba*, coproducción Cuba / España, dirigida por Humberto Solás, con 105 700 espectadores y 8 000 U.S. dólares de recaudación. (Tablas 7.4.1 y 7.4.2 – Anexo 1)

Los mayores retos para las cinematografías de América Latina lo constituyen: Lograr ocupar un espacio relativamente justo y equitativo en sus mercados internos; establecer en la región una capacidad integradora para el intercambio de películas y; adecuarse a las nuevas y crecientes ventanas de comercialización audiovisual que los avances tecnológicos vienen creando.

DISPOSITIVOS LEGALES DE APOYO A ESTRENOS DEL CINE NACIONAL

En aquellos países cuyas legislaciones de fomento incorporan los procesos de distribución y exhibición estableciendo para ellos tanto obligaciones como incentivos, se destaca un mayor rendimiento de los filmes nacionales y una mejor coordinación entre los diversos intereses. En este capítulo nos referiremos específicamente a dichos dispositivos legales.

ARGENTINA

La Ley N° 24.377, establece cuotas de pantalla para películas nacionales de largometraje y cortometraje; clasificación de las salas

⁷ En los casos de Argentina, Brasil y Chile, las cifras de recaudación fueron obtenidas en U.S. \$. En el resto de los países el tipo de cambio se consultó en páginas Web de organismos financieros y se encuentra indicado en las tablas del Anexo Estadístico.

36 | cinematográficas, porcentajes mínimos a abonar por los exhibidores y comercialización en el exterior.

BRASIL

La Medida provisoria N° 2228-1, establece una cuota de pantalla para obras cinematográficas, videofonográficas y telefilmes nacionales.

CHILE

La Ley N° 19.981, designa como una de las facultades del Consejo del Arte y la Cultura Audiovisual y uno de los destinos del Fondo de Fomento Audiovisual, el fomento y apoyo a la distribución, difusión y exhibición de obras nacionales o realizadas en coproducción.

COLOMBIA

La Ley N° 814, establece estímulos a la distribución de largometrajes nacionales reduciendo la cuota que los distribuidores deben pagar para el Desarrollo Cinematográfico, cuando en el año anterior hayan comercializado o distribuido un número de largometrajes nacionales igual o superior al que fije el Gobierno. El Gobierno podrá establecer también porcentajes mínimos de exhibición, brindando estímulos económicos a las salas que deban cumplir con estos porcentajes.

CUBA

Con la Ley N° 1959, el ICAIC queda facultado para promover la distribución organizada, controlada y permanente de los filmes cubanos tanto en el mercado nacional como en el extranjero; establece los principios, medidas y reglamentos necesarios para la protección de los filmes cubanos.

MÉXICO

En la Ley de Cinematografía de 1998, los exhibidores deben reservar el 10 % del tiempo total de exhibición para la proyección de películas nacionales, toda película nacional se estrenará por un período no inferior a una semana; las empresas que promuevan la producción, distribución, exhibición y/o comercialización de películas nacionales contarán con estímulos e incentivos fiscales.

PERÚ

La Ley N° 26370, establece para las obras peruanas de largometraje los mismos derechos de distribución y exhibición que las extranjeras, dejándolas en la competencia del libre mercado.

En la Ley de la Cinematografía Nacional de 2003 y la Reforma parcial que se le hace en 2005, se crea una cuota mínima de pantalla anual variable para las obras nacionales de estreno. Las distribuidoras están obligadas a distribuir un mínimo de 20 % del total de las obras distribuidas en el año fiscal con obras nacionales. En caso de insuficiencia de obras nacionales, la cuota se cumplirá con obras extranjeras de carácter independiente, artístico y cultural.

CINE LATINOAMERICANO NO NACIONAL EN LOS MERCADOS LOCALES

A pesar del Acuerdo para la creación de un Mercado Común Cinematográfico Latinoamericano, firmado en 1989 en la ciudad de Caracas, es muy poco lo que se ha adelantado en su conformación. El intercambio de películas entre los países de la propia región sigue siendo muy limitado y rara vez un filme que en su propio mercado local consiguió ser taquillero, logra algún interés significativo en el resto del mercado del continente. Existen excepciones en algunas películas, muchas de ellas coproducidas con países de industria cinematográfica más desarrollada, que han obtenido el reconocimiento de los festivales o de la crítica internacional y encuentran una favorable acogida en el mercado regional e internacional.

La distribución internacional de los filmes locales de mayor interés comercial suele estar a cargo de las *Majors* norteamericanas, debido a la poca capacidad de las empresas distribuidoras locales para proyectarse en el exterior en términos más o menos sostenibles.

En la investigación realizada, a pesar de no contarse con la información completa, se observa claramente el reducido número de largometrajes latinoamericanos estrenados comercialmente en los mercados de la región y, la baja respuesta del público hacia ellos. En la desigual competencia con el cine de Hollywood inciden las millonarias campañas de lanzamiento que realiza, el gran número de copias que distribuye y, el gusto del público mayoritario acostumbrado a las características comerciales de este cine.

Entre las películas latinoamericanas que fueron taquilleras en sus propios mercados internos y, a la vez lograron una distribución y exhibición exitosa en los mercados externos se destacan:

El ratón Pérez, coproducción argentina, donde lo cotidiano de los humanos convive con la fantasía del mundo infantil. Distribuida por Buenavista Internacional (Disney) y Filmax, tuvo en su mercado local

38 | 1 020 000 espectadores y, en otros 10 países de América Latina, 1 138 000 espectadores. En España fue galardonada con el Premio Goya a la mejor película animada de 2006, y a su exhibición acudieron 600 000 espectadores.

La mujer de mi hermano, coproducción chilena basada en un triángulo amoroso con dos hermanos; con director y guionista peruanos, productor venezolano y un elenco internacional de habla hispana. Distribuida por la 20th Century Fox y Lions Gate Films, en los Estados Unidos batió el record latino de taquilla. En Venezuela se ubicó en el tercer lugar de la lista de películas más vistas, solo por debajo de superproducciones hollywoodienses y; en México se convirtió en el segundo gran éxito latino del año. Según su productor, Stanislaw Jacubowicz, logró reunir unos cinco millones de U.S. dólares en toda Latinoamérica.

Babel y *El laberinto del fauno*, dos grandes producciones mexicanas asociadas con los Estados Unidos y España. Sus directores: Alejandro González Iñárritu y Guillermo del Toro, forman parte de una nueva generación de directores de cine mexicanos que han conquistado las claves de la industria cinematográfica internacional.

Babel, basada en la historia de la bíblica Torre, relata cuatro anécdotas unidas por un mismo hilo conductor: la incomunicación. El filme fue rodado en los Estados Unidos, Marruecos, México y Japón, en ella trabajaron actores como Brad Pitt y Cate Blanchet. En Los Ángeles ganó el Globo de Oro a la mejor película de género dramático; obtuvo 7 nominaciones al Oscar en el 2007. Su estreno en los Estados Unidos tuvo un aproximado de 35 millones de U.S. dólares recaudados en 17 semanas. Su distribución estuvo a cargo de Buena Vista Internacional.

El laberinto del fauno, rodada en España con un costo de 7 millones de euros, y ubicada en la época de la post guerra civil, une la realidad con la fantasía de una niña. Recibió 3 premios Goya, 3 premios Oscar y 7 nominaciones. Elegida como la mejor película del año 2006 por la Sociedad Nacional de Críticos Cinematográficos de los Estados Unidos fue, en ese país, la película hispana más taquillera. Su distribución estuvo a cargo de Warner Sogefilm.

En el mercado cinematográfico de Argentina, en los tres años del estudio se estrenaron 21 filmes latinoamericanos no nacionales (7,9 % del total de estrenos). De la cifra de espectadores solo se cuenta con las de los 15 estrenados en 2005 y 2006, que dan un total de 100 621 espectadores. Ninguno de estos estrenos logró llegar a los 50 mil.

En 2005 la más taquillera fue *Piratas en el Callao*, largometraje peruano de animación que tuvo 40 094 espectadores. En 2006 el documental *Salvador Allende*, coproducido por Chile, obtuvo 13 260 espectadores. Todas las demás películas, en los dos años, fluctuaron entre 6 346 y 467 espectadores, solo una llegó a tener 100 espectadores. (Tablas 8.1.1 y 8.1.2 – Anexo 1)

En Brasil, se estrenaron 35 filmes latinoamericanos no nacionales (11,1 % del total de estrenos), que contaron con 1 549 970 espectadores (1,71% del total). En el 2005 el más taquillero fue la película chilena *Machuca*, con 67 648 espectadores, seguida por la coproducción colombiana *María llena eres de gracia*, que obtuvo 53 151 espectadores y las argentinas *Conversaciones con mamá*, *La niña santa* y *Bombón, el perro*, que tuvieron 39 457; 28 878 y 23 872 espectadores respectivamente. En el 2006 se encuentra en primer lugar *Elsa y Fred*, coproducción argentina, con 157 423 espectadores, seguida por la también argentina *Luna de Avellaneda*, con 43 482. En el 2007, *Babel*, coproducción mexicana, tuvo 640 944 espectadores; *El pasado*, coproducción argentina, 173 821; *Antonia* y *Turistas*, ambas coproducciones chilenas, 79 428 y 74 924 espectadores respectivamente. El resto de los estrenos obtuvieron entre 13 557 y 154 espectadores. (Tablas 8.2.1 y 8.2.2 – Anexo 1)

El mercado de Colombia estrenó 21 filmes latinoamericanos no nacionales, entre los años 2005 y 2007 (3,7 % del total de estrenos), que contaron con 805 976 espectadores (4,04 % del total). En el 2005 el mayor número de espectadores lo obtuvo *Voces inocentes* de México con 43 898 espectadores, seguida por la argentina *No sos vos, soy yo*, con 18 931 y la chilena *Machuca*, con 14 09. En el 2006, la argentina *El ratón Pérez*, obtuvo 273 673 espectadores segunda de la coproducción chilena *La mujer de mi hermano* con 79 527 espectadores. En el 2007, *Babel*, coproducción mexicana, obtuvo 255 405 espectadores, seguida por la mexicana *Una película de huevos*, con 42 649 espectadores y, la peruana de animación *Dragones: destino de fuego*, 16 729. El resto de los estrenos tuvieron entre 13 562 y 1 357 espectadores. (Tablas 8.3.1 y 8.3.2 – Anexo 1)

En Chile se estrenaron entre el 2005 y el 2007, 46 filmes latinoamericanos no nacionales (11,27 % del total de estrenos), que tuvieron 494 006 espectadores (4,56 % del total). En el 2005, la película de mayor éxito fue la coproducción colombiana *María llena eres de gracia*, con 27 676 espectadores, seguida por la uruguaya *Whisky* y la peruana

40 | de animación *Piratas en el Callao*, con 18 028 y 14 893 espectadores respectivamente. En 2006, la coproducción chilena *La mujer de mi hermano*, obtuvo 43 256 espectadores seguida por la peruana de animación *Dragones: destino de fuego*, con 8 835 y la argentina *Iluminados por el fuego*, con 8 119. En el 2007, *Babel* y *El laberinto del fauno*, obtuvieron 187 065 y 51 846 espectadores respectivamente; *El ratón Pérez*, coproducción argentina, con 38 113 y *Una película de huevos*, de México con 15 642. El resto de los estrenos tuvieron en los tres años entre 9 313 y 227 espectadores. (Tablas 8.5.1 y 8.5.2 – Anexo 1)

En Perú se estrenaron, entre el 2005 y el 2007, 34 filmes latinoamericanos no nacionales (17,34 % del total de estrenos), que tuvieron 617 001 espectadores (4 % del total). En el 2005 la película más taquillera fue la argentina *Papá se volvió loco*, con 55 478 espectadores, seguida por la chilena *Mujeres infieles*, con 36 390. En el 2006, las argentinas *El ratón Pérez* y *Bañeros 3*, *Todopoderosos*, obtuvieron 44 449 y 20 945 espectadores respectivamente. En el 2007, *Babel* y *El laberinto del fauno*, obtuvieron 97 227 y 90 385 espectadores; *El ratón Pérez*, repitió su exhibición en este año y tuvo, 47 370 espectadores y, *Niñas mal*, de México, con 32 225. El resto de los estrenos en los tres años contaron con 16 391 y 1 084 espectadores. (Tablas 8.7.1 y 8.7.2 – Anexo 1)

De México solo tenemos información completa del año 2005, donde se estrenaron 7 filmes latinoamericanos no nacionales (2,50 % del total de estrenos), y contaron con 1 083 723 espectadores (0,66 % del total). La coproducción chilena *La mujer de mi hermano*, quedó lejos de las otras con 1 015 801 espectadores, seguida por la argentina *Bombón, el perro*, con 25 525; la chilena *Machuca*, con 20 155 y la argentina *El abrazo Partido*, con 19 583. Los otros estrenos tuvieron entre 1 629 y 238 espectadores. (Tablas 8.6.1 y 8.6.2 – Anexo 1)

De los estrenos latinoamericanos no nacionales en Venezuela, solo contamos con información de los años 2005 y 2006 y, del 2005, solo tenemos referencia de filmes sudamericanos y no de toda América Latina. En estos dos años y, con lo anotado anteriormente, tenemos 44 filmes estrenados (21,66 % del total de estrenos), que tuvieron 752 621 espectadores (4,07 % del total). De los 44 estrenos solo 6 pasaron los 100 mil espectadores. En los años 2005 y 2006, dos de las películas exhibidas en esos años batieron records de taquilla: *La mujer de mi hermano*, coproducción chilena, con 221 730 espectadores en el 2005 y 238 793 en el 2006, para un total de 460 523 espectadores y, la argentina *Papá se volvió loco*, con 72 700 espectadores en el 2005

y 74 324 en el 2006, con un total de 147 094 espectadores. En el 2006 se encuentran la argentina *El ratón Pérez*, con 79 516 espectadores y *Un macho de mujer*, de República Dominicana, con 33 059 espectadores. El resto de los estrenos, en esos años, obtuvo entre 8 086 y 1 572 espectadores, algunos sacaron cifras muy bajas que fluctuaron entre 391 y 22 espectadores. (Tablas 8.8.1 y 8.8.2 – Anexo 1)

Del mercado cinematográfico cubano solo contamos con información completa del año 2005, en el se estrenaron 3 filmes latinoamericanos no nacionales (13,04 % del total de estrenos), con 40 000 espectadores (3,70 % del total). El filme más taquillero fue *Iluminados por el fuego*, coproducción argentina que contó 20 800 espectadores, seguida por la coproducción peruana *Doble juego*, con 10 700 y, la coproducción venezolana *Punto y raya*, con 8 500. (Tablas 8.4.1 y 8.4.2 – Anexo 1)

IV

CINE LATINOAMERICANO EN OTRAS REGIONES

CINE LATINOAMERICANO EN LA UNIÓN EUROPEA

El mercado europeo representa actualmente un potencial de significativa importancia para la comercialización de películas latinoamericanas. Los lazos históricos y culturales que unen al continente americano con el “viejo continente” es la razón por la cual, más allá del atractivo económico, los productores cinematográficos latinoamericanos buscan ingresar a este mercado que, tal como sucede en gran parte del mundo, se encuentra dominado por las *Majors* norteamericanas.

En la investigación realizada por Gustavo Buquet sobre la “Inserción internacional del cine latinoamericano en mercados de la Unión Europea”,⁸ que comprende desde el año 2000 al 2006, apunta que en este período se estrenaron 279 películas de América Latina en la UE, lo que implica una tasa de exportación próxima al 30 % del total de películas producidas en la región. La cantidad de espectadores europeos que asistieron a estas películas superó ampliamente los 37 millones. Pero se debe considerar que estas cifras, aparentemente optimistas en términos absolutos, en términos relativos expresan la escasa incidencia del cine latinoamericano en los mercados europeos. Así los casi 38 millones de espectadores representan menos del 1 % del total de los mismos que reciben esos países.

España constituye el mercado más receptivo para las películas de América Latina con casi el 50 % de los espectadores de la Unión Europea, seguida de Francia con un 16 % de sus espectadores en la UE e Italia con un 8 %, esto confirma la importancia del área latina para la recepción de películas latinoamericanas en Europa.

Salvo raras excepciones, el cine de América Latina que se exhibe comercialmente en los mercados de la Unión Europea es el coproducido al menos con un país de esta región, predominando las

⁸ Puede ser consultada en los Anexos.

46 | coproducciones con España. Del total de películas estrenadas entre los años 2000 y 2006, solo el 18,63 % fueron producidas exclusivamente por un país latinoamericano. Entre ellas, escasamente cuatro se encuentran en las 50 películas más taquilleras, mientras que el resto tuvo menos de 20 mil espectadores.

En la Tabla 1.3 del Anexo Estadístico del estudio realizado por Gustavo Buquet, para la presente investigación, encontramos, entre otros, los datos que se presentan en el siguiente cuadro donde se consideran las películas latinoamericanas estrenadas en los mercados europeos entre los años 2000 y 2006, agrupadas según país productor mayoritario y, ordenadas según espectadores acumulados.

País	Películas estrenadas	Espectadores	% de las películas	% del mercado
Argentina	117	16 179 916	42%	43%
México	45	15 611 178	16%	41%
Brasil	45	2 676 033	16%	7%
Cuba	22	1 342 356	8%	4%
Colombia	10	987 876	4%	3%
Chile	26	613 833	9%	2%
Perú	7	239 120	3%	1%
Otros	7	40 604	3%	0%
TOTAL	279	37 690 916	100%	100%

Es necesario resaltar que las películas latinoamericanas más exitosas en la Unión Europea fueron aquellas coproducidas con los Estados Unidos, Francia y España; estas sustentan un importante porcentaje de los espectadores obtenidos por Argentina, México y Brasil entre los años 2000 y 2006.

En el caso de Argentina, que durante el período estudiado estrenó 117 filmes en la UE, dos de ellos (1,70 % del total de películas estrenadas) obtuvieron el 47,43 % de los espectadores: *Diarios de motocicleta*, coproducción Argentina / Estados Unidos / Gran Bretaña / Francia / Perú / Chile, con 3 515 265 espectadores y *El hijo de la novia*, coproducción Argentina / España, con 1 742 941 espectadores.

México estrenó 45 filmes, obtuvo con tres de ellos (6,60 % de los estrenos) el 47,43 % de los espectadores: *El mexicano*, coproducción México / Estados Unidos, con 3 365 792 espectadores; *El laberinto del fauno*, coproducción España / México, con 2 255 980 espectadores y *Babel*, coproducción México / Estados Unidos / Francia, con 1 782 694 espectadores.

Brasil estrenó 45 filmes y con uno de ellos (2,22 % de los estrenos) obtuvo el 49,78 % de los espectadores: *Cidade de Deus*, coproducción Brasil / Francia / Estados Unidos, con 1 332 148 espectadores.

CINE LATINOAMERICANO EN LOS ESTADOS UNIDOS

Históricamente, el mercado norteamericano ha sido esquivo no solo para las películas latinoamericanas sino para toda aquella obra cinematográfica extra-norteamericana o que no sea de lengua anglófona. Esto se debe principalmente al proteccionismo de hecho que significa el oligopolio de la industria cinematográfica norteamericana al controlar conjuntamente la producción, distribución y exhibición en más de 100 países.

Existen también otros factores, como el rechazo del público norteamericano promedio a relacionarse con bienes culturales de otras sociedades, o su reticencia a leer subtítulos en las películas. Pero la importante presencia latina en este país, 41 870 703 personas, según el censo de junio del 2006, que representa aproximadamente el 14 % de la población total, permite augurar que el cine latinoamericano puede ir ganando una mayor penetración en el mercado.

En la investigación realizada por Freya Schiwy y Toby Miller: “La distribución del cine y productos audiovisuales latinoamericanos en los Estados Unidos” (consultar en el Anexo), se constatan las dificultades que presenta la investigación del tema en el mercado norteamericano. En la Internet Movie Data Base (www.imdb.com) hace referencia al número de títulos producidos por años en los países de América Latina, uniendo en las cifras a documentales, filmes de ficción y producciones televisivas. Sobre la cantidad de filmes distribuidos comercialmente en los Estados Unidos se hace difícil obtener datos concretos y, el acceso a información sobre ganancias y estrategias de venta es imposible, debido a que este tipo de información es considerada “secretos de mercado”.

Otro problema que suele presentarse es cómo identificar aquellas películas como “producción nacional latinoamericana” pues, al ser

48 | coproducidas entre varios países de distintos continentes suelen ser estrenadas según el país, con distintas nacionalidades. Como ejemplo se presenta el caso de *Babel*, para Freya Schiwy y Toby Miller, este tipo de obra cinematográfica forma parte de un nuevo cine latinoamericano que ya no se concibe en nociones estrictamente nacionales, incrementando la sensación de un cine hemisférico.

Incluso con los problemas mencionados, el estudio de Schiwy y Miller presenta un cuadro con “Películas exitosas en los EE. UU., en el Siglo 21”

Título	País productor	Distribución en EE. UU.	Distribuidor	Ingresos en dólares
<i>Amores perros</i>	México	2001	Lions Gate, Nu Vision	5 383 834
<i>Y tu mamá también</i>	México /US	2002	IFC,FOX	13 622 333
<i>Nueve reinas</i>	Argentina	2002	Sony, BVI	1 221 261
<i>El hijo de la novia</i>	ARG/ESP	2002	Columbia Argentina VH	624 153
<i>Cidade de Deus</i>	BR/FR/US	2003-04	Miramax, BVI	7 563 397
<i>Carandiru</i>	BR/ARG	2004	Sony, Columbia	213 954
<i>María, llena eres de gracia</i>	COL/US	2004	Fine Line	6 517 198
<i>Diarios de motocicleta</i>	ARG/US/DE/ GB CL/PE/FR	2004	Focus, BVI	16 756 372
<i>El crimen del Padre Amaro</i>	MEX/ESP	2002-03	Sony, Samuel G.	5 709 616

V SÍNTESIS DE LA SITUACIÓN
ENCONTRADA

La información obtenida en el presente estudio, a pesar de no ser todo lo completa que hubiéramos deseado, permite contemplar el panorama actual de las cinematografías de América Latina cuyo desarrollo, tal como se ha mencionado anteriormente, depende en gran medida de la voluntad política de los gobiernos para su fomento, reflejada en legislaciones y acciones concretas.

Entre los años 2005 y 2007, las cinematografías de Argentina, Brasil y México, cada una con sus propias características, continúan siendo las más poderosas de la región con una marcada diferencia con las del resto de los países.

El auge en Argentina se demuestra con una producción de largometrajes que se mantiene en un promedio anual de 49 filmes, gran parte de ellos realizados en coproducción, con un incremento de estrenos nacionales en el mercado local que de 69 en el 2005 pasó a 74 en el 2006 y a 97 en el 2007, obteniendo como porcentajes del total de estrenos el 28,3 %; 27,30 % y 32,90 % respectivamente, y con una comercialización externa de sus películas que supera con creces a las otras cinematografías latinoamericanas. No obstante se ve ensombrecido por el alejamiento de su público ante las películas nacionales: 4,50 millones de espectadores en el 2005, 12,50 % del total de espectadores en el mercado; 4,10 millones en el 2006, 11,60 % del total, y 3,10 millones en el 2007, 8,93 % del total.

Los factores que inciden en esta situación, para los productores y cineastas argentinos, son los bajos recursos que el Fondo de Fomento destina a créditos para la producción; fomentando un cine de bajo costo que margina a creadores de prestigio que deben buscar un mayor apoyo financiero en el extranjero, dilatando el tiempo de producción y, arriesgando la posible pérdida de identidad en el relato de sus historias.⁹

⁹ Boletín DEISICA, 17. Año 2007. Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina. DAC, Directores Argentinos Cinematográficos. www.dacdirectoresdecine.org.ar.

52 | En Brasil y en México, las nuevas políticas y legislaciones de los últimos años se encuentran impulsando las respectivas cinematografías, tanto en el desarrollo de la producción como en el acceso a los mercados y la atracción del público hacia su propio cine.

En Brasil, la producción de largometrajes se incrementó de un 40 en el 2005 a un 60 en el 2006 y, 82 en el 2007. Los estrenos nacionales en el mercado local aumentaron de 51 en el 2005 a un 70 en el 2006 y 78 en el 2007. Contó con un público de 10,74; 9,49 y 10,31 millones de espectadores respectivamente, cubriendo como porcentajes del total de espectadores de esos años las cifras de 11,49 %, 9,94 % y 10,64 %.

La inversión del Estado brasileño en el cine nacional es mayor cada año, y el Programa de Fomento a la Producción / Creación Audiovisual, instituido por la Secretaría del Audiovisual del Ministerio de Cultura en 2003, articula las políticas públicas para el sector en los diferentes procesos productivos.

El crecimiento del cine brasileño, en el cual la modalidad de coproducción no es significativa, no se refleja sin embargo en su inserción en los mercados internacionales, siendo este uno de los principales objetivos de la política externa actual.

En México, de 26 largometrajes producidos en el 2005 se pasó a 60 en el 2006 y 70 en el 2007, la producción más alta en 17 años. Los estrenos nacionales en el mercado local aumentaron de 25 en el 2005, a 33 en el 2006 y 43 en el 2007, obteniendo un público de 5,99 millones de espectadores el primer año, 11 millones en el segundo y 14 millones en el tercero, para un porcentaje total de espectadores anuales de 3,67 %, 6,81 % y 8,23 % respectivamente.¹⁰

Con la participación estatal, entre los fideicomisos de apoyo a la producción (FOPROCINE y FIDECINE) y el estímulo fiscal que aplica el EFICINE, en 2007 se destinó la mayor cantidad de recursos a la producción cinematográfica, alrededor de 670 millones de pesos, monto que propició la participación de empresas privadas con recursos económicos por más de 700 millones de pesos en la producción de películas nacionales.¹¹ La comercialización del cine mexicano en el exterior es la segunda en cifras después del cine argentino.

¹⁰ Instituto Mexicano de Cinematografía. Informe de labores 2007.

¹¹ Nota de Prensa. <http://www.conaculta.gob.mx>

En Chile, la producción de largometrajes tuvo entre los años 2005 y 2007 un promedio anual de 12 filmes, y los estrenos nacionales en el mercado local alcanzaron en el 2005 la cifra record de 19, para bajar luego a 11 en el 2006, y 12 en el 2007. Sin embargo esta disminución en los estrenos fue positiva para corregir un fenómeno que se venía dando con el público. Desde el 2003, los estrenos nacionales habían aumentado de 8, a 12, para llegar a los 19 en el 2005, pero el número de espectadores fue evolucionando en proporción inversa: 15,80 % del total de espectadores en el 2003, 10,65 % en el 2004 y 4,3 % en el 2005. El excesivo volumen de las producciones locales y la superposición de estrenos trajo consigo esta situación. Al bajar el número de estrenos se fue recuperando al público: 0,73 millones de espectadores en el 2006 y 0,94 millones en el 2007, dieron como porcentajes del total de espectadores 6,89 % y 8,40 % respectivamente.

Gracias a la Ley de Fomento al Cine y al Audiovisual, promulgada en el 2004, que puso en marcha al Fondo de Fomento respectivo y a una serie de normativas existentes, entre ellas el Programa de Fomento al Cine, de CORFO, el cine chileno aumenta su calidad y prestigio.

En Colombia, la producción de largometrajes se mantuvo entre 2005 y 2007 con un promedio anual de 8 filmes. Los estrenos nacionales en el mercado local fueron 8, tanto en el 2005 como en el 2006; mientras que en el 2007 aumentaron a 12. En el 2005, el cine colombiano tuvo 2,05 millones de espectadores, es decir que un 4,39 % del total de largometrajes estrenados logró el 12,56 % del total de espectadores. En el 2006, nuevamente con 8 películas estrenadas, obtuvo 2,47 millones de espectadores, el 12,21 % del total. Sin embargo el 2007 fue decepcionante. Con 12 estrenos nacionales su público bajó a 2,40 millones de espectadores, un 11,61 % del total. En el 2005 y 2006, dos películas nacionales *Rosario Tijeras* y *Soñar no cuesta nada*, superaron el millón de espectadores cada una, en el 2007 ninguna superó los 500 mil.

Según el magazín *En Rodaje*,¹² en 2007 las películas colombianas que obtuvieron mayor taquilla fueron aquellas que contaron con el respaldo total de las dos grandes programadoras de televisión. Las películas

¹² <http://www.enrodaje.cinecolombiano.com>

54 | con menor taquilla no tuvieron este respaldo y, la menos favorecida había pasado 10 años buscando su financiamiento.

En Venezuela se puede observar que, a partir de la Reforma a la Ley de Cinematografía Nacional, en el 2005, aumentó la producción de largometrajes que fueron: 7 en el 2005 y 14 en el 2006. Del año 2007 no contamos con información. En las cifras obtenidas de los estrenos nacionales encontramos que en el 2005, con 4 estrenos nacionales se alcanzaron 1,14 millones de espectadores, un 6,33 % del total de espectadores del mercado, en el 2006, con 11 estrenos, se bajó a 0,75 millones de espectadores, 4,01 % del total y, en el 2007, con 14 estrenos, se subió a 1,30 millones de espectadores, 4,01 % del total. Todo indica que el cine venezolano se incrementa lo mismo en la producción como en los indicadores del mercado para el cine nacional. El interés del actual gobierno en dotar al Estado de una infraestructura física y presupuestaria para el crecimiento de la cinematografía venezolana lo ha llevado a la edificación de la Villa del Cine, una ciudadela inaugurada en el 2006 con capacidad para realizar 12 largometrajes al año, y al fortalecimiento del CNAC.

En Perú se tiene la convicción de que el cine nacional se encuentra en uno de sus mejores momentos, pero este concepto se basa más en el surgimiento de nuevos y talentosos realizadores y en un aumento de la producción que en los resultados del mercado local. La Producción de largometrajes aumentó de 4 en el 2005, a 6 en el 2006 y 2007. Los estrenos nacionales en el mercado local fueron 4 en el 2005, subieron a 10 en el 2006 y nuevamente fueron 4 en el 2007, para obtener un porcentaje total de estrenos de 2,3 %; 4,8 % y 1,9 % respectivamente. Su público fue de 0,74 millones de espectadores en el 2005, un 5,4 % del total; 1,09 millones en el 2006, un 6,9 % del total, y 0,24 millones en el 2007, un 1,5 % del total.

El único incentivo a la producción nacional son los Concursos que la Ley de la Cinematografía peruana establece con premios económicos no reembolsables; pero debido a los continuos recortes presupuestarios estos concursos solo se pueden convocar esporádicamente y, los montos de los premios no cubren lo establecido. Por lo general, las producciones peruanas son de bajo costo, algunas acuden al sistema de coproducción y otras al sistema digital que abarata los costos pero que, muchas veces, dificulta su difusión y acceso a las salas comerciales de cine.

En Cuba, por sus especiales condiciones, la producción de largometrajes se sustenta en las coproducciones. En el 2005 se realizaron 2 con España y, 1 con Brasil. En el 2006, 4 con España, en una de ellas participó Venezuela y en otra México. En el 2007, 3 fueron con España, en una participaron Italia y Costa Rica; posteriormente se realizaron 2 con Venezuela y 1 con Argentina en ellas Cuba fue coproductora, prestando servicios. El prestigio del cine cubano y de sus realizadores facilita su comercialización externa, especialmente en la Unión Europea.

Con un mercado cinematográfico pequeño y un bajo precio de la entrada a los cines, un importante rubro para obtener ingresos consiste en brindar servicios a otros países. Entre el 2005 y el 2007 el ICAIC prestó servicios a largometrajes de Francia, Canadá, Venezuela, Rusia y los Estados Unidos (*Sicko*, documental de Michael Moore), y a dos seriales de Televisión, uno de Bélgica y otro de Francia.

VI FORTALEZAS, DEBILIDADES Y CONCLUSIONES

Si bien existen diferencias entre las realidades cinematográficas de Argentina, Brasil, Colombia, Cuba, Chile, México, Perú y Venezuela, son mayores las coincidencias y tendencias que las unen. Solo el caso de Cuba tiene la particularidad de que tanto el control de la producción como del mercado cinematográfico se encuentran en manos del ICAIC.

Dentro de los elementos que constituyen fortalezas a favor de sus cinematografías se pueden mencionar:

–La reconocida capacidad productiva y creativa de sus cineastas, capacidad que se fortalece con el surgimiento de nuevos realizadores y técnicos y el incremento de centros de capacitación para el sector. A esto se suma una sólida tradición asociativa gremial que permite, en ciertos casos, una acción conjunta tanto a nivel nacional como latinoamericano e iberoamericano, y un mayor conocimiento sobre fuentes internacionales de aportes, subsidios y vías para coproducir.

–La existencia de legislaciones nacionales de cine que, aunque con marcadas diferencias, apoyan o intentan apoyar el desarrollo de sus cinematografías y posibilitan la firma de acuerdos y convenios de cooperación y coproducción con otros países. Resalta la importancia de las ayudas que ofrece el Fondo IBERMEDIA.

–Un elevado número de población que, en el conjunto de los ocho países, representa un potencial mercado para la industria cinematográfica nacional y regional; la acogida del público a ciertas películas nacionales en el circuito de salas comerciales y la todavía incipiente creación de redes de salas alternas y descentralizadas que en algunos países se están implementando.

Junto a estas fortalezas se pueden señalar algunas debilidades:

–La dificultad para financiar las obras cinematográficas, especialmente los largometrajes que deben competir en un mundo globalizado con una alta calidad técnica y artística. Las ayudas económicas que ofrecen los organismos estatales de cine suelen cubrir solo una parte del

60 | presupuesto y no siempre los beneficiarios logran conseguir en otras fuentes el dinero restante. Muchos de esos proyectos se frustran o se realizan a un bajo costo que incide en su calidad y limita su difusión.

—Las coproducciones, siendo una importante alternativa para que las películas latinoamericanas se lleguen a realizar, suelen llevarse a cabo con países de industria cinematográfica más poderosa que los pone en innegable ventaja, los costos de producción se elevan sensiblemente y hacen más difícil la recuperación de la inversión.

—La casi absoluta dependencia de los mercados cinematográficos locales para amortizar los costos de producción; el bajo poder adquisitivo de gran parte de su población y el dominio de las *Majors* con sus millonarias inversiones para captar a un público que se encuentra acostumbrado al estilo de Hollywood.

—Carencia de sistemas estatales de fiscalización o de información y datos estadísticos, que imposibilitan evaluar de manera confiable la evolución de las cinematografías y de los mercados locales y externos, situación que impide tomar medidas efectivas para su fortalecimiento.

Para llegar a conclusiones, se podría afirmar que la más importante tarea que el cine latinoamericano debe enfrentar es ir cerrando las brechas existentes entre los niveles de desarrollo de las cinematografías de la región y ampliándose al ámbito iberoamericano. Entre las necesidades para lograrlo se pueden mencionar:

—Motivar en los gobiernos de la región, especialmente en los de menor desarrollo cinematográfico y audiovisual, la aplicación de políticas de fomento a sus cinematografías nacionales y el fortalecimiento de los lazos de integración con las cinematografías iberoamericanas en su conjunto.

—Impulsar la creación de bases de datos y sistemas estadísticos confiables y de carácter público, que permitan monitorear la marcha de las cinematografías y los mercados de cada país, facilitando sobre la base de la información, la toma de decisiones que más convengan tanto en el diseño de las políticas públicas como en las empresariales, productivas y creativas.

—Propiciar las investigaciones dirigidas a conocer y analizar críticamente la evolución de la industria y los mercados del cine, con el objetivo de brindar una visión panorámica real de lo que acontece en estos campos.

–Promover la incorporación de la educación audiovisual en las legislaciones cinematográficas y educativas de la región, con particular atención al cine latinoamericano e iberoamericano y a la formación crítica de las nuevas generaciones de espectadores.

–Fomentar la realización de productos cinematográficos locales que, con suficiente calidad estética y técnica, puedan insertarse efectivamente en los mercados nacionales e internacionales, atendiendo a los cambios que se están produciendo en las demandas y en los consumos culturales.

–Fortalecer o poner en marcha políticas que promuevan medidas de fomento y estímulo a la distribución y exhibición del cine nacional en los mercados locales mediante cuotas de pantalla e incentivos que abarquen a distribuidores y exhibidores.

–Apoyar con recursos económicos públicos el mantenimiento y desarrollo del parque de salas cinematográficas que incluyan en su programación al cine nacional, latinoamericano e iberoamericano, impulsando a la vez la creación de circuitos alternativos que difundan las obras en sistema digital y el fortalecimiento de distribuidoras independientes.

–Fomentar la utilización de las diversas ventanas de difusión que hoy se ofrecen para el cine con los continuos adelantos tecnológicos.

–Implicar a los poderes públicos con el fin de lograr que el cine latinoamericano e iberoamericano se distribuya y exhiba más allá de sus fronteras nacionales, a través del establecimiento de medidas encaminadas a la corrección de las desigualdades e insuficiencias del mercado.¹³

¹³ De las “Conclusiones de la reunión preparatoria del Seminario de Distribución Cinematográfica de Iberoamérica”, Guadalajara, marzo, 2008.

BIBLIOGRAFÍA, LINKS, ORGANISMOS Y EMPRESAS CONSULTADOS

BIBLIOGRAFÍA

- Escrituras / Iniciativa Cultural: *Cinema do Mundo: industria, política e mercado*, América Latina, Volumen II, autores varios. Organizadora: Alessandra Meleiro, Sao Paulo, 2007.
- Fundación Carolina - Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano: “Producción, coproducción e intercambio de cine entre España, América Latina y el Caribe”, Avance de investigación N° 5, Madrid-La Habana, 2006.
- Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano (FNCL) - Organización de Estados Iberoamericanos (OEI): “Estudio preliminar: Distribución y exhibición de películas Iberoamericanas en América Latina y el Caribe (2003-2005)”, febrero, 2007.
- Getino, Octavio. *Cine Iberoamericano: Los desafíos del nuevo siglo*, Veritas-FNCL-UNESCO, San José de Costa Rica, 2007.
- González, Roque. “Mercado Cinematográfico del Mercosur: Distribución y exhibición”, 2007.
- León Moro, Javier: “Estudio sobre la Industria Audiovisual en Chile”, Promo Madrid / CEIM, octubre 2006.
- Observatorio Mercosur Audiovisual (OMA): “Distribución y exhibición cinematográfica en el Mercosur”, Documento de Trabajo N° 2, abril, 2007.

LINKS

www.ancine.gov.br
www.chileaudiovisual.cl
www.cinecaaci.com
www.cinelatinoamericano.org
www.incaa.gov.ar
www.oma.recam.org
www.fundacioncarolina.es
www.programaibermedia.com
www.mincultura.gov.co
www.proimágenescolombia.com
www.cnac.gob.ve
www.mcu.es
www.dacdirectoresdecine.org.arg
www.conaculta.gob.mx
www.enrodaje.cinecolombiano.com
www.conaculta.gob.mx

ORGANISMOS Y EMPRESAS

Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC),
 Venezuela.
 Cinedatos Consejo de las Artes y la Industria Audiovi-
 sual (CNCA), Chile.
 Consejo Nacional de Cinematografía del Perú (CONA-
 CINE).
 DEISICA, Argentina.
 Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura,
 Colombia.
 Estadísticas del Perú.
 Filme B, Brasil.
 Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano (FNCL), La
 Habana, Cuba.
 Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA),
 Argentina.
 Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos
 (ICAIC).
 Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE).
 Proimágenes en Movimiento, Colombia.
 Secretaría do Audiovisual, Ministerio de Cultura, Brasil.

ANEXOS

TABLA 1. Datos generales de los países del estudio

País	Superficie en Km ² *	Población (Millones de personas)	PIB (Millones de U.S.\$)
Argentina	2 767 000	38,971	313 783
Brasil	8 512 000	182,989	670 421.5
Colombia	1 141 748	46,772	99 302.5
Cuba	110 860	11,400	31 720.5**
Chile	757 000	16,436	93 196.2
México	1 964 365	107,537	636 161.3
Perú	1 285 216	28,349	65 408.1
Venezuela	916 445	27,031	131 269.7

*Sin incluir territorio antártico

** PIB año 2004

Fuente: *Anuario estadístico de América Latina y el Caribe*, 2006.

TABLA 2. Producción de largometrajes nacionales

País	2003	2004	2005	2006	2007
Argentina	48	38	41	58	48
Brasil	27	46	40	60	82
Colombia	6	7	8	8	8
Cuba	6	5	3	7	6
Chile	8	12	13	10	12
México	26	18	36	53	70
Perú	7	8	4	6	6
Venezuela	3	8	7	14	S/D

Fuente: INCAA, DEISICA, Nielsen, Filme-B, Proimágenes en Movimiento de Colombia, ICAIC, CNCA, CONACINE, IMCINE

NÚMERO DE COPRODUCCIONES ENTRE ESPAÑA Y LOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA INVOLUCRADOS EN EL PRESENTE ESTUDIO (2005-2006)

Año 2005

TABLA 3.1 Coproducciones Bipartitas

España Argentina	España Cuba	España Colombia	España Venezuela	España México	España Chile	España Brasil
7	3	2	1	1	1	1

TABLA 3.2 Coproducciones Tripartitas

España Francia Colombia	España Argentina Chile	España Argentina Brasil	España Argentina Italia	España Argentina México	España Francia Cuba
1	1	1	1	1	1

TABLA 3.3 Coproducciones Multipartitas

España Francia Bélgica Argentina	España Chile Venezuela Uruguay
1	1

Año 2006

TABLA 3.4 Coproducciones Bipartitas

España Argentina	España México	España Perú
8	5	2

TABLA 3.5 Coproducciones Tripartitas

España Colombia Venezuela
1

España Francia Argentina Portugal
1

TABLA 3.7 La coproducción con España (2005 – 2006)
 (En orden de las cifras)

País	2005	2006	Total Coproducciones
Argentina	12	9	21
México	2	5	7
Colombia	3	1	4
Cuba	4	-	4
Chile	3	-	3
Venezuela	2	1	3
Brasil	2	-	2
Perú	-	2	2

Nota: En algunos casos de películas de coproducción tripartita o multipartita, los filmes figuran en cada país participante por lo que la presencia de la película se duplica o triplica.

Fuente: Ministerio de Cultura de España <http://www.mcu.es>

ARGENTINA
2005 – 2007

TABLA 4.1.1 Coproducciones Bipartitas

Argentina España	Argentina Paraguay	Argentina Chile	Argentina Francia	Argentina Bolivia
16	3	6	1	1
Argentina Brasil	Argentina Jamaica	Argentina Cuba	Argentina Uruguay	Argentina Perú
1	1	1	1	1

TABLA 4.1.2 Coproducciones Tripartitas

Argentina Brasil Suiza	Argentina Uruguay Venezuela	Argentina Brasil Portugal	Argentina Italia Inglaterra	Argentina España Francia	Argentina Francia Alemania
1	1	1	1	1	1
Argentina Bolivia Cuba	Argentina Uruguay Canadá	Argentina Chile España	Argentina España Italia	Argentina Uruguay España	Argentina Perú Cuba
1	1	1	1	1	1

TABLA 4.1.3 Coproducciones Multipartitas

Argentina España Italia Francia	Argentina Uruguay Alemania Francia	Argentina España Bélgica Francia	Argentina México Brasil España	Argentina España Francia Portugal	Argentina Perú Alemania Francia
1	1	1	1	1	1

TABLA 4.2.1 Coproducciones Bipartitas

Brasil Chile	Brasil Argentina	Brasil Cuba
1	1	1

TABLA 4.2.1 Coproducciones Tripartitas

Brasil Uruguay Canadá	Brasil Argentina Portugal
1	1

TABLA 4.2.2 Coproducciones Multipartitas

Brasil Uruguay Venezuela Francia	Brasil México Argentina España
1	1

TABLA 4.3.1 Coproducciones Bipartitas

Colombia España	Colombia Argentina	Colombia USA	Colombia Francia	Colombia México
2	1	1	1	1

TABLA 4.3.2 Coproducciones Tripartitas

Colombia España México
1

Colombia España México Brasil
1

CUBA

2005 – 2007

TABLA 4.4.1 Coproducciones Bipartitas

Cuba España	Cuba Colombia	Cuba Brasil	Cuba Argentina	Cuba Venezuela
6	1	1	1	2

TABLA 4.4.2 Coproducciones Tripartitas

Cuba España Venezuela	Cuba España México
1	1

TABLA 4.4.3 Coproducciones Multipartitas

Cuba España Costa Rica Italia
1

TABLA 4.5.1 Coproducciones Bipartitas

Chile Argentina	Chile España	Chile Brasil
3	3	1

TABLA 4.5.2 Coproducciones Tripartitas

Chile Argentina España	Chile Perú Cuba
1	1

MÉXICO
2005- 2007

TABLA 4.6.1 Coproducciones Bipartitas

México España
2

TABLA 4.6.2 Coproducciones Tripartitas

México Francia USA	México Cuba España
2	1

74 | TABLA 4.6.3 Coproducciones Multipartitas

México Venezuela Perú Colombia	México Colombia España Brasil	México Brasil Argentina España	México España Francia Alemania Bélgica
1	1	1	1

PERÚ

2005 – 2007

TABLA 4.7.1 Coproducciones Bipartitas

Perú España	Perú Brasil	Perú Alemania	Perú Argentina
6	1	1	1

TABLA 4.7.2 Coproducciones Tripartitas

Perú Chile Cuba	Perú Cuba Argentina	Perú Bolivia Venezuela
1	1	1

TABLA 4.7.3 Coproducciones Multipartitas

Perú Argentina Alemania Francia	Perú Venezuela Colombia México
1	1

TABLA 4.8.1 Coproducciones Bipartitas

Venezuela Argentina	Venezuela Cuba
1	2

TABLA 4.8.2 Coproducciones Tripartitas

Venezuela Uruguay Perú	Venezuela Argentina Uruguay
1	1

MERCADO CINEMATOGRAFICO. CONDICIONES GENERALES

TABLA 5.1. ARGENTINA

Año	N° de pantallas	Total de Películas estrenadas	Total de Espectadores (millones)	Recaudación (millones de \$US)	Precio medio de la entrada (\$US)
2005	999	241	36,00	81,20	2,30
2006	990	271	35,40	91,80	2,60
2007	953	292	34,70	106,30	3,10

Fuente: DEISICA, Observatorio MERCOSUR Audiovisual (OMA-RECAM)

TABLA 5.2 BRASIL

Año	N° de pantallas	Total de Películas estrenadas	Total de Espectadores (millones)	Recaudación (millones de \$US)	Precio medio de la entrada (\$US)
2005	2 088	278	93,49	269,38	2,88
2006	2 095	332	91,27	318,80	3,49
2007	2 120	338	89,32	401,66	4,53

Fuente: Filme B, Ancine, Observatorio MERCOSUR Audiovisual (OMA- RECAM)

Año	N° de pantallas	Total de Películas estrenadas	Total de Espectadores (millones)	Recaudación (millones de \$US)	Precio medio de la entrada (\$US)
2005	444	182	16,31	67,27	4,57
2006	475	168	20,22	89,78	3,80
2007	439	198	20,67	93,01	5,72

Fuente: Proimágenes en Movimiento de Colombia, www.cinecolombia.com.co
 Tipo de cambio 1 US \$ = 1745.5 Pesos colombianos

TABLA 5.4 CUBA

Año	N° de pantallas	Total de Películas estrenadas	Total de Espectadores (millones)	Recaudación (millones de \$US)	Precio medio de la entrada (US\$)
2005	365	23	1,08	0,052	0,05

Fuente: ICAIC, Estadísticas Culturales, Ministerio de Cultura Dirección de Economía.

Tipo de cambio 1 US \$ = 24 Pesos cubanos

TABLA 5.5 CHILE

Año	N° de pantallas	Total de Películas estrenadas	Total de Espectadores (millones)	Recaudación (millones de \$US)	Precio medio de la entrada (\$US)
2005	292	211	9,92	35,73	2,95
2006	273	202	10,60	46,95	3,80
2007	268	183	11,18	52,86	4,10

Fuente: CNCA

TABLA 5.6 MÉXICO

Año	N° de pantallas	Total de Películas estrenadas	Total de Espectadores (millones)	Recaudación (millones de \$US)	Precio medio de la entrada (\$US)
2005	3 536	279	163	522,66	3,19
2006	3 700	269	161,5	559,66	4,64
2007	3 936	361*	174,3	596,33	4,80*

Fuente: IMCINE, ww.ckk.cineticket.com.mx

Tipo de cambio 1 US \$ = 10,325 pesos mexicanos

*Datos estimados

TABLA 5.7 PERÚ

Año	N° de Pantallas	Total de Películas estrenadas	Total de Espectadores (millones)	Recaudación (millones de \$US)	Precio medio de la entrada (\$US)
2005	261	177	13,6	29,6	3,63
2006	262	208	15,7	34,85	3,36
2007	291	212	16,3	39,12	3,50

Fuente: Cinedatos Estadísticas del Perú

Tipo de cambio (2005) 1 US \$ = 3,294 Nuevos soles (www.inei.gob.pe)

Tipo de cambio (2006) 1 US \$ = 3,266 Nuevos soles (www.inei.gob.pe)

Tipo de cambio (2007) 1 US \$ = 3,123 Nuevos soles (www.inei.gob.pe)

TABLA 5.8 VENEZUELA

Año	N° de Pantallas	Total de Películas estrenadas	Total de Espectadores (millones)	Recaudación (millones de \$US)	Precio medio de la entrada (\$US)
2005	394	159	18,00	52,70	2,92
2006	402	221	18,70	61,46	3,27
2007	405	158	23,27	88,97	4,65

Fuente: CNAC, Filme B, Proimágenes en Movimiento, www.cinesunidos.com, Observatorio MERCOSUR Audiovisual (OMA- RECAM)

Tipo de cambio 1 US \$ = 2147,3 Bolívares venezolanos

Empresa/País	Columbia	Disney	Fox	UIP	Warner
Argentina	X (1)	X (1)	X (1)	X (1)	X (1)
Brasil	X (1)	X (1)	X (1)	X (1)	X (1)
Colombia	X (1)	X (1)	X	X (1)	X
Chile	X (1)	X (1)	X (1)	X (1)	X (1)
México	X (1)	X (1)	X (1)	X (2)	X (1)
Perú	X (1)	X	X (1)	X (1)	X (1)
Venezuela	X	X (1)	X	X (1)	X

Notas: Columbia opera con Sony y UIP con Universal y Paramount.

La *Major* tiene oficina en el país.

México tiene sucursales separadas de Universal y Paramount.

CINE NACIONAL EN LOS MERCADOS LOCALES

TABLA 7.1.1 ARGENTINA

Año	Películas Nacionales Estrenadas	% Mercado	Total de Espectadores (millones)	% Mercado	Recaudación (millones de \$US)	% Mercado
2005	69	28,63%	4,50	12,50%	10,20	12,56%
2006	74	27,30%	4,10	11,58%	10,60	11,55%
2007	96	32,87%	3,10	8,93%	9,60	9,03%

Fuente: DEISICA, INCAA, Nielsen

TABLA 7.1.2 Largometrajes nacionales con más de 100 mil espectadores

Año de estreno	Título	Distribuidora	Total de Espectadores	Recaudación (US\$)
2005	<i>Papá se volvió loco</i>	ARG. SONO FILM	1 486 490	3 167 903,52
	<i>El Aura</i>	DISNEY	594 980	1 374 965,68
	<i>Elsa y Fred</i>	COLUMBIA	535 531	1 173 160,96
	<i>Tiempo de valientes</i>	FOX FILM DE LA ARGENTINA S.A.	446 178	1 065 838,64
	<i>Illuminados por el fuego</i>	DISTRIBUTION COMPANY ARGENTINA S.A	309 042	692 173,01
	<i>Whisky, Romeo, Zulu</i>	DISTRIBUTION COMPANY ARGENTINA S.A	195 394	430 707,04
	<i>Cama adentro</i>	DISTRIBUTION COMPANY ARGENTINA S.A	106 190	208 182,59
Total			3 673 805	8 112 931,44

2006	<i>Bañeros 3, Todo-poderosos</i>	ARG. SONO FILM	1 072 659	2 918 140,83
	<i>El ratón Pérez</i>	THE WALT DISNEY STUDIOS S.A.	891 599	2 213 825,91
	<i>Patoruzito 2, La Gran Aventura</i>	WARNER BROS SOUTH INC.	316 847	732 453,27
	<i>Crónicas de una fuga</i>	FOX FILM DE LA ARGENTINA S.A.	198 605	542 484,38
	<i>Las manos</i>	PRIMER PLANO FILM GROUP S.A.	192 844	500 901,38
	<i>Derecho de familia</i>	DISTRIBUTION COMPANY ARGENTINA S.A	185 254	471 002,88
	<i>El método</i>	ALFA FILMS	138 103	346 514,90
	<i>Fuerza Aérea Sociedad Anónima</i>	DISTRIBUTION COMPANY ARGENTINA S.A	113 251	327 243,03
Total			3 109 162	7 581 563,7
2007	<i>Incorregibles</i>	S/D	766 931	2 393 075,00
	<i>¿Quién dice que es fácil?</i>	S/D	420 738	1 294 506,00
	<i>La señal</i>	S/D	359 850	1 137 166,70
	<i>El arca</i>	S/D	334 850	952 734,19
	<i>Isidoro</i>	S/D	269 173	703 976,48
	<i>XXY</i>	S/D	188 694	597 688,37
	<i>Tocar el cielo</i>	S/D	164 637	498 350,23
Total			2 504 873	7 577 497,97

Fuente: INCAA – DEISICA

TABLA 7.2.1 BRASIL

Año	Películas Nacionales Estrenadas	% Mercado	Total de Espectadores (Millones)	% Mercado	Recaudación (Millones de \$US)	% Mercado
2005	51	18,35%	10,74	11,49%	30,96	11,50%
2006	70	21,10%	9,94	10,90%	34,72	10,90%
2007	82	24,26%	10,31	11,54%	44,60	11,10%

Fuente: ANCINE, Filme B

TABLA 7.2.2 Largometrajes nacionales con más de 100 mil espectadores

Año de estreno	Título	Distribuidora	Total de Espectadores	Recaudación (US\$)
2005	<i>Dois filhos de Francisco</i>	COLUMBIA	5 319 677	15 211 549,75
	<i>Xuxa e o Tesouro da cidade perdida</i>	WARNER	1 331 652	2 944 147,699
	<i>O casamento de Romeu e Julieta</i>	BUENA VISTA	969 278	3 024 878,558
	<i>Tainá 2: A aventura continúa</i>	COLUMBIA	788 442	1 910 212,716
	<i>O Coronel e o Lobisomen</i>	FOX	654 983	1 937 662,791
	<i>Meu Tio matou um Cara</i>	FOX	591 120	1 695 986,257
	<i>Eliana em O Segredo dos Golfinhos</i>	FOX	330 742	837 732,3279
	<i>Mais uma vez Amor</i>	WARNER	228 567	688 546,7104
	<i>Vinicius</i>	UIP	205 503	778 965,1729
	<i>Casa de areia</i>	COLUMBIA	187 296	645 135,3452
	<i>Cidade Baixa</i>	LUMIÉRE/ VIDEOFILMES	11 224	386 968,2244
Total			10 618 484	30 061 785,55

cont...

2006	<i>Se eu fosse você</i>	FOX	3 664 956	13 318 473,33
	<i>Didi, o caçador de tesouros</i>	BUENA VISTA	1 024 732	2 864 874,97
	<i>Xuxa Gêmeas</i>	FOX	997 424	2 655 180,48
	<i>Zuzu Angel</i>	WARNER	774 318	2 666 463,08
	<i>O cavaleiro Didi e a princesa Lili</i>	BUENA VISTA	735 886	2 132 693,11
	<i>Casseta e Planeta - Seus problemas acabaram</i>	EUROPA/ MAM	596 624	1 963 201,65
	<i>Muito gelo e dois dedos d' água</i>	BUENA VISTA	509 098	1 824 297,94
	<i>Trair e coçar é só começar</i>	FOX	481 006	1 605 767,04
	<i>O ano em que meus paes saíram de férias</i>	BUENA VISTA	354 447	1 411 941,24
	<i>Fica conmigo esta noite</i>	BUENA VISTA	249 248	886 673,29
	<i>O mistério de Irma Vap</i>	DOWTOWN	247 325	1 031 301,67
<i>O maior amor do mundo</i>	SONY	209 741	793 905,47	
Total			9 844 805	33 154 773,32

2007	<i>Tropa de elite</i>	UNI	2 417 754	11 496 869
	<i>A grande família – O Filme</i>	EUR/MAM	2 035 576	8 727 305
	<i>Primo Basíleo</i>	BVI	838 726	3 594 533
	<i>Turma da Mônica em...</i>	BVI	531 656	2 233 121
	<i>Xuxa Gêmea</i>	FOX	572 264	18 204 59
	<i>O cavaleiro didi e a princesa Lili</i>	BVI	518 683	1 819 869
	<i>Ó pai, ó</i>	EUR/MAM	397 075	1 788 418
	<i>O homem que desafiou o diabo</i>	WAR	422 855	1 686 698
	<i>Cidade dos homens – O filme</i>	FOX	282 085	1 260 790
	<i>Caixa Dois</i>	BVI	247 292	1 186 801
	<i>O Passado</i>	WAR	173 821	902 979
	<i>Saneamiento Básico, O Filme</i>	SONY	190 656	830 031
	<i>O cheriro do Ralo</i>	EST	170 136	796 091
	<i>O Magnata</i>	BVI	147 592	637 535
	<i>Não por acaso</i>	FOX	119 973	552 436
<i>Xuxa em sonho de menina</i>	WAR	126 499	444 588	
Total			9 191 643	39 778 523

Fuente: Ancine – Filme B

Año	Películas Nacionales Estrenadas	% Mercado	Total de Espectadores (Millones)	% Mercado	Recaudación (Millones de \$US)	% Mercado
2005	8	4,39%	2,05	12,56%	9,39	13,95%
2006	8	4,76%	2,47	12,21%	13,00	14,47%
2007	10	5,05%	2,40	11,61%	10,82*	1,63%

Fuente: Proimágenes en Movimiento de Colombia, www.enrodaje.cinecolombia.com

TABLA 7.3.2 Largometrajes nacionales con más de 100 mil espectadores

Año de estreno	Título	Distribuidora	Total de Espectadores	Recaudación (US\$)
2005	<i>Rosario Tijeras</i>	S/D	1 053 000	S/D
	<i>Mi abuelo, mi papá y yo</i>	S/D	470 000	S/D
	<i>Perder es cuestión de método</i>	S/D	252 000	S/D
	<i>Sumas y restas</i>	S/D	247 000	S/D
Total			2 022 000	S/D
2006	<i>Soñar no cuesta nada</i>	S/D	1 198 172	S/D
	<i>Karmma</i>	S/D	412 884	S/D
	<i>El colombian dream</i>	S/D	377 692	S/D
	<i>Cartas del gordo</i>	S/D	350 000	S/D
	<i>Al final del espectro</i>	S/D	245 000	S/D
	<i>Dios los junta y ellos se separan</i>	S/D	245 000	S/D
Total			2 828 748	S/D

cont...

2007	<i>Bluff</i>	S/D	494 000	S/D
	<i>Satanás</i>	S/D	465 000	S/D
	<i>Esto huele mal</i>	S/D	409 000	S/D
	<i>La Ministra inmoral</i>	S/D	137 000	S/D
Total			1 506 007	S/D

Fuente: Proimágenes en Movimiento de Colombia, “Iberoamérica 2007, Datos y Tendencias del Sector Cinematográfico Iberoamericano” Media Research Consultancy (MRC).

TABLA 7.4.1 CUBA

Año	Películas Nacionales Estrenadas	% Mercado	Total de Espectadores (Millones)	% Mercado	Recaudación (Millones de \$US)	% Mercado
2005	2	8,69%	0,105.8	9,79%	0,008	15,42%
2006	3	S/D	0,607.8	S/D	0,045	S/D

Fuente: ICAIC

TABLA 7.4.2 Largometrajes nacionales con más de 100 mil espectadores

Año de estreno	Título	Distribuidora	Total de Espectadores	Recaudación (US\$)
2006	<i>El Benny</i>	ICAIC	435 000	32 000
	<i>Barrio Cuba</i>	ICAIC	105 700	8 000
Total			540 700	42 000

Fuente: ICAIC

Nota: La información del año 2006 corresponde hasta terminado el tercer trimestre.

Tipo de cambio 1US \$= 24 Pesos cubanos

Año	Películas Nacionales Estrenadas	% Mercado	Total de Espectadores (Millones)	% Mercado	Recaudación (\$US)	% Mercado
2005	19	9,00%	0,40	4,03%	1,19	3,33%
2006	11	5,44%	0,73	6,89%	3,21	6,84%
2007	12	6,56%	0,94	8,40%	4,21	7,96%

Fuente: Observatorio MERCOSUR Audiovisual (OMA-RECAM), CNCA.

TABLA 7.5.2 Largometrajes nacionales con más de 100 mil espectadores

Año de estreno	Título	Distribuidora	Total de Espectadores	Recaudación (US\$)
2005	<i>Mi mejor enemigo</i>	Bazuca Films	115 043	S/D
Total			115 043	S/D
2006	<i>El Rey de los Huevones</i>	S/D	309 505	1 360 389
	<i>Rojo</i>	S/D	175 793	748 368
	<i>Fuga</i>	S/D	100 056	458 101
Total			585 354	2 566 858
2007	<i>Papelucho y el Marciano</i>	Bazuca Films	194 913	878 282
	<i>Radio Corazón</i>	Bazuca Films	363 003	1 728 977
	<i>Che Kopete,</i>	Arcadia	220 462	861 070
Total			778 378	3 468 329

Fuente: CNCA

TABLA 7.6.1 México

Año	Películas Nacionales Estrenadas	% Mercado	Total de Espectadores (Millones)	% Mercado	Recaudación (Millones de \$US)	% Mercado
2005	25	8,9%	7,00	4,29%	21,98	4,20%
2006	26	9,6%	11,00	6,83%	38,00*	6,78%*
2007	43	11,9%	14,00	8,03%	50,00	8,38%

Fuente: IMCINE

* Datos estimados

TABLA 7.6.2 Largometrajes nacionales con más de 100 mil espectadores

Año de estreno	Título	Distribuidora	Total de Espectadores	Recaudación (US\$)
2005	<i>Voces inocentes</i>	VIDEOCINE	1 893 343	5 428 408
	<i>La última noche</i>	VIDEOCINE	763 177	2 524 224
	<i>7 Días</i>	VIDEOCINE	699 301	2 390 704
	<i>Cicatrices</i>	VIDEOCINE	525 136	1 677 978
	<i>Al otro lado</i>	DE CINE	435 957	1 506 356
	<i>Imaginum</i>	VIDEOCINE	240 341	760 244
	<i>Puños rosas</i>	VIDEOCINE	143 539	473 459
	<i>Manos Libre... Nadie te habla</i>	VIDEOCINE	124 721	419 589
	<i>Parejas</i>	VIDEOCINE	111 215	383 323
	<i>Club Eutanasia</i>	DE CINE	110 936	386 460
Total			5 047 666	15 950 745

2006	<i>Kilómetro 31</i>	S/D	3 200 000	S/D
	<i>Una película de huevos</i>	S/D	3 835 364	6 249 778
	<i>Babel</i>	S/D	2 151 541	3 505 965
	<i>El Laberinto del Fauno</i>	S/D	2 047 157	3 335 870
	<i>Cansada de besar sapos</i>	S/D	1 994 359	3 249 835
	<i>Efectos secundarios</i>	S/D	1 304 804	2 126 196
	<i>Un mundo maravilloso</i>	S/D	813 127	1 325 001
	<i>Sexo, amor y otras perversiones</i>	S/D	640 243	1 043 285
	<i>Así del precipicio</i>	S/D	631 876	1 029 650
	<i>Bandidas</i>	S/D	275 937	449 642
	<i>Rosario Tijeras</i>	S/D	135 523	220 836
Total			17 029 931	22 536 058

Fuente: "Iberoamérica 2007, Datos y Tendencias del Sector Cinematográfico Iberoamericano" Media Research & Consultancy (MRC). "Estudio Preliminar Distribución, Exhibición de Películas Iberoamericanas en América Latina y El Caribe 2003-2005" FNCL, OEI.

Tipo de cambio 1 EURO= 1,5432 Dólares americanos

TABLA 7.7.1 PERÚ

Año	Películas Nacionales Estrenadas	% Mercado	Total de Espectadores (Millones)	% Mercado	Recaudación (Millones de US\$)	% Mercado
2005	4	2,3%	0,74	5,4%	1,09	3,68%
2006	10	4,8%	1,09	6,9%	2,25	6,45%
2007	4	1,9%	0,24	1,5%	0,53	1,35%

Fuente: Cinedatos Estadísticas del Perú.

Tipo de cambio (2005) 1 US \$ = 3,294 Nuevos soles (www.inei.gov.pe)

Tipo de cambio (2006) 1 US \$ = 3,266 Nuevos soles (www.inei.gov.pe)

Tipo de cambio (2007) 1 US \$ = 3,123 Nuevos soles (www.inei.gov.pe)

TABLA 7.7.2 Largometrajes nacionales con más de 100 mil espectadores

Año de estreno	Título	Distribuidora	Total de Espectadores	Recaudación (Millones de US\$)
2005	<i>Mañana te cuento</i>	Incacine	288 242	409 641
	<i>Piratas en el Callao</i>	UIP	282 252	435 903
	<i>Un día sin sexo</i>	Luna Llena	156 020	212 316
Total			726 514	1 057 860
2006	<i>Dragones: Destino de Fuego</i>	Andes	270 721	547 240,35
	<i>La mujer de mi hermano</i>	Warner Fox	237 551	515 626,45
	<i>Chicha tu madre</i>	Primi Quatrini	157 498	283 474,28
	<i>Mariposa negra</i>	Inca Cine	112 091	229 292,40
Total			777 861	1 575 633, 48
2007	<i>La gran sangre</i>	Andes	185 138	412 432,60
Total			185 138	412 432,60

Fuente: Elaboración propia con datos de CINEDATOS Estadísticas del Perú.

Tipo de cambio (2005) 1 US \$ = 3,294 Nuevos soles (www.inei.gov.pe)

Tipo de cambio (2006) 1 US \$ = 3.266 Nuevos soles (www.inei.gov.pe)

Tipo de cambio (2007) 1 US \$ = 3.123 Nuevos soles (www.inei.gov.pe)

TABLA 7.8.1 VENEZUELA

Año	Películas Nacionales Estrenadas	% Mercado	Total de Espectadores (Millones)	% Mercado	Recaudación (Millones de \$US)	% Mercado
2005	4	2,52%	1,14	6,33%	3,19	6,05%
2006	11	4,98%	0,75	4,01%	2,46	4,00%
2007	14	8,86%	1,30	5,91%	s/d	s/d

Fuente: CNAC

Tipo de cambio usado 1 US \$ = 2147,3 Bolívares venezolanos

Largometrajes nacionales con más de 100 mil espectadores

Año de estreno	Título	Distribuidora	Total de Espectadores	Recaudación (US\$)
2005	<i>Secuestro Express</i>	Miramax	932 530	2 501 208,49
	<i>El Caracazo</i>	Cinematográfica Blancica C A	149 222	430 794,09
Total			1 081 752	2 932 002,58
2006	<i>La mujer de mi hermano</i>	Empresa Cines Unidos C.A	238 793	745 011
	<i>Francisco de Miranda</i>	Cinematográfica Blancica C A	195 103	633 450
	<i>El Don</i>	Cinematográfica Blancica C A	163 347	506 040
	<i>Elipsis</i>	Empresa Cines Unidos C.A	145 659	503 387
Total			742 902	2 387 888

Fuente: CNAC

TABLA 8.1.1 ARGENTINA

Año de estreno	Cantidad de estrenos latinoamericanos no nacionales	Origen de los estrenos
2005	7	Brasil (3); Chile (1); Perú (1); México (1); Cuba (1)
2006	8	Brasil (3); Chile (2); Colombia (1); México (1) Uruguay (1)
2007	6	México (5); Perú (1)

Fuente: Filme B, DEISICA

TABLA 8.1.2

Año	Filmes estrenados	% del Mercado	Espectadores	% del Mercado
2005	7	2,90%	64 470	0,17
2006	8	2,95%	36 151	0,101
2007	6	2,05%	S/D	S/D

Fuente: Filme B, DEISICA

Nota: En el año 2006, falta la información de espectadores de 1 filme del Brasil.

TABLA 8.2.1 BRASIL

Año de estreno	Cantidad de estrenos latinoamericanos no nacionales	Origen de los estrenos
2005	11	Argentina (7); México (2); Chile (1); Colombia (1)
2006	10	Argentina (8); México (1); Cuba (1)
2007	14	Argentina (8); México (4); Chile (2)

Fuente: Filme B, Observatorio MERCOSUR Audiovisual (OMA- RECAM)

TABLA 8.2.2

Año	Filmes estrenados	% del Mercado	Espectadores	% del Mercado
2005	11	3,95%	273 023	0,29
2006	10	3,01%	283 037	0,31
2007	14	4,14%	993 910	1,11

Fuente: Filme B, Observatorio MERCOSUR Audiovisual (OMA- RECAM)

TABLA 8.3.1 COLOMBIA

Año de estreno	Cantidad de estrenos latinoamericanos no nacionales	Origen de los estrenos
2005	7	Argentina (3); México (2); Chile (1); Uruguay (1)
2006	4	Chile (2); Argentina (1); Brasil (1)
2007	10	Argentina (5); México (3); Perú (2)

Fuente: Proimágenes en Movimiento de Colombia.

TABLA 8.3.2

Año	Filmes estrenados	% del Mercado	Espectadores	% del Mercado
2005	7	3,84%	94 674	0,57
2006	4	2,38%	362 119	1,79
2007	10	5,05%	349 133	1,68

Fuente: Proimágenes en Movimiento de Colombia.

TABLA 8.4.1 CUBA

Año de estreno	Cantidad de estrenos latinoamericanos no nacionales	Origen de los estrenos
2005	3	Argentina (1); Perú (1); Venezuela (1)

Fuente: ICAIC

TABLA 8.4.2

Año	Filmes estrenados	% del Mercado	Espectadores	% del Mercado
2005	3	13,04	40 000	3,70

Fuente: ICAIC

Año de estreno	Cantidad de estrenos latinoamericanos no nacionales	Origen de los estrenos
2005*	13	Argentina (7); Colombia (1); Brasil (1); México (1); Perú (1); Uruguay (1); Cuba (1)
2006	18	Argentina (7); México (3); Perú (3); Brasil (2); Bolivia (1); Colombia (1); Venezuela (1)
2007	15	Argentina (7); México (5); Brasil (2); Cuba (1)

Fuente: CNCA, Observatorio MERCOSUR Audiovisual (OMA-RECAM).

TABLA 8.5.2

Año	Filmes estrenados	% del Mercado	Espectadores	% del Mercado
2005	13	6,16%	97 455	0,98
2006	18	8,91%	80 606	0,76
2007	15	8,19%	315 945	2,82

Fuente: CNCA, Observatorio MERCOSUR Audiovisual (OMA-RECAM).

TABLA 8.6.1 MÉXICO

Año de estreno	Cantidad de estrenos latinoamericanos no nacionales	Origen de los estrenos
2005	7	Chile (4); Argentina (3)

Fuente: "Estudio Preliminar Distribución, Exhibición de Películas Iberoamericanas en América Latina y El Caribe 2003-2005" FNCL, OEI.

TABLA 8.6.2

Año	Filmes estrenados	% del Mercado	Espectadores	% del Mercado
2005	7	2,50	1 083 723	0,66

Fuente: “Estudio Preliminar Distribución, Exhibición de Películas Iberoamericanas en América Latina y El Caribe 2003-2005” FNCL, OEI.

TABLA 8.7.1 PERÚ

Año de estreno	Cantidad de estrenos latinoamericanos no nacionales	Origen de los estrenos
2005	13	Argentina (6); Brasil (1); Chile (1); México (1); Colombia (1); El Salvador (1); Uruguay (1); Cuba (1)
2006	12	Argentina (1); Chile (3); México (1); Uruguay (1)
2007	9	Argentina (3); México (4); Chile (2)

Fuente: Cinedatos Estadísticas del Perú.

TABLA 8.7.2

Año	Filmes estrenados	% del Mercado	Espectadores	% del Mercado
2005	13	7,34	170 844	1,25
2006	12	5,76	116 204	0,74
2007	9	4,24	329 953	2,01

Fuente: Cinedatos Estadísticas del Perú.

Año de estreno	Cantidad de estrenos latinoamericanos no nacionales	Origen de los estrenos
2005	10*	Argentina (8); Chile (2)
2006	34	Argentina (11); Chile (7); México (6); Colombia (3); Brasil (2); Bolivia (1); Perú (1); Cuba (1); Paraguay (1); República Dominicana (1)

Fuente: CNCA, “Estudio Preliminar Distribución, Exhibición de Películas Iberoamericanas en América Latina y El Caribe 2003-2005” FNCL, OEI.

*En el año 2005 solo existe información sobre películas sudamericanas y no de toda América Latina.

TABLA 8.8.2

Año	Filmes estrenados	% del Mercado	Espectadores	% del Mercado
2005	10*	6,28	298 199	1,65
2006	34	15,38	454 422	2,42

Fuente: CNCA, “Estudio Preliminar Distribución, Exhibición de Películas Iberoamericanas en América Latina y El Caribe 2003-2005” FNCL, OEI.

*Solo filmes sudamericanos y no de toda América Latina.

INSERCIÓN INTERNACIONAL DEL CINE LATINOAMERICANO EN MERCADOS DE LA UNIÓN EUROPEA

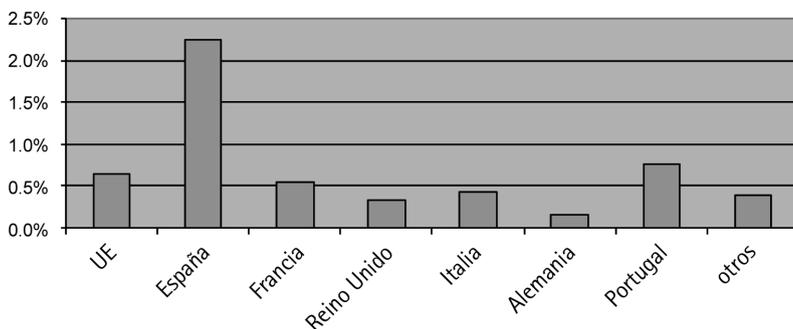
POR GUSTAVO BUQUET

EL CINE LATINOAMERICANO EN MERCADOS EUROPEOS

El cine latinoamericano consiguió estrenar 279 películas en mercados de la Unión Europea durante el período comprendido entre el año 2000 y 2006, lo que implica una tasa de exportación próxima al 30 % del total de películas producidas en la región. La cantidad de espectadores europeos que asistieron a ver estas películas superó ampliamente los 37 millones. En términos medios, estas cifras implican 40 estrenos y un poco más de 5 millones de espectadores al año, con una media de 135 mil entradas vendidas por película. Fueron 28 distintos países europeos los que estrenaron en salas de exhibición cine latinoamericano, y hubo películas que se estrenaron hasta en 24 países. En términos medio cada película se estrenó en más de dos mercados. (Tabla I.2)

Se debe considerar que estas cifras relativamente optimistas en términos absolutos, en términos relativos expresan la escasa incidencia del cine latinoamericano en mercados europeos. Así los casi 38 millones de espectadores representan menos del 1 % del total de espectadores que reciben esos países, siendo España el país en que más peso tiene el cine latinoamericano, llegando a una incidencia del 2,3 %.

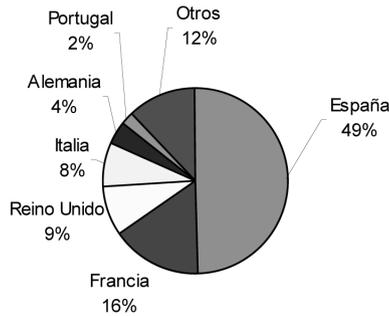
Gráfico I.1: Porcentaje de espectadores de películas latinoamericanas en la UE (media años 2000–2006, sobre el total de espectadores)



Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

España representa casi el 50 % de los espectadores obtenidos por el cine de América Latina en Europa, mientras que Francia representa el 16 %, Italia y el Reino Unido un 8 % cada uno, Alemania el 4 % y Portugal el 2 %. El resto de los países de la Unión Europea donde se estrenaron películas latinoamericanas, representaron menos de un 2 % del total. En España se estrenaron más de 200 de estas películas, mientras que en Francia 65, en Portugal 48, en Italia 38 y en el Reino Unido 37. (Tabla I.2)

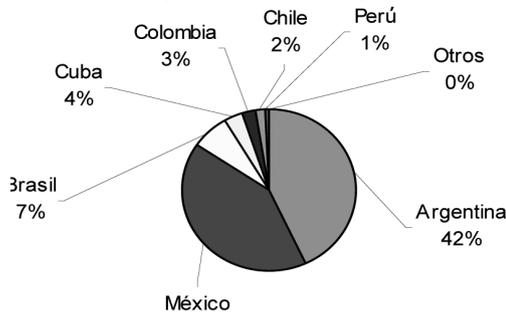
Gráfico I.2: Espectadores de películas latinoamericanas en mercados europeos (años 2000-2006, en % sobre total de espectadores)



Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

En realidad las películas latinoamericanas son casi en un 75 % procedente de Argentina, México y Brasil, y estos países representan más del 90 % de los espectadores europeos de cine latinoamericano. El resto de las películas son de Colombia, Chile, Uruguay, Perú, Paraguay, Ecuador y Guatemala. Las filmografías de Argentina y México concentran más del 80 % de los espectadores.

Gráfico I.3: Porcentaje de espectadores de películas latinoamericanas por país, sobre el total de espectadores europeos (años 2000-2006)



Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

Por otra parte, las diez películas más taquilleras concentraron más del 50 % de los espectadores, mientras que las primeras 20 solo alcanzaron las 24 millones de espectadores, equivalentes al 65 % del total de espectadores del cine latinoamericano en Europa durante el período analizado; lo que implica que el resto, más de un 90 % de las películas, obtuvo el 35 % de los espectadores. (Tabla 1:7)

Del total de películas estrenadas, solo 52 son producidas exclusivamente por un país latinoamericano, mientras que el resto son coproducciones donde por lo menos interviene un país de la Unión Europea, predominantemente España. Solo cuatro producciones puras se encuentran en las 50 películas más taquilleras, mientras que la inmensa mayoría de ellas obtuvieron menos de 20 mil espectadores. (Tabla I.7)

Las coproducciones más exitosas fueron aquellas que tuvieron como países asociados, por orden de importancia, Estados Unidos, Francia y España; y el país latinoamericano que presenta una comercialización más eficiente es México, debido a que sus películas se han estrenado aproximadamente en cinco mercados distintos, y han tenido aproximadamente casi 350,000 espectadores por película. Para comprender esta realidad hay que detenerse en las películas referidas, y estas son entre otras *El mexicano* (Robert Rodríguez), *El laberinto del fauno* (Guillermo del Toro), *Babel* (González Iñárritu), que fueron grandes producciones, asociadas con Estados Unidos y España, que registraron el 50 % de los espectadores y, si la lista se extendiera a las diez más exitosas, que incluyen los éxitos más denotados del nuevo cine mexicano, los espectadores concentran 85 % del total de los espectadores del cine mexicano en Europa. (Tablas I:4 y IV.2)

Las películas argentinas en promedio se estrenaron en menos de 3 mercados, y obtuvieron en promedio 157,000 espectadores por película, representando el 50 % del éxito comercial de las películas mexicanas. Las tres primeras películas, *Diarios de motocicleta* (Walter Salles), *El hijo de la novia* (Juan José Campanella), y *Nueve Reinas* (Fabián Lebinski), concentraron el 40 % de los espectadores. Las películas producidas por el resto de los países latinoamericanos presentaron un performance comercial por debajo de estos dos primeros. (Tabla II.2)

En el mercado español se estrenaron 185 de las 279 películas distribuidas en mercados europeos, a razón de 26 películas por año en

100 | promedio. En la distribución de las mismas intervinieron más de 40 empresas distribuidoras. Alta Classics y Wanda Films fueron las distribuidoras y más películas comercializadas en el mercado Español, con 35 y 34 respectivamente, con una media de 5 películas latinoamericanas por año. Les siguen Sogedisa y Warner con 14 y 9 películas respectivamente. Estas cuatro distribuidoras distribuyeron el 50 % de las películas latinoamericanas estrenadas en el mercado español, además concentraron el 50 % de los espectadores. Sin embargo, a la hora de medir las distribuidoras por el éxito que tuvieron las películas estrenadas por ellas, se observa que las cuatro primeras son multinacionales, Diaphana (Francia), Buenavista, Fox y Warner, las que lograron entre 1 800 000 y 300 000 espectadores por películas. (Tabla I.6)

El programa Ibermedia ha apoyado en el régimen de coproducción a 48 películas de las casi 280 películas latinoamericanas estrenadas en mercados europeos durante este período considerado. En realidad el programa apoyó durante el período 165 largometrajes en régimen de coproducción. Por lo tanto, la tasa de éxito que ha tenido el programa en relación con la exportación de películas se sitúa entorno al 30 %, cifra similar a la tasa de exportación de todo el cine latinoamericano. En este sentido el programa no registra un efecto positivo adicional, al que tiene en si mismo la coproducción internacional. (Tabla I.5)

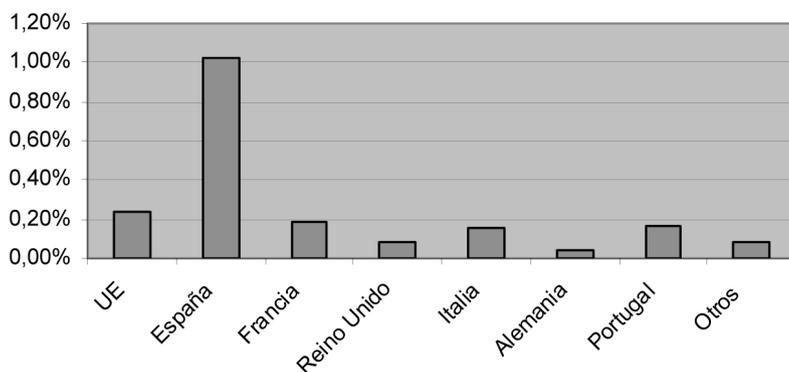
ARGENTINA

Argentina logró estrenar 120 películas en mercados europeos durante los siete años analizados, lo que significa un 30 % del total de películas producidas por ese país entre los años 2000 y 2006. Estas 120 películas se estrenaron en 21 diferentes mercados europeos, obteniendo más de 16 millones de espectadores. Algunas de ellas se estrenaron en más de diez mercados, pero en promedio cada película se estrenó en más de dos mercados, obteniendo una media de 157 000 espectadores por película y de 65 000 espectadores por estreno. (Tabla II.2)

De estas películas solo 27 son 100 % argentinas, el resto son coproducciones con distintos países, principalmente con España, con el que coprodujo 60 películas de las exportadas. De ellas la mitad son de capitales mayoritariamente argentinos. Las coproducciones operan como elemento dinamizador del comercio internacional de las películas. (Tabla II.2)

Los espectadores de cine argentino en Europa representaron el 0,24 % del total de espectadores, pero este indicador sube para el mercado español al 1,03 %. País registró más del 60 % del total de espectadores europeos; Francia el 15 %, Italia el 7 %, el Reino Unido el 6 % y Alemania el 3 %; el resto de los mercados representaron el restante 9 %. En España se exhibieron prácticamente todas las películas argentinas estrenadas en Europa, ascendiendo a 98 la cifra de lanzamientos en el circuito comercial español. En Francia los estrenos ascendieron a 47, en Italia a 21, en el Reino Unido a 19 y en Alemania a 4. (Tabla II.1)

Gráfico II.1: Porcentaje de espectadores de películas argentinas en la UE (media años 2000-2006, sobre el total de espectadores).



Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

Las tres películas más taquilleras fueron los grandes sucesos argentinos del período, *Diarios de motocicleta* (Walter Salles), *El hijo de la novia* (Juan José Campanella), y *Nueve Reinas* (Fabián Lebinski), que acumularon casi el 40 % de los espectadores del cine argentino estrenado en Europa.

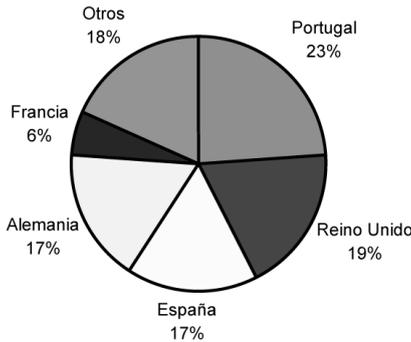
Las películas argentinas que se estrenaron en mayor cantidad de mercados europeos fueron las coproducciones donde intervinieron además de España, otro país europeo. Asimismo, las coproducciones donde intervino España resultaron ser las películas que mejor performance presentaron, pues obtuvieron cifras muy superiores a los 100 000 espectadores por película. El programa Ibermedia apoyó en el régimen de coproducción a 19 de las 120 películas argentinas distribuidas en mercados europeos. (Tablas II.2 y I.5)

Las distribuidoras españolas que mayor cantidad de películas argentinas distribuyeron fueron Alta Classics con 20, Wanda Films con 18, y Sogedisa con 5, concentrando el 50 % de las películas y los espectadores. Estas distribuidoras obtuvieron buenos resultados ya que los espectadores medios por película, distribuida por estas empresas ascendieron entre los 61 000 y 175 000. En total fueron 30 distribuidoras las que distribuyeron cine argentino en mercado español. Otras empresas que llegaron a distribuir por lo menos tres películas fueron Warner, Sony, Manga, Festival, Amanda, y Sagrera (Tabla II.3).

BRASIL

Brasil logró colocar 45 películas en mercados europeos durante el período analizado, más o menos seis películas por año, equivalente al 15 % de las películas producidas. Estas películas se estrenaron en 19 mercados, siendo Portugal, el que recibió más estrenos de películas brasileñas con una cifra de 32, representando casi el 24 % de los espectadores recibidos por el cine brasileño en mercados europeos. Le siguió España, y el Reino Unido que, junto con Portugal, concentraron el 60 % de los espectadores.

Gráfico III.1: Espectadores de películas brasileñas en mercados europeos (años 2000-2006, en % sobre total de espectadores)



Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

En promedio las películas se estrenaron en 2,5 mercados, obteniendo una media de casi 60 000 espectadores por película y 24 000 por estreno. Sin embargo, estos promedios reflejan la situación de una película con gran éxito, *Cidade de Deus* (Fernando Meirelles), que supera los 1 600 000 espectadores. Exceptuando este filme las medias

caen sustancialmente a menos de 21 000 espectadores por película y 10 000 espectadores por estreno (Tabla III.2).

Del total de películas exportadas por Brasil, 16 fueron 100 % producciones brasileñas, mientras que 29 fueron coproducciones. Los principales socios de Brasil, por orden de importancia, fueron Francia, con quien coprodujo 7 películas, Portugal con 5 películas, Argentina con 4 y Estados Unidos con 3. Es significativo el hecho de que Brasil prácticamente no realizó coproducciones con España. Ya sea vinculado a mercados de estreno, o a países socios en la coproducción, es Portugal y no España el principal socio de Brasil. El idioma en común y una relación cultural más próxima es la causa que explicaría esta tendencia. El programa Ibermedia apoyó en régimen de coproducción 5 películas de las 45 estrenadas en mercados europeos.

Nueve distribuidoras españolas estrenaron en total 13 películas brasileñas, representando una media de menos de dos filmes brasileños por año en el mercado español. *Vértigo*, Alta Classics, Sony y Sherlock, distribuyeron dos cada una, mientras que el resto solo una película. Esto denota una escasa continuidad en la relación comercial del cine brasileño con el mercado español. En promedio, las películas brasileñas obtuvieron 35 000 espectadores, siendo la empresa *Vértigo* quien más éxito logró con el cine brasileño, con un promedio de 185 000 espectadores por película. Nuevamente la media expresa poco, ya que esta fue la distribuidora de *Cidade de Deus* (Fernando Meirelles), la que obtuvo el 98 % de los espectadores de las dos películas distribuidas. Sin esta película, la media de espectadores obtenida por estreno se sitúa en los 8 000. (Tabla III.3)

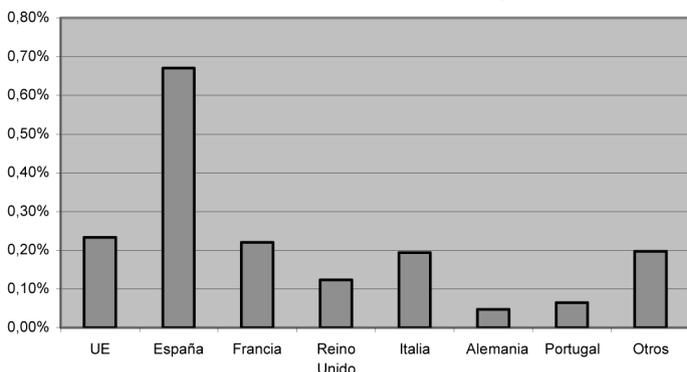
MÉXICO

México pudo estrenar 45 películas en salas de exhibición cinematográfica de mercados europeos durante el período considerado, equivalente al 40 % del total de películas producidas. Las mismas obtuvieron en total 15,6 millones de espectadores, equivalente a unas 6 películas y un poco más de 2 millones de espectadores por año.

Las mismas se estrenaron en 26 mercados, aunque España representó más del 40 % de los espectadores obtenidos por el cine mexicano en Europa. Los otros tres mercados más importantes fueron Francia (17,6 %), Italia (10,1), y el Reino Unido (9,5 %). Estos primeros cuatro mercados representaron casi el 80 % de los espectadores europeos de cine mexicano. El cine mexicano en la cartelera europea representó

104 | el 0,23 %, y esta cifra en el mercado español ascendió al 0,67 %. En España se estrenaron el total de películas analizadas y en Francia 11; en el Reino Unido, Italia, Alemania y Suiza se registraron 10 estrenos mexicanos. (Tablas IV.1 y IV.2)

Gráfico IV.1: Porcentaje de espectadores de películas mexicanas en la UE (media años 2000-2006, sobre el total de espectadores)



Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

En términos comparativos México aparece como el país que ha obtenido más éxitos comerciales ya que en promedio logró estrenar cada película en casi cinco mercados, y con una media de espectadores por película próxima a los 350 000 espectadores y 73 000 por estreno. Con 45 películas obtuvo una cifra acumulada de espectadores similar a la obtenida por Argentina con 120 películas. (Tabla IV.2)

De estas 45 películas, 8 fueron netamente mexicanas; 21 fueron coproducciones con España, y de ellas este país participó en 13 de forma mayoritaria; 8 coprodujo con Francia; 4 con Estados Unidos, y otras 4 con países de América Latina. El programa Ibermedia apoyó 12 de las 45 películas mexicanas estrenadas en mercados europeos. (Tabla IV.2)

Las películas mexicanas que mejores resultados obtuvieron fueron las coproducidas con Estados Unidos; en total 4 películas que fueron estrenadas en promedio en 15 países diferentes, con una media de espectadores de 1,5 millones por película, y 10 7000 por estreno. Tres de estas fueron *El mexicano* (Robert Rodríguez); *Babel* (González Iñárritu), *Y tu mamá también* (Alfonso Cuarón), producciones importantes con directores demandados por el público. Estas películas

a su vez se distribuyeron por empresas multinacionales, Universal, Buenavista, y Warner respectivamente.

El cine mexicano, además, ha coproducido con España de forma mayoritaria y obtuvo buenos resultados. Fueron 13 películas en esta situación que obtuvieron 345 000 y 118 000 espectadores por película y estreno respectivamente. (Tabla IV.2)

Dieciocho empresas distribuidoras participaron en el lanzamiento de películas mexicanas en el mercado español. Las cinco con mejores resultados fueron Buenavista, Fox, Warner, Universal, y Sogedisa, las que concentraron el 90 % de los espectadores de cine mexicano en España. Igualmente, las distribuidoras que mayor cantidad de películas estrenaron en las pantallas españolas fueron Alta Classics, Wanda y Sogedisa, cada una con 15 películas. Las dos primeras son empresas especializadas en películas independientes, y como se ha visto, activas participantes en el mercado de la distribución de cine latinoamericano. Sin embargo con respecto a las películas mexicanas no tuvieron demasiado éxito, ya que el promedio de espectadores por película se situó en una cifra por debajo de los 32 000. (Tabla IV.3)

CUBA

Durante el período considerado 2000 al 2006 se estrenaron 21 películas cubanas en mercados europeos, las que obtuvieron en total 1,4 millones de espectadores, reflejando una media de 3 películas y 200 000 espectadores por año. Las mismas se estrenaron en 12 mercados distintos, aunque todas se estrenaron en el mercado español, y solo 1 película se estrenó en los otros 11 mercados.

La película cubana más exitosa fue *Habana blues* (Benito Zambrano). Por este motivo, el mercado español representó el 85 % de los espectadores europeos del cine cubano. (Tabla V.1 y V.2)

De las 21 películas cubanas exportadas a mercados europeos, no hay ninguna producida enteramente por Cuba. Con España se coprodujeron 13 de ellas, en 9 participó mayoritariamente alguna productora española; 6 películas fueron coproducidas con otros países europeos, y 2 con Argentina. (Tabla V.2)

Los resultados medios fueron de 64 000 espectadores por película y casi 34 000 por estreno. Aquellas coproducciones donde España participó de forma mayoritaria fueron las que obtuvieron mejores resultados con una media de espectadores por película de 185 000, y por estreno de 48 000. Proporcionalmente Cuba ha sido el país que

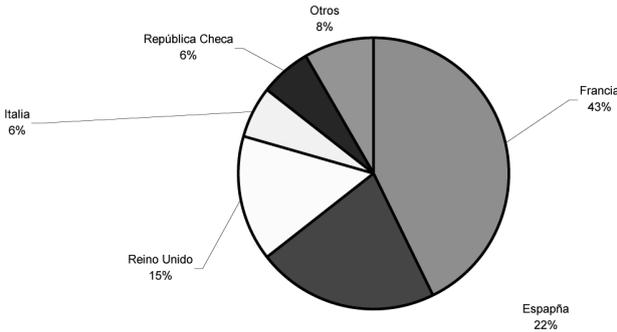
106 | más apoyo ha recibido del programa Ibermedia, ya que 8 de las 21 películas exportadas fueron ganadoras del fondo. (Tabla V.2)

Siete empresas distribuyeron las 21 películas estrenadas en el mercado español. Las mismas son las que ya han aparecido en relación con otros países, como Warner, Sogedisa, Alta Classics, Wanda films, las que obtuvieron resultados de más de 70 000 espectadores por película. (Tabla V.3)

COLOMBIA

Fueron diez las películas colombianas estrenadas en salas de exhibición cinematográfica de la Unión Europea, estas registraron, en total, casi un millón de espectadores. Las cifras acumuladas arrojan un promedio de un poco más de un estreno por año, y 141 000 espectadores. Las mismas se estrenaron en 16 países diferentes, aunque solo en España se estrenaron 8, registrando los demás países entre 3 (Francia) y 1 largometraje. Sin embargo es Francia el país que concentra mayor cantidad de espectadores con un 42,7 %, y segundo España con un 21,6 % y el Reino Unido con un 15,1 %. Entre estos tres países concentran el 80 % de los espectadores europeos del cine colombiano.

Gráfico VI.1: Espectadores de películas colombianas en mercados europeos (años 2000-2006, en % sobre total de espectadores)



Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

La película más exitosa fue *María llena eres de gracia* (Joshua Marston), que se estrenó en 11 mercados europeos, y obtuvo 641 000 espectadores, equivalente al 65 % de la recaudación del cine colombiano durante los siete años analizados. Esta película fue la única

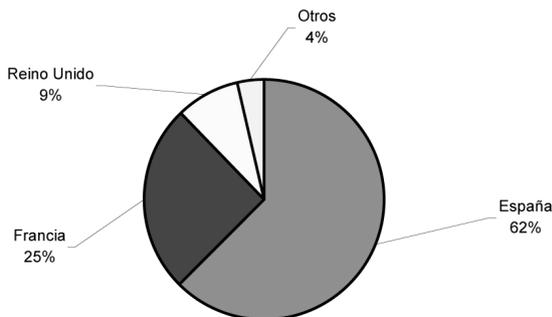
coproducción con Estados Unidos. Colombia coprodujo con Francia 3 películas, con España 1, y el resto con países latinoamericanos. De las 10 películas colombianas estrenadas en Europa, en el periodo analizado, el programa Ibermedia apoyó a tres. (Tabla VI.2)

Siete empresas distribuidoras comercializaron cine colombiano en el mercado español, y cada una con película diferente, por lo que no se observa una relación regular entre empresas españolas y el cine colombiano (Tabla VI.3).

CHILE

Durante el período 2000-2006 se estrenaron 26 películas chilenas en mercados europeos, las que acumularon en total 614 000 espectadores; para una cifra promedio de casi cuatro películas y 88 000 espectadores por año. Las mismas se comercializaron en siete mercados diferentes. En España se estrenaron 24, y representó el 62 % de los espectadores; en Francia se estrenó una que obtuvo casi 155 000 espectadores, y en el Reino Unido se estrenaron 2, las que obtuvieron 54 000 espectadores. Estos tres países concentraron el 96,5 % de los espectadores europeos que obtuvo el cine chileno. (Tabla VII.1)

Gráfico I:2: Espectadores de películas chilenas en mercados europeos (años 2000-2006, en % sobre total de espectadores)



Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

Las películas que mostraron un mejor comportamiento en taquilla fueron las 7 que coprodujo Chile con España, que recibieron una media de 334 000 espectadores por película y casi 16 000 por estreno. Les siguieron las 6 películas 100 % chilenas que obtuvieron 151 000 espectadores por película y 15 000 por estreno. El resto de las películas fueron coproducciones de Chile con otros países europeos y de América

108 | Latina. De las películas chilenas estrenadas en Europa, solo una fue apoyada por el programa Ibermedia en su régimen de coproducción. (Tabla VII.2)

Fueron 13 las distribuidoras españolas que comercializaron filmes chilenos: Alta Classics, Sogedisa y Wanda, distribuyeron 6 de las 26 películas, y concentraron el 80 % de los espectadores. (Tabla VII.3)

OTROS PAÍSES LATINOAMERICANOS

Perú comercializó 7 películas durante el período considerado, las que se estrenaron solamente en el mercado español, y registraron en total 239 000 espectadores, para una media 34 000 espectadores por película. De estas, 5 fueron coproducciones con España, donde este último país participó de forma mayoritaria en tres de ellas. La otra película fue 100 % peruana, y por último una coproducción con Suecia, Finlandia y Noruega. Cuatro empresas distribuyeron cine peruano en el período considerado.

Uruguay distribuyó tres películas, dos coproducciones con Argentina y una con España. Las mismas se estrenaron solamente en el mercado español, y el resultado de espectadores obtenido fue bajo. Paraguay estrenó dos películas. Guatemala una, y Ecuador una.

CONCLUSIONES

Argentina es el país que presenta mayor dinamismo en su industria cinematográfica, por ello es el país de América Latina que registra mayor producción y también genera mayor cantidad de películas exportadas. Brasil y México son los otros dos países pujantes con una amplia y regular producción de cine. Sin embargo el país más exitoso en la comercialización de películas en el mercado europeo durante el período considerado ha sido México, y la explicación se basa tanto en sus directores afamados y demandados por el público, como en los vínculos con Estados Unidos y sus empresas multinacionales, ya sea para producir o distribuir sus películas.

El resto de los países se pueden dividir en dos grupos, aquellos que han comercializado en promedio más de una película por año, como Cuba, Colombia y Chile, y el resto Perú, Uruguay, Paraguay, Ecuador y Guatemala. Para estos países es muy difícil exportar sus películas. La falta de regularidad en la producción les impide una relación estable en general con los mercados internacionales, en particular con los distribuidores especializados en cine latinoamericano.

El régimen de coproducción internacional para el cine latinoamericano se presenta como un elemento casi imprescindible para la exportación de películas a mercados europeos. Y naturalmente, cuanto mejor atado el paquete de financiación de la película, y mayor respaldo empresarial, mejor resultado genera. Esto se observa tanto en las películas que han sido estrenadas en mayor cantidad de mercados, en las que han tenido mayor cantidad de espectadores, y en las que han sido distribuidas por empresas más grandes.

Realmente es España el país que mantiene mayor vínculo comercial con América Latina, participó en 102 coproducciones, y distribuyó en su mercado 185 películas. Alta Classics y Wanda, son las dos empresas que mayor cantidad de películas distribuyeron, casi 70 entre las dos. Sin embargo, Sogedisa y Warner, las que distribuyeron más de 20 películas entre las dos y obtuvieron un mejor resultado comercial, con más de 100 000 y 200 000 espectadores por película respectivamente. Otras empresas distribuidoras, en general multinacionales, distribuyeron pocas películas, y obtuvieron muy buenos resultados comerciales. El resto de las distribuidoras, en general no especializadas, obtuvieron pobres resultados.

La excepción en este sentido la conforma Brasil. A los efectos de la coproducción, los principales socios de este país han sido Francia y Portugal. Y el principal socio comercial ha sido Portugal, país que estrenó 32 películas brasileñas. Naturalmente, esta situación refleja una correlación entre el vínculo comercial y la cercanía cultural entre los países. Así, los países de habla hispana registran una mayor relación con el mercado español, mientras que Brasil mantiene con Portugal un vínculo más sólido que con el mercado español.

Por último, el programa Ibermedia apoyó en régimen de coproducción 167 películas de las cuáles solo 48 trascendieron la frontera del país productor. Esto implica que la mayor parte de los proyectos aprobados a los efectos de recibir la ayuda económica, o bien no fueron terminados, o si fueron terminados no lograron ser estrenados en mercados internacionales. Esto en si mismo refleja en muchas ocasiones la debilidad del entramado de las coproducciones; es decir la coproducción no es una condición suficiente para lograr insertar la película en mercados internacionales.

I. DATOS AGREGADOS DE PELÍCULAS LATINOAMERICANAS DISTRIBUIDAS EN MERCADOS EUROPEOS

TABLA I.1: Principales datos del mercado cinematográfico de la Unión Europea y España (2006).

Variables	UE	España
Población (millones)	464	45
Películas producidas	862	150
Espectadores (millones)	926	122
Precio de la entrada (US\$)	7,4	6,5
Pantallas	29 046	4 299

Fuente: Focus. OBS.

TABLA I.2: Cantidad de películas latinoamericanas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006, agrupadas por mercado de estreno, ordenadas según espectadores acumulados.

Mercado	Estrenos	Espectadores	Espec. X estreno	Mercado en %
España	203	18 446,832	90 871	49,4%
Francia	65	5 912,710	90 965	15,8%
Reino Unido	36	3 212,671	89 241	8,6%
Italia	37	2 911,520	78 690	7,8%
Alemania	8	1 453,889	181 736	3,9%
Portugal	48	848 193	17 671	2,3%
Bélgica	32	819 756	25 617	2,2%
Holanda	34	727 452	21 396	1,9%
Suiza	33	604 690	18 324	1,6%
Turquía	16	492 450	30 778	1,3%

cont...

Polonia	10	376 198	37 620	1,0%
Suecia	13	315 746	24 288	0,8%
Dinamarca	14	295 628	21 116	0,8%
Rep. Checa	12	263 947	21 996	0,7%
Noruega	11	249 790	22 708	0,7%
Hungría	6	129 744	21 624	0,3%
Eslovenia	10	56 654	5 665	0,2%
Austria	5	56 376	11 275	0,2%
Bulgaria	2	38 089	19 045	0,1%
Lituania	5	33 110	6 622	0,1%
Rumania	5	31 686	6 337	0,1%
Islandia	6	25 090	4 182	0,1%
Croacia	1	24 590	24 590	0,1%
Estonia	4	15 687	3 922	0,0%
Finlandia	3	15 147	5 049	0,0%
Luxemburgo	3	9 885	3 295	0,0%
Irlanda	2	1 597	799	0,0%
TOTAL	624	37 369,127	59 886	100,0%

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

TABLA I.3: Resultados de películas latinoamericanas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006, agrupadas según país productor mayoritario, ordenadas según espectadores acumulados.

País	Películas	Estrenos	Estrenos por película	Espectadores	Espectadores por película	Espectadores por estreno	% de Películas	% de Mercado
Argentina	117	303	2,6	16 179,916	138 290	53 399	42%	43%
México	45	174	3,9	15 611,178	346 915	89 719	16%	41%
Brasil	45	64	1,4	2 676,033	59 467	41 813	16%	7%
Cuba	22	32	1,5	1 342,356	61 016	41 949	8%	4%
Colombia	10	27	2,7	987 876	98 788	36 588	4%	3%
Chile	26	31	1,2	613 833	23 609	19 801	9%	2%
Perú	7	7	1,0	239 120	34 160	34 160	3%	1%
Otros	7	7	1,0	40 604	5 801	5 801	3%	0%
TOTAL	279	645	2,3	37 690,916	135 093	58 436	100%	100%

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

TABLA I.4: Resultados de las películas latinoamericanas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006, agrupadas según países coproductores, ordenadas por espectadores por película.

Países de Producción	Películas	Estrenos	Estreno X Película	Espectadores por película	Espectadores por estreno
US / MX	4	57	14,3	1 524,358	106 972
US / CO	1	11	11,0	641 181	58 289
FR / MX / O	5	51	10,2	572 735	56 150
ES / MX	13	38	2,9	345 132	118 071
CL / ES	7	19	2,7	334 027	17 580
BR / FR	7	38	5,4	257 047	47 351
ES / AR / O	9	36	4,0	206 551	51 638
AR / ES	32	83	2,6	173 143	66 754
CL	6	10	1,7	151 408	15 141
ES / AR	14	23	1,6	135 884	82 712
ES / CU	9	22	2,4	118 385	48 430
MX	8	34	4,3	99 968	23 522
CL / AL / Eu	6	8	1,3	92 188	11 524
Eu / CL	5	7	1,4	81 051	11 579
AR / ES / O Eu	5	21	4,2	71 308	11 254
FR / CO	3	10	3,3	66 509	19 953
ES / CO	1	2	2,0	61 496	30 748
MX / ES	8	21	2,6	58 860	22 423
AR	27	44	1,6	53 103	32 586
BR / US	3	9	3,0	51 481	17 160
CU / O Eu	3	6	2,0	43 178	21 589
BR / AR / O	4	8	2,0	37 359	18 679
AR / AL / EU	5	14	2,8	31 511	11 254
AR / O Eu	11	28	2,5	28 835	11 328

cont...

BR / O AL / Eu	3	6	2,0	28 278	14 139
O Eu / CU	3	4	1,3	28 059	21 044
Eu / BR	7	13	1,9	26 296	14 160
AL / MX	4	5	1,3	22 810	18 248
CO / O	4	6	1,5	22 162	14 774
PT / BR	5	9	1,8	18 487	10 271
AL / Eu / CL	2	2	1,0	13 148	6 574
MX / FR	3	6	2,0	11 967	5 983
CU / ES	4	6	1,5	6 402	4 268
BR	16	30	1,9	5 390	2 875
AR / CU	2	2	1,0	1 293	1 293

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

TABLA I.5: Películas latinoamericanas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006, que recibieron apoyo del programa Ibermedia en régimen de coproducción.

Película	País de producción	Año de producción	Director	Estre- nos	Espec- tadores
<i>Tapas</i>	ES / AR	2006	Juan Cruz	5	796 585
<i>Habana Blues</i>	ES / CU / FR	2005	Benito Zambrano	11	720 259
<i>Kamchatka</i>	AR / ES	2002	Marcelo Piñeyro	5	636 055
<i>El método</i>	ES / AR / IT	2005	Marcelo Piñeyro	2	508 483
<i>El crimen del Padre Amaro</i>	MX / ES	2002	Carlos Carrera	11	372 591
<i>Seres queridos</i>	ES / GB / PT / AR	2004	Dominic Harari	12	299 762
<i>El alquimista impaciente</i>	ES / AR	2002	Patricia Ferreira	1	205 192

cont...

<i>Plata quemada</i>	AR / ES	2000	Marcelo Piñeyro	2	123 264
<i>Nicotina</i>	MX / AR / ES	2003	Hugo Rodríguez	6	116 120
<i>La puta y la ballena</i>	AR / ES	2004	Luis Puenzo	2	99 956
<i>La Ciénaga</i>	AR / ES / FR	2001	Lucrecia Martel	7	97 015
<i>Volverás</i>	ES / MX	2002	Antonio Chavarrías	1	83 628
<i>El lugar donde estuvo el paraíso</i>	ES / AR / BR	2001	Gerardo Herrero	1	76 071
<i>Rosario Tijeras</i>	CO / MX / ES / BR	2005	Emilio Maillé	2	75 671
<i>La virgen de la lujuria</i>	ES / MX / PT	2002	Arturo Ripstein	3	74 014
<i>Buñuel y la mesa del rey Salomón</i>	ES / DE / MX	2001	Carlos Saura	2	72 088
<i>Aunque estés lejos</i>	ES / CU	2003	Juan Carlos Tabío	1	72 044
<i>El Bonaerense</i>	AR / CL / FR / NL	2002	Pablo Trapero	3	70 722
<i>Hormigas en la boca</i>	ES / CU	2005	Mariano Barroso	1	67 113
<i>Todas las azafatas van al cielo</i>	AR / ES	2002	Daniel Burman	5	65 898
<i>Lifting de corazón</i>	AR / ES	2005	Eliseo Subiela	1	60 547
<i>Familia rodante</i>	AR / BR / FR / DE / ES / GB	2004	Pablo Trapero	5	58 481

<i>Estrella del sur</i>	ES / AR / UY	2002	Luis Nieto	1	56 766
<i>Los pasos perdidos</i>	ES / AR	2001	Manane Rodríguez	1	56 569
<i>Nueces para el amor</i>	AR / ES	2000	Alberto Lecchi	1	48 170
<i>Rosa la china</i>	PT / ES / FR / CU	2002	Valeria Sarmiento	2	47 793
<i>Perfecto amor equivocado</i>	ES / CU	2004	Gerardo Chijona	1	45 785
<i>Palavra e Utopia</i>	PT / FR / BR / ES	2000	Manoel de Oliveira	4	44 849
<i>Hermanas</i>	AR / ES / PT	2005	Julia Solomonoff	1	43 939
<i>La hija del canibal</i>	MX / ES	2003	Antonio Serrano	1	40 994
<i>Un oso rojo</i>	AR / ES / FR	2002	Adrián Caetano	3	39 402
<i>Sin dejar huella</i>	MX / ES	2000	María Novaro	1	38 826
<i>Aro Tolbukhin. En la mente del asesino</i>	ES / MX	2002	Agustín Villaronga	3	21 440
<i>Así es la vida</i>	MX / FR / ES	2000	Arturo Ripstein	2	19 230
<i>En la puta vida</i>	UY / BE / ES / CU	2001	Beatriz Flores Silva	1	17 463
<i>Víuva Rica Solteira Não Fica</i>	PT / BR	2006	José Fonseca e Costa	2	12 353
<i>La Última luna</i>	MX / ES / CL	2005	Miguel Littin	1	2 901
<i>Sumas y restas</i>	CO / ES	2004	Víctor Gaviria	2	2 882

<i>Conejo en la luna</i>	MX / GB	2004	Jorge Ramírez Suárez	3	1 975
<i>Quase Dois Irmãos</i>	BR / CL / FR	2004	Lúcia Murat	2	1 903
<i>Galíndez</i>	ES / CU	2002	Ana Díez	1	1 178
<i>Brava Gente Brasileira</i>	BR / PT	2000	Lúcia Murat	1	465
<i>Santa libertad</i>	ES / BR / PT / VE	2004	Margarita Ledo	1	451
<i>La mafia en la Habana</i>	ES / CU	2000	Ana Díez	1	256
<i>O Veneno da Madrugada</i>	BR / AR / PT	2004	Ruy Guerra	1	192
<i>La toma de la embajada</i>	CO / MX / VE	2000	Ciro Durán	1	76
<i>Las noches de Constantino-pla</i>	CU / ES	2001	Orlando Rojas	1	62
<i>Roble de Olor</i>	CU / ES	2004	Rigoberto López	1	7

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db y Programa Ibemredia.

TABLA I.6: Empresas distribuidoras españolas que estrenaron películas latinoamericanas entre los años 2000 y 2006.

Distribuidoras	Películas	Espectadores	Espectadores por película
Diaphana	1	1 757,633	1 757,633
Buenavista	3	1 702,458	567 486
Fox	2	754 936	377 468
Warner	9	2 527,769	280 863
Z	1	254 242	254 242
Vértigo	4	944 280	236 070
Universal	4	940 013	235 003

Golem	2	383 172	191 586
Sogedisa	14	1 643,896	117 421
Alta Classics	35	2 686,333	76 752
Notro	2	123 865	61 933
Sony	6	330 956	55 159
Manga	7	338 855	48 408
Lauren	4	110 201	27 550
Wanda	34	830 663	24 431
Festival	4	86 995	21 749
Lola	1	20 497	20 497
Alma	1	17 356	17 356
Sorolla	2	33 156	16 578
Fidelity	1	12 567	12 567
Sagrera	3	31 814	10 605
Sherlock	5	45 367	9 073
Amanda	6	52 172	8 695
Suso	3	22 025	7 342
Civite	4	26 470	6 617
Club	1	5 534	5 534
Baditri	2	11 046	5 523
Kalxon	1	5 009	5 009
Versus	1	3 446	3 446
Aquelarre	5	16 769	3 354
Aire	1	2 650	2 650
Díaz y Galle- jones	3	4 923	1 641
Piramide	3	4 603	1 534
Avaricia	2	2 543	1 271
Barton	1	893	893

Alberto	1	692	692
Abs	1	166	166
Pentagrama	1	102	102
Igeldo	2	132	66
Orignial	1	38	38
Setama	1	3	3
TOTAL	185	15 736.230	85 061

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db e ICAA Db.

TABLA I.7: Películas latinoamericanas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006. Por orden descendiente de espectadores.

Película	Países de producción	Año de producción	Director	Estrenos	Espectadores
<i>Diarios de motocicleta</i>	US / DE / GB / AR / CL / PE / FR	2004	Walter Salles	20	3 515,265
<i>Once Upon a Time in Mexico</i>	US / MX	2003	Robert Rodriguez	24	3 365,792
<i>El Laberinto del Fauno</i>	ES / MX	2006	Guillermo del Toro	8	2 255,980
<i>Babel</i>	US / FR / MX	2006	Alejandro González Iñárritu	15	1 782,694
<i>El hijo de la novia</i>	AR / ES	2001	Juan José Campanella	11	1 742,941
<i>Cidade de Deus</i>	BR / FR / US	2002	Fernando Meirelles	22	1 646,203
<i>Bandidas</i>	FR / MX / US	2006	Joachim Roenning	15	1 332,148
<i>Blueberry</i>	FR / GB / MX	2004	Jan Kounen	20	939 324

cont...

<i>Y tu mamá también</i>	MX / US	2001	Alfonso Cuarón	17	925 589
<i>El espinazo del Diablo</i>	ES / MX	2001	Guillermo del Toro	8	857 917
<i>Nueve Reinas</i>	AR	2000	Fabián Bielinsky	10	815 720
<i>Tapas</i>	ES / AR	2006	Juan Cruz	5	796 585
<i>Tapas</i>	ES / AR / MX	2005	José Corbacho	1	794 472
<i>Habana Blues</i>	ES / CU / FR	2005	Benito Zambrano	11	720 259
<i>Amores perros</i>	MX	2000	Alejandro González Iñárritu	17	697 972
<i>María, llena eres de gracia</i>	US / CO	2004	Joshua Marston	11	641 181
<i>Kamchatka</i>	AR / ES	2002	Marcelo Piñeyro	5	636 055
<i>El método</i>	ES / AR / IT	2005	Marcelo Piñeyro	2	508 483
<i>No sos vos, soy yo</i>	AR / ES	2004	Juan Taratuto	1	465 474
<i>Bombón - El Perro</i>	AR / ES	2004	Carlos Sorin	11	422 608
<i>Lugares comunes</i>	ES / AR	2002	Adolfo Aristarain	4	411 279
<i>El crimen del Padre Amaro</i>	MX / ES	2002	Carlos Carrera	11	372 591
<i>La luna de Avellaneda</i>	ES / AR	2004	Juan José Campanella	2	352 277
<i>La educación de las hadas</i>	ES / FR / AR / PT	2006	José Luis Cuerda	1	350 269

<i>11'09''01 - September 11</i>	FR / EG / GB / IL / IN / IR / JP / MX / US	2002	divers	13	339 613
<i>Mondovino</i>	FR / US / IT / AR	2004	Jonathan Nossiter	14	339 487
<i>Historias mínimas</i>	AR / ES	2002	Carlos Sorin	9	308 054
<i>El abrazo partido</i>	AR / ES	2004	Daniel Burman	10	306 937
<i>Seres queridos</i>	ES / GB / PT / AR	2004	Dominic Harari	12	299 762
<i>El Ratón Pérez</i>	AR / ES	2006	Juan Pablo Buscarini	1	267 727
<i>Roma</i>	ES / AR	2004	Adolfo Aristarain	1	252 725
<i>El alquimista impaciente</i>	ES / AR	2002	Patricia Ferreira	1	205 192
<i>Tiempo de valientes</i>	AR	2005	Damián Szifron	1	192 037
<i>La virgen de los sicarios</i>	FR / CO / ES	2000	Barbet Schroeder	8	188 654
<i>No debes estar aquí</i>	ES / AR / FR	2002	Jacobo Rispa	1	177 723
<i>En la ciudad sin límites</i>	ES / AR	2002	Antonio Hernández	4	177 037
<i>Cleopatra</i>	AR / ES	2003	Eduardo Mignogna	1	162 987
<i>Samy y yo</i>	AR	2002	Eduardo Milewicz	1	154 822
<i>Elsa y Fred</i>	ES / AR	2005	Marcos Carnevale	3	145 073

<i>El aura</i>	AR / ES	2005	Fabián Bielinsky	4	141 672
<i>El último tren</i>	AR / ES / UY	2002	Diego Arsuaga	4	133 287
<i>La niña santa</i>	AR / ES / IT	2004	Lucrecia Martel	7	132 520
<i>Salvador Allende</i>	FR / BE / DE / ES / MX	2004	Patricio Guzmán	1	127 425
<i>Apasionados</i>	AR / ES	2002	Juan José Jusid	1	126 497
<i>Batalla en el cielo</i>	MX / BE / FR / DE	2004	Carlos Reygadas	2	125 163
<i>Plata quemada</i>	AR / ES	2000	Marcelo Piñeyro	2	123 264
<i>Eu, Tu, Eles</i>	BR / US	2000	Andrucha Waddington	2	122 171
<i>Valentín</i>	NL / AR / FR / ES / IT	2002	Alejandro Agresti	6	118 133
<i>Pantaleón y las visitadoras</i>	PE / ES	2000	Francisco J. Lombardi	1	116 527
<i>Nicotina</i>	MX / AR / ES	2003	Hugo Rodríguez	6	116 120
<i>Tre mogli</i>	IT / ES / AR	2001	Marco Risi	1	109 469
<i>Conversaciones con mamá</i>	AR / ES	2004	Santiago Carlos Oves	2	103 446
<i>Cámara oscura</i>	ES / MX	2003	Pau Freixas	1	102 852
<i>La puta y la ballena</i>	AR / ES	2004	Luis Puenzo	2	99 956

<i>El viento</i>	AR / ES	2002	Eduardo Mignogna	1	99 448
<i>La Ciénaga</i>	AR / ES / FR	2001	Lucrecia Martel	7	97 015
<i>Volverás</i>	ES / MX	2002	Antonio Chavarrías	1	83 628
<i>Música cubana</i>	DE / IT / CU / JP	2004	German Kral	2	82 931
<i>The Galindez File</i>	ES / CU / FR / GB / PT	2003	Gerardo Herrero	4	82 870
<i>La soledad era esto</i>	ES / AR	2002	Sergio Renán	1	82 041
<i>Figli/Hijos</i>	IT / AR	2002	Marco Bechis	1	81 704
<i>Antigua vida mía</i>	AR / ES	2001	Héctor Olivera	1	80 125
<i>Moro no Brasil</i>	FI / DE / BR	2002	Mika Kaurismäki	3	79 209
<i>El lugar donde estuvo el paraíso</i>	ES / AR / BR	2001	Gerardo Herrero	4	76 071
<i>Rosario Tijeras</i>	CO / MX / ES / BR	2005	Emilio Maillé	2	75 671
<i>Carandiru</i>	BR / AR	2003	Héctor Babenco	10	74 737
<i>La virgen de la lujuria</i>	ES / MX / PT	2002	Arturo Ripstein	3	74 014
<i>Abril despedaçado</i>	BR / FR / CH	2001	Walter Salles	6	73 926
<i>Buñuel y la mesa del rey Salomón</i>	ES / DE / MX	2001	Carlos Saura	2	72 088

<i>Aunque estés lejos</i>	ES / CU	2003	Juan Carlos Tabío	1	72 044
<i>El bonaerense</i>	AR / CL / FR / NL	2002	Pablo Trapero	3	70 722
<i>Kasbah</i>	ES / AR	2000	Mariano Barroso	1	70 481
<i>Carandiru</i>	BR / AR	2003	Hector Babenco	1	70 366
<i>Sexo por compasión</i>	ES / MX	2000	Laura Mañá	4	68 636
<i>Asesino en serio</i>	ES / MX	2002	Antonio Urrutia	1	68 193
<i>Hormigas en la boca</i>	ES / CU	2005	Mariano Barroso	1	67 113
<i>Todas las azafatas van al cielo</i>	AR / ES	2002	Daniel Burman	5	65 898
<i>Perder es cuestión de método</i>	ES / CO	2004	Sergio Cabrera	2	61 496
<i>Nowhere</i>	IT / ES / AR	2002	Luis Sepúlveda	2	60 658
<i>Lifting de corazón</i>	AR / ES	2005	Eliseo Subiela	1	60 547
<i>Familia rodante</i>	AR / BR / FR / DE / ES / GB	2004	Pablo Trapero	2	58 481
<i>Herencia</i>	AR	2001	Paula Hernández	1	56 767
<i>Estrella del sur</i>	ES / AR / UY	2002	Luis Nieto	1	56 766
<i>Los pasos perdidos</i>	ES / AR	2001	Manane Rodríguez	1	56 569

<i>Primer y último amor</i>	ES / MX	2002	Antonio Giménez Rico	4	56 144
<i>Cama adentro</i>	AR / ES	2004	Jorge Gaggero	1	55 263
<i>Tan de repente</i>	AR / NL	2002	Diego Lerman	8	53 507
<i>Remake</i>	ES / AR	2006	Roger Gual	1	51 453
<i>No dejaré que no me quieras</i>	ES / AR	2002	José Luis Acosta Salmerón	1	51 316
<i>El cielito</i>	AR / FR	2004	María Victoria Menis	2	48 713
<i>Nueces para el amor</i>	AR / ES	2000	Alberto Lecchi	1	48 170
<i>Rosa la china</i>	PT / ES / FR / CU	2002	Valeria Sarmiento	2	47 793
<i>Madeinusa</i>	PE / ES	2006	Claudia Llosa	1	46 561
<i>Perfecto amor equivocado</i>	ES / CU	2004	Gerardo Chijona	1	45 785
<i>Palavra e Utopia</i>	PT / FR / BR / ES	2000	Manoel de Oliveira	4	44 849
<i>Pasos</i>	ES / AR	2005	Federico Luppi	1	44 571
<i>Derecho de familia</i>	AR / IT / ES / FR	2006	Daniel Burman	2	44 469
<i>Temporada de patos</i>	MX	2004	Fernando Eimbcke	3	44 422
<i>Hermanas</i>	AR / ES / PT	2005	Julia Solomonoff	1	43 939

<i>Una Noche con Sabrina Love</i>	AR / ES / IT	2001	Alejandro Agresti	3	43 663
<i>Suite Habana</i>	ES / CU	2003	Fernando Pérez	1	43 100
<i>Vidas privadas</i>	AR / ES	2001	Fito Páez	1	41 320
<i>La hija del canibal</i>	MX / ES	2003	Antonio Serrano	1	40 994
<i>Tinta Roja</i>	ES / PE	2000	Francisco J. Lombardi	1	40 227
<i>Un oso rojo</i>	AR / ES / FR	2002	Adrián Caetano	3	39 402
<i>Sin dejar huella</i>	MX / ES	2000	María Novaro	1	38 826
<i>Buena vida delivery</i>	AR	2004	Leonardo Di Cesare	3	38 810
<i>Nordeste</i>	ES / BE / AR / FR	2005	Juan Diego Solanas	2	38 409
<i>Madame Satã</i>	BR / FR	2002	Karim Ainouz	1	37 345
<i>El lado oscuro del corazón 2</i>	AR / ES	2001	Eliseo Subiela	1	35 425
<i>Nada</i>	CU / ES / FR / IT	2001	Juan Carlos Cremata	3	35 149
<i>Teo, cazador intergaláctico</i>	AR / ES	2004	Sergio Bayo	1	34 711
<i>Antonio Machín: Toda una vida</i>	ES / CU	2001	Nuria Villazán	1	32 856
<i>Almejas y mejillones</i>	AR / ES	2000	Marcos Carnevale	1	32 453
<i>Viva Cuba</i>	FR / CU	2005	Juan Carlos Cremata	1	32 319

<i>Fútbol, el nacimiento de una pasión</i>	ES / MX	2005	Jesús Sánchez	1	29 595
<i>Iluminados por el fuego</i>	AR / ES	2005	Tristán Bauer	1	29 323
<i>Um tiro no escuro</i>	PT / BR	2005	Leonel Vieira	1	28 571
<i>Cidade Baixa</i>	BR	2005	Sérgio Machado	2	27 903
<i>Un mundo menos peor</i>	AR	2004	Alejandro Agresti	3	27 727
<i>Bossa Nova</i>	BR / US	2000	Bruno Barreto	4	26 752
<i>Whisky Romeo Zulu</i>	AR	2004	Enrique Piñeyro	1	26 617
<i>Les pingouins à la rescousse</i>				2	25 448
<i>Hacerse el sueco</i>	CU / ES	2001	Daniel Díaz Torres	3	25 408
<i>12 Tangos - Adiós Buenos Aires</i>	AR / DE	2005	Arne Birkenstock	1	24 320
<i>La pérdida de los hombres</i>	MX	2000	Arturo Ripstein	1	23 462
<i>Casa de los babys</i>	US / MX	2003	John Sayles	1	23 355
<i>La Dignidad de los nadie</i>	AR / BR / CH	2005	Fernando E. Solanas	4	21 858
<i>Aro Tolbukhin. En la mente del asesino</i>	ES / MX	2002	Agustín Villaronga	3	21 440
<i>Brasileirinho</i>	CH / FI / BR	2005	Mika Kaurismäki	1	21 319

<i>La Dignidad de los nadie</i>	AR / BR / CH	2005	Fernando E. Solanas	3	20 396
<i>Así es la vida</i>	MX / FR / ES	2000	Arturo Ripstein	2	19 230
<i>En la puta vida</i>	UY / BE / ES / CU	2001	Beatriz Flores Silva	1	17 463
<i>Saudada do futuro</i>	FR / BR	2000	César Paes	1	16 350
<i>O invasor</i>	BR	2001	Beto Brant	3	16 284
<i>Rosarigasinos</i>	AR	2001	Rodrigo Grande	1	16 155
<i>Saudade do Futuro</i>	BR / FR / BE	2000	César Paes	2	16 073
<i>Días de Santiago</i>	PE	2004	Josue Mendez	1	15 135
<i>Ana y los otros</i>	AR	2002	Celina Murga	1	14 978
<i>Sangre</i>	MX / FR	2005	Amat Escalante	1	14 695
<i>Extraño</i>	AR	2002	Santiago Loza	3	14 240
<i>Voces inocentes</i>	MX	2004	Luis Mandoki	6	13 445
<i>Ronda nocturna</i>	AR / FR	2005	Edgardo Cozarinsky	2	13 415
<i>Agua con sal</i>	ES / PE	2005	Pedro Pérez Rosado	1	12 982
<i>Bolivia</i>	AR	2001	Adrián Caetano	1	12 677
<i>Los muertos</i>	AR / FR / NL / CH	2004	Lisandro Alonso	4	12 608

<i>Viúva Rica Solteira Não Fica</i>	PT / BR	2006	José Fonseca e Costa	2	12 353
<i>La fuga</i>	AR / ES	2001	Eduardo Mignogna	1	12 280
<i>Un año sin amor</i>	AR	2005	Anahi Berneri	3	12 184
<i>Esperando al mesías</i>	ES / AR / IT	2000	Daniel Burman	2	11 989
<i>Siete días, siete noches</i>	CU / FR / IT	2003	Joel Cano	1	11 454
<i>No sabe no contesta</i>	AR	2002	Fernando Musa	1	11 068
<i>El polaquito</i>	AR / ES	2003	Juan Carlos Desanzo	1	10 691
<i>Nadie te oye: Perfume de violetas</i>	MX	2001	Marisa Sistach	2	10 616
<i>El Rey</i>	CO / FR / ES	2004	José Antonio Dorado	1	10 017
<i>Un día de suerte</i>	AR / ES	2002	Sandra Gugliota	1	9 476
<i>Uma Onda No Ar</i>	BR	2002	Helvecio Rattton	2	9 138
<i>Ônibus 174</i>	BR	2002	José Padilha	2	9 120
<i>Un minuto de silencio</i>	AR / ES	2005	Roberto Maiocco	1	8 792
<i>La fiebre del loco</i>	CL / MX / ES	2001	Andrés Wood	1	8 602
<i>25 Watts</i>	UY / AR	2001	Juan Pablo Rebella	3	8 141

cont...

<i>Les gens honnêtes vivent en France</i>	FR / BE / CO / ES	2005	Bob Decout	1	7 874
<i>O Diabo a Quatro</i>	BR / FR / PT / CH	2004	Alice de Andrade	2	7 390
<i>Demasiado Amor</i>	MX / ES	2001	Ernesto Rimoch	2	7 385
<i>Viva Zapata</i>	BR / ES	2002	Luiz Carlos Lacerda	2	7 260
<i>Las aventuras de Dios</i>	AR	2000	Eliseo Subiela	1	6 937
<i>Crónicas</i>	MX / EC	2004	Sebastián Cordero	1	6 891
<i>Estrellas de la línea</i>	ES / GT	2006	Chema Rodríguez	1	6 671
<i>Tudo Isto é Fado</i>	PT / BR	2004	Luis Galvão Teles	1	6 197
<i>Manuela Sáenz</i>	AR	2000	Diego Rísquez	1	6 024
<i>Los porfiados</i>	AR / PT	2002	Mariano Manzur	2	5 890
<i>El forastero</i>	ES / PE	2002	Federico García Hurtado	1	5 755
<i>Favela Rising</i>	BR / US	2005	Matt Mochary	3	5 519
<i>Mercano, el marciano</i>	AR	2002	Juan Antin	1	5 488
<i>Bahía mágica</i>	AR / ES	2002	Marina Valentini	1	5 435
<i>Felicidades</i>	AR	2000	Lucho Bender	1	5 299

<i>El Camino de San Diego</i>	AR	2006	Carlos Sorin	1	4 888
<i>Mi mejor enemigo</i>	AR / CL / ES	2005	Alex Bowen	1	4 707
<i>As três Marias</i>	BR	2002	Aluisio Abranches	3	4 665
<i>Amores Possíveis</i>	BR	2000	Sandra Werneck	1	4 528
<i>Vinicius</i>	ES / BR	2005	Miguel Faria Jr.	1	4 103
<i>Encantado</i>	IT / CU	2002	Corrado Colombo	1	4 065
<i>Cinema, Aspirinas e Urubus</i>	BR	2005	Marcelo Gomes	2	3 870
<i>Otilia</i>	MX	2001	Dana Rotberg	1	3 863
<i>Audiovisuales de los Caracoles Zapatistas</i>	MX	2006	divers	2	3 787
<i>Cachimba</i>	CL / ES / AR	2004	Silvio Caiozzi	1	3 271
<i>Hoy y mañana</i>	AR / ES	2003	Alejandro Chomski	1	3 256
<i>El misterio del Trinidad</i>	MX / ES	2003	José Luis García Agraz	3	3 250
<i>Lavoura Arcaica</i>	BR	2001	Luiz Fernando Carvalho	2	3.242
<i>La libertad</i>	AR	2001	Lisandro Alonso	1	3 021

<i>La habitación azul</i>	MX / ES	2002	Walter Doehner	1	3 019
<i>Carlitos 13 Medellín</i>	FR / CO	2004	Jean-Stéphane Sauvaire	1	3 000
<i>La última luna</i>	MX / ES / CL	2005	Miguel Littin	1	2 901
<i>Sumas y restas</i>	CO / ES	2004	Víctor Gaviria	2	2 882
<i>My Father, Rua Alguem 5555</i>	IT / BR / HU	2003	Egidio Eronico	2	2 857
<i>Geminis</i>	AR / FR	2005	Albertina Carri	1	2 583
<i>Los guantes mágicos</i>	AR / FR / DE / NL	2003	Martín Rejtman	1	2 356
<i>Soy Cuba, O Mamute Siberiano</i>	BR	2005	Vicente Ferraz	3	2 183
<i>Viva Mexico: les ontournables du cinéma mexicain</i>	MX	2006	divers	2	2 175
<i>O Outro Lado da Rua</i>	BR / FR	2004	Marcos Bernstein	4	2 043
<i>Conejo en la luna</i>	MX / GB	2004	Jorge Ramirez Suárez	3	1 975
<i>Compadre</i>	SE / NO / PE / FI	2004	Mikael Wiström	1	1 933
<i>El sueño del caimán</i>	MX / ES	2000	Beto Gómez	1	1 913

<i>Quase Dois Irmãos</i>	BR / CL / FR	2004	Lúcia Murat	2	1 903
<i>Chiche bombón</i>	AR	2004	Fernando Musa	1	1 829
<i>...al fin, el mar</i>	AR / CU	2005	Jorge Dyszel	1	1 786
<i>A propósito de Buñuel</i>	ES / MX	2000	Javier Rioyo	1	1 752
<i>Buenos Aires 100 kilómetros</i>	AR	2003	Pablo José Meza	1	1 711
<i>Diario de Um Novo Mundo</i>	BR	2005	Paulo Nascimento	1	1 583
<i>Un Buda</i>	AR	2005	Diego Rafecas	1	1 500
<i>El destino</i>	ES / AR	2006	Miguel Pereira	1	1 384
<i>La Demolición</i>	AR	2005	Marcelo Mangone	1	1 286
<i>Micaela, una película mágica</i>	AR	2002	Rosanna Manfredi	1	1 205
<i>Galíndez</i>	ES / CU	2002	Ana Díez	1	1 178
<i>Hamaca paraguaya</i>	AR / PY / NL / AT / FR / DE	2006	Paz Encina	1	1 056
<i>Operación Algeciras</i>	ES / AR	2004	Jesús Mora	1	981
<i>Villa-Lobos - Uma Vida de Paixão</i>	BR	2000	Zelito Viana	2	877
<i>Hommage à Glauber Rocha</i>	BR	2006	Glauber Rocha	1	821

cont...

<i>Los Van Van: ¡Empezó la fiesta!</i>	AR / CU	2001	Liliana Mazure	1	799
<i>O Homem Que Copiava</i>	BR	2003	Jorge Furtado	1	783
<i>Janela da Alma</i>	BR	2001	João Jardim	2	725
<i>Nietos (Identidad y memorial)</i>	AR	2004	Benjamín Avila	1	527
<i>Casa de Areia</i>	BR	2005	Andrucha Waddington	2	497
<i>Brava Gente Brasileira</i>	BR / PT	2000	Lácia Murat	1	465
<i>Santa liberdade</i>	ES / BR / PT / VE	2004	Margarita Ledo	1	451
<i>One Dollar (El precio de la vida)</i>	ES / PA	2001	Héctor Herrera	1	331
<i>La mafia en La Habana</i>	ES / CU	2000	Ana Díez	1	256
<i>Amando a Maradona</i>	AR / NZ	2005	Javier Martín Vázquez	1	235
<i>Cantando bajo la tierra</i>	AR / ES	2004	Rolando Pardo	1	204
<i>O Veneno da Madrugada</i>	BR / AR / PT	2004	Ruy Guerra	2	192
<i>Bar, El Chino</i>	AR	2003	Daniel Burak	1	180
<i>Ilusiones rotas-11M</i>	AR / ES	2005	Alex Quiroga	1	140
<i>Bailando chachacha</i>	CU / ES	2005	Manuel Herrera	1	131

<i>Glue</i>	AR / GB	2006	Alexis Dos Santos	1	119
<i>No vayas por el camino más corto</i>	AR	2005	Florencia Rosembliit	1	78
<i>La toma de la Embajada</i>	CO / MX / VE	2000	Ciro Durán	1	76
<i>Justiça</i>	NL / BR	2004	Maria Ramos	1	65
<i>Las noches de Constantinopla</i>	CU / ES	2001	Orlando Rojas	1	62
<i>La Perrera</i>	AR / UY / CA	2006	Manolo Nieto	1	51
<i>Latitude Zero</i>	BR	2000	Toni Venturi	1	18
<i>Roble de Olor</i>	CU / ES	2004	Rigoberto López	1	7
<i>La mágica aventura de Óscar</i>	VE / ES / CO	2000	Diana Sánchez	1	6

Fuente: Lumiere Db, Observatorio Audiovisual Europeo.

II. DATOS ARGENTINA

TABLA II.1: Cantidad de películas argentinas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006, agrupadas por mercado de estreno, ordenadas según espectadores acumulados.

Mercado	Nº Estrenos	Espectadores	Espectadores por estreno	En %
España	98	9 817 761	100 181	60,7%
Francia	47	2 384 186	50 727	14,7%
Italia	21	1 192 188	56 771	7,4%
Reino Unido	19	947 476	49 867	5,9%

cont...

Alemania	4	477 735	119 434	3,0%
Suiza	23	399 803	17 383	2,5%
Holanda	23	259 746	11 293	1,6%
Bélgica	19	250 467	13 182	1,5%
Portugal	9	111 770	12 419	0,7%
Polonia	5	81 338	16 268	0,5%
Turquía	8	60 784	7 598	0,4%
Dinamarca	4	58 732	14 683	0,4%
Austria	3	49 645	16 548	0,3%
Hungría	6	32 613	5 436	0,2%
Suecia	4	31 924	7 981	0,2%
Rep. Checa	3	10 499	3 500	0,1%
Islandia	1	7 018	7 018	0,0%
Rumania	1	4 199	4 199	0,0%
Luxemburgo	1	1 017	1 017	0,0%
Irlanda	1	805	805	0,0%
Eslovenia	3	210	70	0,0%
TOTAL	303	16 179,916	53 399	100,0 %

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

TABLA II.2: Resultados de las películas argentinas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006, agrupadas según países coproductores, ordenadas por espectadores por estreno.

Países de Producción	Películas	Estrenos	Estreno por película	Espectadores por película	Espectadores por estreno
ES / AR	14	23	1,64	135 884	82 712
AR / ES	32	83	2,59	173 143	66 754
ES / AR / O	9	36	4,00	206 551	51 638
AR	27	44	1,63	53 103	32 586

cont...

AR / O Eu	11	28	2,55	28 835	11 328
AR / AL / EU	5	14	2,80	31 511	11 254
AR / ES / O Eu	5	21	4,20	71 308	11 254
TOTAL	103	249	2,42	157 087	64 980

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

TABLA II.3: Empresas distribuidoras españolas que estrenaron películas argentinas entre los años 2000 y 2006.

Distribuidoras	Películas	Espectadores	Espectadores por película
Diaphana Distribu- tion	1	2 882,517	2 882,517
Z	1	416 956	416 956
Alta Classics	20	3 508,317	175 416
Fox	1	145 733	145 733
Notro	2	203 139	101 569
Sogeda	5	434 428	86 886
Warner	3	229 441	76 480
Wanda	18	1 105,986	61 444
Sony	3	157 606	52 535
Manga	4	199 139	49 785
Miramar	1	46 548	46 548
Universal	1	46 387	46 387
Festival	4	142 672	35 668
Lauren	1	33 882	33 882
Sorolla	1	31 495	31 495
Sherlock	2	59 796	29 898
Alma	1	28 463	28 463

cont...

Buena Vista	1	26 611	26 611
Amanda	3	53 405	17 802
Sagrera	3	52 175	17 392
Club	1	9 076	9 076
Aire	1	4 345	4 345
Civite	1	2 682	2 682
Aquelarre	2	5 261	2 631
Piramide	2	4 945	2 472
Avaricia	2	4 170	2 085
Barton	1	1 465	1 465
Alberto	1	1 135	1 135
Díaz y Gallejones	2	580	290
Pentagrama	1	167	167
TOTAL	90	9 838,522	109 317

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db e ICAA Db.

TABLA II.4: Películas argentinas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006. Por orden descendiente de espectadores.

Película	País productor	Año de producción	Director	Mercados	Espectadores
<i>Diarios de motocicleta</i>	US / DE / GB / AR / CL / PE / FR	2004	Walter Salles	20	3 515,265
<i>El hijo de la novia</i>	AR / ES	2001	Juan José Campanella	11	1 742,941
<i>Nueve Reinas</i>	AR	2000	Fabián Bielinsky	10	815 720
<i>Tapas</i>	ES / AR	2006	Juan Cruz	5	796 585
<i>Kamchatka</i>	AR / ES	2002	Marcelo Piñeyro	5	636 055

cont...

<i>El método</i>	ES / AR / IT	2005	Marcelo Piñeyro	2	508 483
<i>No sos vos, soy yo</i>	AR / ES	2004	Juan Taratuto	1	465 474
<i>Bombón - El Perro</i>	AR / ES	2004	Carlos Sorín	11	422 608
<i>Lugares comunes</i>	ES / AR	2002	Adolfo Aristarain	4	411 279
<i>La luna de Avellaneda</i>	ES / AR	2004	Juan José Campanella	2	352 277
<i>La educación de las hadas</i>	ES / FR / AR / PT	2006	José Luis Cuerda	1	350 269
<i>Mundo vino</i>	FR / US / IT / AR	2004	Jonathan Nossiter	14	339 487
<i>Historias mínimas</i>	AR / ES	2002	Carlos Sorín	9	308 054
<i>El abrazo partido</i>	AR / ES	2004	Daniel Burman	10	306 937
<i>Seres queridos</i>	ES / GB / PT / AR	2004	Dominic Harari	12	299 762
<i>El ratón Pérez</i>	AR / ES	2006	Juan Pablo Buscarini	1	267 727
<i>Roma</i>	ES / AR	2004	Adolfo Aristarain	1	252 725
<i>El alquimista impaciente</i>	ES / AR	2002	Patricia Ferreira	1	205 192
<i>Tiempo de valientes</i>	AR	2005	Damián Szifron	1	192 037
<i>No debes estar aquí</i>	ES / AR / FR	2002	Jacobo Rispa	1	177 723
<i>En la ciudad sin límites</i>	ES / AR	2002	Antonio Hernández	4	177 037

<i>Cleopatra</i>	AR / ES	2003	Eduardo Mignogna	1	162 987
<i>Samy y yo</i>	AR	2002	Eduardo Milewicz	1	154 822
<i>Elsa y Fred</i>	ES / AR	2005	Marcos Carnevale	3	145 073
<i>El aura</i>	AR / ES	2005	Fabián Bielinsky	4	141 672
<i>El último tren</i>	AR / ES / UY	2002	Diego Arsuaga	4	133 287
<i>La niña santa</i>	AR / ES / IT	2004	Lucrecia Martel	7	132 520
<i>Apasionados</i>	AR / ES	2002	Juan José Jusid	1	126 497
<i>Plata quemada</i>	AR / ES	2000	Marcelo Piñeyro	2	123.264
<i>Valentín</i>	NL / AR / FR / ES / IT	2002	Alejandro Agresti	6	118 133
<i>Nicotina</i>	MX / AR / ES	2003	Hugo Rodríguez	6	116 120
<i>Tre mogli</i>	IT / ES / AR	2001	Marco Risi	1	109 469
<i>Conversaciones con mamá</i>	AR / ES	2004	Santiago Carlos Oves	2	103 446
<i>La puta y la ballena</i>	AR / ES	2004	Luis Puenzo	2	99.956
<i>El viento</i>	AR / ES	2002	Eduardo Mignogna	1	99 448
<i>La Ciénaga</i>	AR / ES / FR	2001	Lucrecia Martel	7	97 015
<i>La soledad era esto</i>	ES / AR	2002	Sergio Renán	1	82 041

<i>Figli/Hijos</i>	IT / AR	2002	Marco Bechis	1	81 704
<i>Antigua vida mía</i>	AR / ES	2001	Héctor Olivera	1	80 125
<i>El lugar donde estuvo el paraíso</i>	ES / AR / BR	2001	Gerardo Herrero	1	76 071
<i>Carandiru</i>	BR / AR	2003	Héctor Babenco	10	74 737
<i>El Bonaerense</i>	AR / CL / FR / NL	2002	Pablo Trapero	3	70 722
<i>Casaba</i>	ES / AR	2000	Mariano Barroso	1	70 481
<i>Todas las azafatas van al cielo</i>	AR / ES	2002	Daniel Burman	5	65 898
<i>Nowhere</i>	IT / ES / AR	2002	Luis Sepúlveda	2	60 658
<i>Lifting de corazón</i>	AR / ES	2005	Eliseo Subiela	1	60 547
<i>Familia rodante</i>	AR / BR / FR / DE / ES / GB	2004	Pablo Trapero	5	58 481
<i>Herencia</i>	AR	2001	Paula Hernández	1	56 767
<i>Estrella del sur</i>	ES / AR / UY	2002	Luis Nieto	1	56 766
<i>Los pasos perdidos</i>	ES / AR	2001	Manane Rodríguez	1	56 569
<i>Cama adentro</i>	AR / ES	2004	Jorge Gaggero	1	55 263
<i>Tan de repente</i>	AR / NL	2002	Diego Lerman	8	53 507

cont...

<i>Remake</i>	ES / AR	2006	Roger Gual	1	51 453
<i>No dejaré que no me quieras</i>	ES / AR	2002	José Luis Acosta Salmerón	1	51 316
<i>El Cielito</i>	AR / FR	2004	María Victoria Menis	2	48 713
<i>Nueces para el amor</i>	AR / ES	2000	Alberto Lecchi	1	48 170
<i>Pasos</i>	ES / AR	2005	Federico Luppi	1	44 571
<i>Derecho de familia</i>	AR / IT / ES / FR	2006	Daniel Burman	2	44 469
<i>Hermanas</i>	AR / ES / PT	2005	Julia Solomonoff	1	43 939
<i>Una Noche con Sabrina Love</i>	AR / ES / IT	2001	Alejandro Agresti	3	43 663
<i>Vidas privadas</i>	AR / ES	2001	Fito Páez	1	41 320
<i>Un oso rojo</i>	AR / ES / FR	2002	Adrián Caetano	3	39 402
<i>Buena vida delivery</i>	AR	2004	Leonardo Di Cesare	3	38 810
<i>Nordeste</i>	ES / BE / AR / FR	2005	Juan Diego Solanas	2	38 409
<i>El lado oscuro del corazón 2</i>	AR / ES	2001	Eliseo Subiela	1	35 425
<i>Teo, cazador intergaláctico</i>	AR / ES	2004	Sergio Bayo	1	34 711

<i>Almejas y mejillones</i>	AR / ES	2000	Marcos Carnevale	1	32 453
<i>(EN)</i>	AR / ES	2005	Tristán Bauer	1	29 323
<i>Un mundo menos peor</i>	AR	2004	Alejandro Agresti	3	27 727
<i>Whisky Romeo Zulu</i>	AR	2004	Enrique Piñeyro	1	26 617
<i>Les pingouins à la rescousse</i>				2	25 448
<i>12 Tangos - Adiós Buenos Aires</i>	AR / DE	2005	Arne Birkenstock	1	24 320
<i>La dignidad de los nadie</i>	AR / BR / CH	2005	Fernando E. Solanas	4	21 858
<i>Rosarigasinos</i>	AR	2001	Rodrigo Grande	1	16 155
<i>Ana y los otros</i>	AR	2002	Celina Murga	1	14 978
<i>Extraño</i>	AR	2002	Santiago Loza	3	14 240
<i>Ronda nocturna</i>	AR / FR	2005	Edgardo Cozarinsky	2	13 415
<i>Bolivia</i>	AR	2001	Adrián Caetano	1	12 677
<i>Los muertos</i>	AR / FR / NL / CH	2004	Lisandro Alonso	4	12 608
<i>La fuga</i>	AR / ES	2001	Eduardo Mignogna	1	12 280
<i>Un año sin amor</i>	AR	2005	Anahi Berneri	3	12 184

cont...

<i>Esperando al mesías</i>	ES / AR / IT	2000	Daniel Burman	2	11 989
<i>No sabe no contesta</i>	AR	2002	Fernando Musa	1	11 068
<i>El polaquito</i>	AR / ES	2003	Juan Carlos Desanzo	1	10 691
<i>Un día de suerte</i>	AR / ES	2002	Sandra Gugliotta	1	9 476
<i>Un minuto de silencio</i>	AR / ES	2005	Roberto Maiocco	1	8 792
<i>25 Watts</i>	UY / AR	2001	Juan Pablo Rebella	3	8 141
<i>Las Aventuras de Dios</i>	AR	2000	Eliseo Subiela	1	6 937
<i>Manuela Sáenz</i>	AR	2000	Diego Rísquez	1	6 024
<i>Los porfiados</i>	AR / PT	2002	Mariano Manzur	2	5 890
<i>Mercano, el marciano</i>	AR	2002	Juan Antin	1	5 488
<i>Bahía mágica</i>	AR / ES	2002	Marina Valentini	1	5 435
<i>Felicidades</i>	AR	2000	Lucho Bender	1	5 299
<i>El camino de San Diego</i>	AR	2006	Carlos Sorin	1	4 888
<i>Mi mejor enemigo</i>	AR / CL / ES	2005	Alex Bowen	1	4 707
<i>Cachimba</i>	CL / ES / AR	2004	Silvio Caiozzi	1	3 271

<i>Hoy y mañana</i>	AR / ES	2003	Alejandro Chomski	1	3 256
<i>La libertad</i>	AR	2001	Lisandro Alonso	1	3 021
<i>Geminis</i>	AR / FR	2005	Albertina Carri	1	2 583
<i>Los guantes mágicos</i>	AR / FR / DE / NL	2003	Martín Rejtman	1	2 356
<i>Chiche bombón</i>	AR	2004	Fernando Musa	1	1 829
<i>...al fin, el mar</i>	AR / CU	2005	Jorge Dyszel	1	1 786
<i>Buenos Aires 100 kilómetros</i>	AR	2003	Pablo José Meza	1	1 711
<i>Un Buda</i>	AR	2005	Diego Rafecas	1	1 500
<i>El destino</i>	ES / AR	2006	Miguel Pereira	1	1 384
<i>La Demolición</i>	AR	2005	Marcelo Mangone	1	1 286
<i>Micaela, una película mágica</i>	AR	2002	Rosanna Manfredi	1	1 205
<i>Hamaca paraguaya</i>	AR / PY / NL / AT / FR / DE	2006	Paz Encina	1	1 056
<i>Operación Algeciras</i>	ES / AR	2004	Jesús Mora	1	981
<i>Nietos (Identidad y memorial)</i>	AR	2004	Benjamín Ávila	1	527

<i>Amando a Maradona</i>	AR / NZ	2005	Javier Martín Vázquez	1	235
<i>Cantando bajo la tierra</i>	AR / ES	2004	Rolando Pardo	1	204
<i>O Veneno da Madrugada</i>	BR / AR / PT	2004	Ruy Guerra	1	192
<i>Bar, El Chino</i>	AR	2003	Daniel Burak	1	180
<i>Ilusiones rotas-11M</i>	AR / ES	2005	Alex Quiroga	1	140
<i>Glue</i>	AR / GB	2006	Alexis Dos Santos	1	119
<i>No vayas por el camino más corto</i>	AR	2005	Florencia Rosemblit	1	78
<i>La Perrera</i>	AR / UY / CA	2006	Manolo Nieto	1	51

Fuente: Lumiere Db, Observatorio Audiovisual Europeo.

III. DATOS BRASIL

TABLA III.1: Cantidad de películas brasileñas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006, agrupadas por mercado de estreno, ordenadas según espectadores acumulados.

Mercado	Nº Estrenos	Espectadores	Espectadores por estreno	En %
Portugal	32	636 928	19 904	23,8%
Reino Unido	3	496 829	165 610	18,6%
España	6	451 849	75 308	16,9%
Alemania	2	450 871	225 436	16,8%
Francia	2	149 250	74 625	5,6%
Polonia	1	98 234	98 234	3,7%

cont...

Noruega	1	68 777	68 777	2,6%
Suecia	2	65 797	32 899	2,5%
Italia	1	57 125	57 125	2,1%
Chekia	1	42 863	42 863	1,6%
Rumania	3	26 099	8 700	1,0%
Holanda	2	25 818	12 909	1,0%
Croacia	1	24 590	24 590	0,9%
Turquía	1	21 046	21 046	0,8%
Bélgica	1	18 270	18 270	0,7%
Dinamarca	1	15 208	15 208	0,6%
Hungría	1	9 452	9 452	0,4%
Finlandia	1	8 613	8 613	0,3%
Eslovenia	1	5 667	5 667	0,2%
Islandia	1	2 747	2 747	0,1%
TOTAL	64	2 676,033	41 813	100,0%

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

TABLA III.2: Resultados de las películas brasileñas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006, agrupadas según países coproductores, ordenadas por espectadores por estreno.

Países de Producción	Películas	Estrenos	Estreno por película	Espectadores por película	Espectadores por estreno
BR / FR	7	38	5,4	257 047	47 351
BR / AR / O	4	8	2,0	37 359	18 679
BR / US	3	9	3,0	51 481	17 160
Eu / BR	7	13	1,9	26 296	14 160
BR / O AL / Eu	3	6	2,0	28 278	14 139
PT / BR	5	9	1,8	18 487	10 271
BR	16	30	1,9	5 390	2 875
TOTAL	45	113	2,5	59 467	23 682

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

TABLAS III.3: Empresas distribuidoras españolas que estrenaron películas brasileñas entre los años 2000 y 2006.

Distribuidoras	Películas	Espectadores	Espectadores por película
Manga	1	16 648	16 648
Alta	2	29 601	14 801
Sony	2	21 366	10 683
Vertigo	1	8 215	8 215
Soralla	1	6 139	6 139
Aquelarre	1	4 690	4 690
Wanda	1	4 487	4 487
Díaz y Gallejones	1	2 010	2 010
Sherlock	2	3 682	1 841
TOTAL	12	96 838	8 070

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db e ICAA Db.

TABLA III.4: Películas brasileñas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006. Por orden descendente de espectadores.

Película	País productor	Año de producción	Director	Mer-cados	Especta-dores
<i>Cidade de Deus</i>	BR / FR / US	2 002	Fernando Meirelles	22	1 646,203
<i>Eu, Tu, Eles</i>	BR / US	2 000	Andrucha Waddington	2	122 171
<i>Moro no Brasil</i>	FI / DE / BR	2 002	Mika Kaurismäki	3	79 209
<i>El lugar donde estuvo el paraíso</i>	ES / AR / BR	2 001	Gerardo Herrero	4	76 071
<i>Rosario Tijeras</i>	CO / MX / ES / BR	2 005	Emilio Maillé	2	75 671

cont...

<i>Abril despedaçado</i>	BR / FR / CH	2 001	Walter Salles	6	73 926
<i>Carandiru</i>	BR / AR	2 003	Héctor Babenco	1	70 366
<i>Familia rodante</i>	AR / BR / FR / DE / ES / GB	2 004	Pablo Trapero	2	58 481
<i>Palavra e Utopia</i>	PT / FR / BR / ES	2 000	Manoel de Oliveira	4	44 849
<i>Madame Satã</i>	BR / FR	2 002	Karim Ainouz	1	37 345
<i>Um tiro no escuro</i>	PT / BR	2 005	Leonel Vieira	1	28 571
<i>Cidade Baixa</i>	BR	2 005	Sérgio Machado	2	27 903
<i>Bossa Nova</i>	BR / US	2 000	Bruno Barreto	4	26 752
<i>Brasileirinho</i>	CH / FI / BR	2 005	Mika Kaurismäki	1	21 319
<i>La dignidad de los nadies</i>	AR / BR / CH	2 005	Fernando E. Solanas	3	20 396
<i>Saudade do futuro</i>	FR / BR	2 000	César Paes	1	16 350
<i>O invasor</i>	BR	2 001	Beto Brant	3	16 284
<i>Saudade do Futuro</i>	BR / FR / BE	2 000	César Paes	2	16 073
<i>Viúva Rica Solteira Não Fica</i>	PT / BR	2 006	José Fonseca e Costa	2	12 353
<i>Uma Onda No Ar</i>	BR	2 002	Helvecio Ratton	2	9 138

<i>Ônibus 174</i>	BR	2 002	José Padilha	2	9 120
<i>O Diabo a Quatro</i>	BR / FR / PT / CH	2 004	Alice de Andrade	2	7 390
<i>Viva Zapato</i>	BR / ES	2 002	Luiz Carlos Lacerda	2	7 260
<i>Tudo Isto é Fado</i>	PT / BR	2 004	Luís Galvão Teles	1	6 197
<i>Favela Rising</i>	BR / US	2 005	Matt Mochary	3	5 519
<i>As três Marias</i>	BR	2 002	Aluisio Abranches	3	4 665
<i>Amores Possíveis</i>	BR	2 000	Sandra Werneck	1	4 528
<i>Vinicius</i>	ES / BR	2 005	Miguel Faria Jr.	1	4 103
<i>Cinema, Aspirinas e Urubus</i>	BR	2 005	Marcelo Gomes	2	3 870
<i>Lavoura Arcaica</i>	BR	2 001	Luiz Fernando Carvalho	2	3 242
<i>My Father, Rua Alguem 5555</i>	IT / BR / HU	2 003	Egidio Eronico	2	2 857
<i>Soy Cuba, O Mamute Siberiano</i>	BR	2 005	Vicente Ferraz	3	2 183
<i>O Outro Lado da Rua</i>	BR / FR	2 004	Marcos Bernstein	4	2 043
<i>Quase Dois Irmãos</i>	BR / CL / FR	2 004	Lúcia Murat	2	1 903
<i>Diário de Um Novo Mundo</i>	BR	2.005	Paulo Nascimento	1	1 583

<i>Villa-Lobos - Uma Vida de Paixão</i>	BR	2.000	Zelito Viana	2	877
<i>Hommage à Glauber Rocha</i>	BR	2.006	Glauber Rocha	1	821
<i>O Homem Que Copiava</i>	BR	2.003	Jorge Furtado	1	783
<i>Janela da Alma</i>	BR	2.001	João Jardim	2	725
<i>Casa de Areia</i>	BR	2.005	Andrucha Waddington	2	497
<i>Brava Gente Brasileira</i>	BR / PT	2.000	Lúcia Murat	1	465
<i>Santa liberdade</i>	ES / BR / PT / VE	2.004	Margarita Ledo	1	451
<i>O veneno da Madrugada</i>	BR / AR / PT	2.004	Ruy Guerra	2	192
<i>Justiça</i>	NL / BR	2.004	Maria Ramos	1	65
<i>Latitude Zero</i>	BR	2.000	Toni Venturi	1	18

Fuente: Lumiere Db, Observatorio Audiovisual Europeo.

IV. DATOS MÉXICO

TABLA IV.1: Cantidad de películas mexicanas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006, agrupadas por mercado de estreno, ordenadas según espectadores acumulados.

Mercado	Nº Estrenos	Espectadores	Espectadores por estreno	En %
España	47	6 437,970	136 978	41,2%
Francia	11	2 753,040	250 276	17,6%
Italia	10	1 576,027	157 603	10,1%
Reino Unido	10	1 482,250	148 225	9,5%

cont...

Bélgica	10	543 924	54 392	3,5%
Alemania	2	525 283	262 642	3,4%
Turquía	6	405 609	67 602	2,6%
Holanda	6	399 048	66 508	2,6%
Suecia	5	206 514	41 303	1,3%
Suiza	10	204 887	20 489	1,3%
Polonia	4	196 626	49 157	1,3%
Dinamarca	6	191 799	31 967	1,2%
Noruega	9	172 732	19 192	1,1%
Rep. Checa	5	135 206	27 041	0,9%
Hungría	6	129 744	21 624	0,8%
Portugal	4	88 532	22 133	0,6%
Eslovaquia	2	40 453	20 227	0,3%
Bulgaria	2	38 089	19 045	0,2%
Latvia	4	31 864	7 966	0,2%
Estonia	4	15 687	3 922	0,1%
Islandia	3	14 056	4 685	0,1%
Luxemburgo	2	8 868	4 434	0,1%
Eslovenia	3	8 802	2 934	0,1%
Austria	1	2 130	2 130	0,0%
Lituania	1	1 246	1 246	0,0%
Irlanda	1	792	792	0,0%
TOTAL	174	15 611,178	1 444,511	100,0%

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

TABLA IV.2: Resultados de las películas mexicanas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006, agrupadas según países coproductores, ordenadas por espectadores por estreno.

Países de Producción	Películas	Estrenos	Estreno por película	Espectadores por película	Espectadores por estreno
ES /MX	13	38	2,9	345 132	118 071
US / MX	4	57	14,3	1 524,358	106 972
FR / MX / O	5	51	10,2	572 735	56 150
MX	8	34	4,3	99 968	23 522
MX / ES	8	21	2,6	58 860	22 423
AL /MX	4	5	1,3	22 810	18 248
MX / FR	3	6	2,0	11 967	5 983
TOTAL	45	212	4,7	346 915	73 638

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

TABLA IV.3: Empresas distribuidoras españolas que estrenaron películas mexicanas entre los años 2000 y 2006.

Distribuidoras	Películas	Espectadores	Espectadores por película
Buenavista	1	1 346,317	1 346,317
Fox	1	532 859	532 859
Warner	4	1 618,748	404 687
Universal	2	714 378	357 189
Sogedisa	5	1 028,997	205 799
Sony	1	149 036	149 036
Manga	1	113 406	113 406
Media	1	50 970	50 970
Golem	1	50 065	50 065
Alta	5	156 105	31 221
Lauren	3	71 633	23 878

cont...

Citlali	1	17 769	17 769
Lola	1	16 398	16 398
Nirvana	1	11 838	11 838
Wanda	4	19 323	4 831
Aquelarre	1	1 160	1 160
Civite	1	790	790
Orignial	1	30	30
Total	35	5 899,822	168 566

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db e ICAA Db.

TABLA IV.4: Películas mexicanas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006. Por orden descendiente de espectadores.

Película	País productor	Año de producción	Director	Mer-cados	Especta-dores
<i>Once Upon a Time in Mexico</i>	US / MX	2003	Robert Rodríguez	24	3 365,792
<i>El laberinto del Fauno</i>	ES / MX	2006	Guillermo del Toro	8	2 255,980
<i>Babel</i>	US / FR / MX	2006	Alejandro González Iñárritu	15	1 782,694
<i>Bandidas</i>	FR / MX / US	2006	Joachim Roenning	15	1 332,148
<i>Blueberry</i>	FR / GB / MX	2004	Jan Kounen	20	939 324
<i>Y tu mamá también</i>	MX / US	2001	Alfonso Cuarón	17	925 589
<i>El espinazo del Diablo</i>	ES / MX	2001	Guillermo del Toro	8	857 917

cont...

<i>Tapas</i>	ES / AR / MX	2005	José Corbacho	1	794 472
<i>Amores perros</i>	MX	2000	Alejandro González Iñárritu	17	697 972
<i>El crimen del Padre Amaro</i>	MX / ES	2002	Carlos Carrera	11	372 591
<i>11'09"01 - September 11</i>	FR / EG / GB / IL / IN / IR / JP / MX / US	2002	divers	13	339 613
<i>Salvador Allende</i>	FR / BE / DE / ES / MX	2004	Patricio Guzmán	1	127 425
<i>Batalla en el cielo</i>	MX / BE / FR / DE	2004	Carlos Reygadas	2	125 163
<i>Cámara oscura</i>	ES / MX	2003	Pau Freixas	1	102 852
<i>Volverás</i>	ES / MX	2002	Antonio Chavarrías	1	83 628
<i>Rosario Tijeras</i>	CO / MX / ES / BR	2005	Emilio Maillé	2	75 671
<i>La virgen de la lujuria</i>	ES / MX / PT	2002	Arturo Ripstein	3	74 014
<i>Buñuel y la mesa del rey Salomón</i>	ES / DE / MX	2001	Carlos Saura	2	72 088
<i>Sexo por compasión</i>	ES / MX	2000	Laura Mañá	4	68 636
<i>Asesino en serio</i>	ES / MX	2002	Antonio Urrutia	1	68 193

<i>Primer y último amor</i>	ES / MX	2002	Antonio Giménez Rico	4	56 144
<i>Temporada de patos</i>	MX	2004	Fernando Eimbcke	3	44 422
<i>La hija del caníbal</i>	MX / ES	2003	Antonio Serrano	1	40 994
<i>Sin dejar huella</i>	MX / ES	2000	María Novaro	1	38 826
<i>Fútbol, el nacimiento de una pasión</i>	ES / MX	2005	Jesús Sánchez	1	29 595
<i>La perdición de los hombres</i>	MX	2000	Arturo Ripstein	1	23 462
<i>Casa de los babys</i>	US / MX	2003	John Sayles	1	23 355
<i>Aro Tolbukhin. En la mente del asesino</i>	ES / MX	2002	Agustín Villaronga	3	21 440
<i>Así es la vida</i>	MX / FR / ES	2000	Arturo Ripstein	2	19 230
<i>Sangre</i>	MX / FR	2005	Amat Escalante	1	14 695
<i>Voces inocentes</i>	MX	2004	Luis Mandoki	6	13 445
<i>Nadie te oye: Perfume de violetas</i>	MX	2001	Marisa Sistach	2	10 616
<i>La fiebre del loco</i>	CL / MX / ES	2001	Andrés Wood	1	8 602
<i>Demasiado Amor</i>	MX / ES	2001	Ernesto Rimoch	2	7 385

<i>Crónicas</i>	MX / EC	2004	Sebastián Cordero	1	6 891
<i>Otilia</i>	MX	2001	Dana Rotberg	1	3 863
<i>Audiovisuales de los Caracoles Zapatistas</i>	MX	2006	divers	2	3 787
<i>El misterio del Trinidad</i>	MX / ES	2003	José Luis García Agraz	3	3 250
<i>La habitación azul</i>	MX / ES	2002	Walter Doehner	1	3 019
<i>La última luna</i>	MX / ES / CL	2005	Miguel Littin	1	2 901
<i>Viva México : les incontournables du cinéma mexicain</i>	MX	2006	divers	2	2 175
<i>Conejo en la luna</i>	MX / GB	2004	Jorge Ramírez Suárez	3	1 975
<i>El sueño del caimán</i>	MX / ES	2000	Beto Gómez	1	1 913
<i>A propósito de Buñuel</i>	ES / MX	2000	Javier Rioyo	1	1 752
<i>La toma de la Embajada</i>	CO / MX / VE	2000	Ciro Durán	1	76

Fuente: Lumiere Db, Observatorio Audiovisual Europeo.

TABLA V.1: Cantidad de películas cubanas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006, agrupadas por mercado de estreno, ordenadas según espectadores acumulados.

Mercado	Nº Estrenos	Espectadores	Espectadores por estreno	En %
España	20	1 142,268	57 113	85,1%
Reino Unido	1	82 870	82 870	6,2%
Francia	1	49 695	49 695	3,7%
Holanda	1	24 489	24 489	1,8%
Rep. Checa	1	16 140	16 140	1,2%
Italia	2	14 050	7 025	1,0%
Finlandia	1	3 539	3 539	0,3%
Bélgica	1	3 356	3 356	0,3%
Portugal	1	2 306	2 306	0,2%
Eslovenia	1	1 522	1 522	0,1%
Rumania	1	1 388	1 388	0,1%
Dinamarca	1	733	733	0,1%
TOTAL	32	1 342,356	41 949	100,0%

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

Tabla V2: Resultados de las películas cubanas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006, agrupadas según países coproductores, ordenadas por espectadores por estreno.

Países de Producción	Películas	Estrenos	Estreno por película	Espectadores por película	Espectadores por estreno
ES / CU	9	22	2,4	118 385	48 430
CU / O Eu	3	6	2,0	43 178	21 589
O Eu / CU	3	4	1,3	28 059	21 044

cont...

CU / ES	4	6	1,5	6 402	4 268
AR / CU	2	2	1,0	1 293	1 293
TOTAL	21	40	1,9	63 922	33 559

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

Tabla V.3: Empresas distribuidoras españolas que estrenaron películas cubanas entre los años 2000 y 2006.

Distribuidoras	Películas	Espectadores	Espectadores por película
Warner	1	612 220	612 220
Sogedisa	1	57 046	57 046
Wanda	2	75 552	37 776
Alta Classics	3	70 440	23 480
Amanda	2	30 556	15 278
Suso	3	37 442	12 481
Igeldo	2	224	112
Total	14	883 479	63 106

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db e ICAA Db.

TABLA V.4: Películas cubanas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006. Por orden descendiente de espectadores.

Película	País productor	Año de producción	Director	Mer-cados	Especta-dores
<i>Habana Blues</i>	ES / CU / FR	2005	Benito Zambrano	11	720 259
<i>Música cubana</i>	DE / IT / CU / JP	2004	German Kral	2	82 931
<i>The Galindez File</i>	ES / CU / FR / GB / PT	2003	Gerardo Herrero	4	82 870

cont...

<i>Aunque estés lejos</i>	ES / CU	2003	Juan Carlos Tabío	1	72 044
<i>Hormigas en la boca</i>	ES / CU	2005	Mariano Barroso	1	67 113
<i>Rosa la china</i>	PT / ES / FR / CU	2002	Valeria Sarmiento	2	47 793
<i>Perfecto amor equivocado</i>	ES / CU	2004	Gerardo Chijona	1	45 785
<i>Suite Habana</i>	ES / CU	2003	Fernando Pérez	1	43 100
<i>Nada</i>	CU / ES / FR / IT	2001	Juan Carlos Cremata	3	35 149
<i>Antonio Machín: Toda una vida</i>	ES / CU	2001	Nuria Villazán	1	32 856
<i>Viva Cuba</i>	FR / CU	2005	Juan Carlos Cremata	1	32 319
<i>Hacerse el sueco</i>	CU / ES	2001	Daniel Díaz Torres	3	25 408
<i>En la puta vida</i>	UY / BE / ES / CU	2001	Beatriz Flores Silva	1	17 463
<i>Siete días, siete noches</i>	CU / FR / IT	2003	Joel Cano	1	11 454
<i>Encantado</i>	IT / CU	2002	Corrado Colombo	1	4 065
<i>...al fin, el mar</i>	AR / CU	2005	Jorge Dyszel	1	1 786
<i>Galíndez</i>	ES / CU	2002	Ana Díez	1	1 178

<i>Los Van Van: ¡Empezó la fiesta!</i>	AR / CU	2001	Liliana Mazure	1	799
<i>La mafia en La Habana</i>	ES / CU	2000	Ana Díez	1	256
<i>Bailando chachacha</i>	CU / ES	2005	Manuel Herrera	1	131
<i>Las noches de Constantinopla</i>	CU / ES	2001	Orlando Rojas	1	62
<i>Roble de Olor</i>	CU / ES	2004	Rigoberto López	1	7

Fuente: Lumiere Db, Observatorio Audiovisual Europeo.

VI. DATOS COLOMBIA

TABLA VI.1: Cantidad de películas colombianas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006, agrupadas por mercado de estreno, ordenadas según espectadores acumulados.

Mercado	Nº Estrenos	Espectadores	Espectadores por estreno	En %
Francia	3	421 794	140 598	42,7%
España	8	213 769	26 721	21,6%
Reino Unido	1	148 914	148 914	15,1%
Italia	2	61 349	30 675	6,2%
Rep. Checa	2	59 239	29 620	6,0%
Dinamarca	1	25 310	25 310	2,6%
Holanda	2	18 351	9 176	1,9%

cont...

SE	1	11 491	11 491	1,2%
Noruega	1	8 281	8 281	0,8%
Portugal	1	6 754	6 754	0,7%
Austria	1	4 601	4 601	0,5%
Bélgica	1	3 739	3 739	0,4%
Finlandia	1	2 995	2 995	0,3%
Islandia	1	1 269	1 269	0,1%
SI	1	20	20	0,0%
TOTAL	27	987 876	36 588	100,0%

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

TABLA VI.2: Resultados de las películas colombianas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006, agrupadas según países coproductores, ordenadas por espectadores por película.

Países de Producción	Películas	Estrenos	Estreno por película	Espectadores por película	Espectadores por estreno
US / CO	1	11	11,0	641 181	58 289
ES / CO	1	2	2,0	61 496	30 748
FR / CO	3	10	3,3	66 509	19 953
CO / O	4	6	1,5	22 162	14 774
TOTAL	9	29	3,2	109 764	34 065

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

TABLA VI.3: Empresas distribuidoras españolas que estrenaron películas colombianas entre los años 2000 y 2006.

Distribuidoras	Películas	Espectadores	Espectadores por película
Golem	1	641 181	641 181
Vértigo	1	188 654	188 654
Manga	1	75 671	75 671

cont...

Alta	1	61 496	61 496
Kalxon	1	10 017	10 017
Wanda	1	76	76
Setama	1	6	6
TOTAL	7	977 101	139 586

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db e ICAA Db.

TABLA VI.4: Películas colombianas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006. Por orden descendiente de espectadores.

Película	País productor	Año de producción	Director	Mer-cados	Especta-dores
<i>María, llena eres de gracia</i>	US / CO	2004	Joshua Marston	11	641 181
<i>La virgen de los sicarios</i>	FR / CO / ES	2000	Barbet Schroeder	8	188 654
<i>Rosario Tijeras</i>	CO / MX / ES / BR	2005	Emilio Maillé	2	75 671
<i>Perder es cuestión de método</i>	ES / CO	2004	Sergio Cabrera	2	61 496
<i>El Rey</i>	CO / FR / ES	2004	José Antonio Dorado	1	10 017
<i>Les gens honnêtes vivent en France</i>	FR / BE / CO / ES	2005	Bob Decout	1	7 874
<i>Carlitos 13 Medellín</i>	FR / CO	2004	Jean-Stéphane Sauvaire	1	3 000
<i>Sumas y restas</i>	CO / ES	2004	Víctor Gaviria	2	2 882
<i>La toma de la Embajada</i>	CO / MX / VE	2000	Ciro Durán	1	76
<i>La mágica aventura de Óscar</i>	VE / ES / CO	2000	Diana Sánchez	1	6

Fuente: Lumiere Db, Observatorio Audiovisual Europeo.

TABLA VII.1: Cantidad de películas chilenas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006, agrupadas por mercado de estreno, ordenadas según espectadores acumulados.

Mercado	Nº Estrenos	Espectadores	Espectadores por estreno	En %
España	24	383 215	15 967	62,4%
Francia	1	154 745	154 745	25,2%
Reino Unido	2	54 332	27 166	8,9%
Italia	1	10 781	10 781	1,8%
Tarquía	1	5 011	5 011	0,8%
Dinamarca	1	3 846	3 846	0,6%
Portugal	1	1 903	1 903	0,3%
TOTAL	31	613 833	19 801	100,0%

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

TABLA VII.2: Resultados de las películas chilenas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006, agrupadas según países coproductores, ordenadas por espectadores por película.

Países de Producción	Películas	Estrenos	Estreno por Película	Espectadores por película	Espectadores por estreno
CL / ES	7	19	2,7	334 027	17 580
CL	6	10	1,7	151 408	15 141
Eu / CL	5	7	1,4	81 051	11 579
CL / AL / Eu	6	8	1,3	92 188	11 524
AL / Eu / CL	2	2	1,0	13 148	6 574
TOTAL	26	46	1,8	23 609	13 344

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db, OBS.

TABLA VII.3: Empresas distribuidoras españolas que estrenaron películas chilenas entre los años 2000 y 2006. | 165

Distribuidoras	Películas	Espectadores	Espectadores por película
Alta Classics	1	156 960	156 960
Sogedisa	2	69 837	34 919
Wanda	3	71 427	23 809
Universal	1	23 258	23 258
Fidelity	1	15 583	15 583
Vértigo	1	10 141	10 141
Baditri	2	13 696	6 848
Warner	1	5 333	5 333
Civite	1	2 028	2 028
Amanda	1	2 026	2 026
Piramide	1	1 969	1 969
Aquelarre	1	1 799	1 799
Sherlock	1	667	667
TOTAL	17	374 725	22 043

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db e ICAA Db.

TABLA VII.4: Películas chilenas estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006. Por orden descendiente de espectadores.

Película	País productor	Año	Director	Mer-cados	Especta-dores
<i>Machuca</i>	CL / ES	2004	Andrés Wood	6	253 162
<i>Mala leche</i>	CL	2004	León Errázuriz	1	77 195
<i>El bonaerense</i>	AR / CL / FR	2002	Pablo Trapero	1	70 722
<i>Taxi para tres</i>	CL	2001	Orlando Lübbert	3	39 776
<i>Promedio rojo</i>	ES / CL	2004	Nicolás López	1	37 513

cont...

<i>Tierra del fuego</i>	IT / ES / CL	2000	Miguel Littin	2	35 446
<i>Time's up!</i>	ES / CL / US	2000	Cecilia Barriga	1	30 184
<i>Mujeres infieles</i>	CL	2004	Rodrigo Ortuzar	1	25 134
<i>En la cama</i>	CL / DE	2005	Matías Bize	3	22 287
<i>El regalo de Silvia</i>	ES / CL	2003	Dionisio Pérez	3	16 357
<i>Chico</i>	HU / DE / CL	2001	Ibolya Fekete	1	11 844
<i>Punto y raya</i>	VE CL / ES / UY	2004	Elia Schneider	1	10 247
<i>La fiebre del loco</i>	CL / MX / ES	2001	Andrés Wood	1	8 602
<i>Mi mejor enemigo</i>	AR / CL / ES	2005	Alex Bowen	1	4 707
<i>Los debutantes</i>	CL	2003	Andrés Waissbluth	1	3 652
<i>Cachimba</i>	CL / ES / AR	2004	Silvio Caiozzi	2	3 271
<i>Coronación</i>	CL	2000	Silvio Caiozzi	1	3 267
<i>Antonia</i>	CL / ES	2001	Mariano Andrade	2	3 175
<i>Días de campo</i>	FR / CL	2004	Raoul Ruiz	1	3 047
<i>B-Happy</i>	CL / ES / VE	2003	Gonzalo Justiniano	2	2 983
<i>La última luna</i>	MX / ES / CL	2005	Miguel Littin	1	2 901
<i>Sábado, una película real</i>	CL	2003	Matías Bize	3	2 384

<i>Quase Dois Irmãos</i>	BR / CL / FR	2004	Lúcia Murat	1	1 903
<i>Viaje a Narragonia</i>	CL / ES	2004	Germán Berger	2	1 076
<i>Bastardos en el paraíso</i>	SE / CL	2000	Luis R. Vera	2	530
<i>Ogú y Mampato en Rapa Nui</i>	CL / ES	2002	Alejandro Rojas	2	457

Fuente: Lumiere Db, Observatorio Audiovisual Europeo.

VIII. DATOS OTROS PAÍSES LATINOAMERICANOS

TABLA VIII.1: Empresas distribuidoras españolas que estrenaron películas de otros países latinoamericanos entre los años 2000 y 2006.

Distribuidoras	Películas	Espectadores	Espectadores por película
Alta Classics	3	171 889	57 296
Nirvana	1	46 561	46 561
Total	4	218 450	54 613
Wanda	5	39 693	7 939
Versus	1	6 891	6 891
Buenavista	1	6 671	6 671
Sogedisa	1	5 755	5 755
Abs	1	331	331
TOTAL	17	496 241	29 191

Fuente: Elaboración propia sobre Lumiere Db e ICAA Db.

168 | TABLA VIII.2: Películas de otros países latinoamericanos estrenadas en mercados europeos entre los años 2000 y 2006. Por orden descendiente de espectadores.

Película	País productor	Año de producción	Director	Mer-cados	Especta-dores
<i>Pantaleón y las visitadoras</i>	PE / ES	2000	Francisco J. Lombardi	1	116 527
<i>Made in USA</i>	PE / ES	2006	Claudia Llosa	1	46 561
<i>Tinta Roja</i>	ES / PE	2000	Francisco J. Lombardi	1	40 227
<i>En la puta vida</i>	UY / BE / ES / CU	2001	Beatriz Flores Silva	1	17 463
<i>Días de Santiago</i>	PE	2004	Josue Mendez	1	15 135
<i>Agua con sal</i>	ES / PE	2005	Pedro Perez Rosado	1	12 982
<i>25 Watts</i>	UY / AR	2001	Juan Pablo Rebella	1	8 141
<i>Crónicas</i>	MX / EC	2004	Sebastián Cordero	1	6 891
<i>Estrellas de la línea</i>	ES / GT	2006	Chema Rodríguez	1	6 671
<i>El forastero</i>	ES / PE	2002	Federico García	1	5 755
<i>Compadre</i>	SE / NO / PE / FI	2004	Mikael Wiström	1	1 933
<i>Hamaca paraguaya</i>	AR / PY / NL / AT / FR / DE	2006	Paz Encina	1	1 056
<i>One Dollar (El precio de la vida)</i>	ES / PA	2001	Héctor Herrera	1	331
<i>La Perrera</i>	AR / UY / CA	2006	Manolo Nieto	1	51

Fuente: Lumiere Db, Observatorio Audiovisual Europeo.

LA DISTRIBUCIÓN DEL CINE Y PRODUCTOS AUDIOVISUALES LATINOAMERICANOS EN LOS ESTADOS UNIDOS

POR FREYA SCHIWY Y TOBY MILLER

La investigación del mercado norteamericano para productos audiovisuales latinoamericanos presenta varios desafíos, algunos esperados y otros más sorprendentes. Por un lado contamos con una inmensa cantidad de producciones. La base de datos “Internet Movie Data Base” (www.imbd.com) hace referencia a 533 títulos producidos en Argentina en el 2005, 316 títulos producidos en el 2006, y 279 títulos para el año 2007, o sea un total de 1 128 títulos solo de Argentina para el período bajo investigación. Esto incluye documentales, películas de ficción y producciones televisivas. A pesar de esta exhaustiva lista de producciones cinemáticas y televisivas es difícil obtener datos concretos sobre la cantidad de películas distribuidas en Estados Unidos e imposible el acceso a datos sobre ganancias y estrategias de venta, ya que toda esta información se considera secretos del mercado. Las embajadas de los países en consideración tampoco parecen tener datos sobre el comercio en medios. Las embajadas del Perú y Chile no respondieron a la solicitud de información. Las embajadas de México y Venezuela contestaron con un mensaje cordial avisando que no están enteradas del tráfico en películas nacionales (Embajada mexicana, correo electrónico 11 de junio, 2008; Embajada venezolana, correo electrónico 12 de agosto, 2008).

Encima de los títulos e información accesibles por la Internet Movie Data Base, existe en Latinoamérica una vasta producción de video y televisión indígenas —productos audiovisuales hechos y producidos por organizaciones indígenas y sus colaboradores— que no se encuentran en esa base de datos. CEFREC-CAIB en Bolivia, CONAIE y ECURUNARI en Ecuador, CRIC en Colombia, Video Nas Aldeias en Brasil, Chiapas Media Project / Promedios y Ojo de Agua Comunicación en México, para solo mencionar los más importantes, han creado cientos de videos en diferentes géneros. Los videos producidos por estas organizaciones, frecuentemente, no entran en el mercado comercial —ni en Latinoamérica, ni en Estados Unidos— sino que circulan

170 | por redes de difusión rurales a comunidades indígenas y campesinas. Selecciones de esta vasta producción se muestran, sin embargo, en festivales de cine y video indígena internacionales en Norteamérica y en las aulas universitarias de este país a números considerables de videntes. En este caso solo hay datos concretos muy limitados sobre la difusión y el alcance de esta producción, como aclararemos abajo.

Por otro lado, la categoría de “producción nacional” parece hasta cierto punto ambigua o aun obsoleta. *Babel*, ganadora del Golden Globe Award, ¿es una película latinoamericana? Dirigida por Alejandro González Iñárritu es filmada parcialmente en México y entre los hispanohablantes de la frontera entre California y México. Forma parte de un nuevo cine latinoamericano que ya no se concibe en nociones estrictamente nacionales. Es decir, las categorías nacionales que acostumbramos manejar se ponen en cuestión no solamente desde la perspectiva de los videntes que miran un cine y televisión global (aunque el público en Estados Unidos está entre los más aislados globalmente ya que las películas foráneas que se muestran y se ven en este país son pocas. Menos de 1 % de las películas exhibidas en Estados Unidos son importaciones (Miller 2006: 88). También se complica la noción “nacional” desde el ángulo de la producción. Las sinergias corporativas ya hace mucho indican la desterritorialización de las productoras cinematográficas y, las coproducciones como *Diarios de motocicleta* y *María llena eres de gracia* incrementan la sensación de un cine hemisférico más que estrictamente nacional (p.e. Smith, 2003; Sinclair, 2004; Alemán, 2004; para una perspectiva histórica ver López, 1990).

Al investigar los datos disponibles sobre la distribución de productos cinematográficos y televisivos “hechos en” Latinoamérica, Perú, o Argentina se aumenta la sensación de que la nacionalidad de una película ya no constituye un criterio relevante para la venta o el consumo y, por eso tampoco se maneja como un dato destacado por productoras, distribuidoras, etcétera; aun en aquellos casos en que no se trate de una coproducción internacional. Queda más bien el idioma de una película como un aspecto notable que atrae o repela a los videntes (Miller 2006: 89), aunque *Babel* nuevamente indica quizás una nueva tendencia de cinematografía global (destinada a un público global y, rodada y actuada en diferentes idiomas y países, inclusive la cultura muda en el Japón urbano.) Aproximadamente 25 teatros en los EE. UU., exhiben películas en español (Parera, 2006).

Título	Producción	EE. UU. Distribución	Distribuidor	Recibos EE. UU.\$
<i>Amores Perros</i>	México	2001	Lions Gate, Nu Vision	5 383,834
<i>Y tu mamá también</i>	México	2002	IFC, Fox	13 622,333
<i>Nueve reinas</i>	Argentina	2002	Sony, BVI	1 221,261
<i>Hijo de la Novia</i>	Argentina	2002	Columbia, Argentina VH	624,153
<i>Cidade de Deus</i>	Brasil	2003-04	Miramax, BVI	7 563,397
<i>Carandiru</i>	Brasil	2004	Sony, Columbia	213,954
<i>María, llena eres de gracia</i>	EE. UU. / Colombia	2004	Fine Line	6 517,198
<i>The Motorcycle Diaries</i>	Argentina et al.	2004	Focus, BVI	16 756,372
<i>El crimen del Padre Amaro</i>	México	2002-03	Sony, Samuel G	5 709,616

Fuente: Derivado por Alvaray (2008)

Lo que sigue es en cierto sentido una historia de los límites que el capitalismo neoliberal impone a la investigación. Identificamos las siguientes vías de distribución para productores audiovisuales latinoamericanos que discutiremos en cuanto a la información que ofrecen y en algunos casos, resumimos unas ideas que se nos han sugerido para facilitar el acceso a los productos audiovisuales latinoamericanos:

1. AFM (American Film Market – Mercado de Cine Americano)
2. Bibliotecas universitarias
3. Netflix
4. YouTube
5. Video indígena
6. Festivales
7. Televisión e Internet

El AFM (American Film Market) ofrece un espacio para el encuentro de cineastas, productores y distribuidores. Cada año durante 8 días en noviembre, este mercado reúne a cineastas independientes de todo el mundo, difusoras, productoras, y expertos de los medios, abogados, realizadores, guionistas, comisiones de festivales, agentes, ejecutivos, etcétera, de más de 70 países.

AFM se fundó en 1981 por IFTA (Independent Film and Television Association o la asociación del cine y televisión independientes) y constituye hoy, en el estimo de los organizadores, el mercado global más importante donde se juntan los *decision-makers and trendsetters* de Hollywood. No es un festival, sino un mercado donde en solo 8 días se firman más de 8 000 contratos, tanto con filmes finalizados como también con proyectos no todavía rodados.

En el 2007 alcanzó un nuevo récord de asistencia y ventas, con 8 343 asistentes lo que constituye un aumento de 1,6 % en comparación con el año anterior cuando asistieron 8 208 y un incremento de 3 % en compradores comparado con el año 2006. En 2007, en total asistieron 1 628 compradores de 65 países. La nota de prensa incluye información sobre la nacionalidad de los compradores, indicando particularmente un aumento en la presencia de compañías e individuos interesados en la adquisición provenientes de Estados Unidos (10 %), Francia (12 %), Polonia (50 %), Turquía (25 %), Rusia (40 %) y Brasil (18 %). La participación de compradores provenientes de Escandinavia y Taiwan, en comparación bajó en 28 y 53 por ciento respectivamente. La participación de compradores de Latinoamérica en general, sin embargo ha bajado. Argentina (9 %), Chile (33 %), Colombia (17 %), México (14 %), Uruguay (25 %). La asistencia de compradores de Ecuador, Perú, Venezuela, y Puerto Rico quedó sin cambios.

El AFM se dirige en primer lugar a cineastas independientes y principiantes. Sus directores y empleados, sin embargo, no están dispuestos a discutir la asistencia de cineastas latinoamericanos en el mercado. Aciertan que no mantienen estadísticas de asistencia de cineastas por país, ni de contratos firmados entre productores, distribuidores y artistas más allá de la cifra aproximada de 8 000 contratos en total, con más de 800 millones de dólares de valor total para el 2007 (<http://www.ifta-online.org/afm/home.asp>). Al contrario, afirman que

toda esta información es confidencial. Tampoco pueden proveer información sobre productoras o distribuidores que trabajan con cineastas de proveniencia latinoamericana. Por supuesto tampoco hay información sobre artistas o filmes de países particulares.

Los únicos datos que se ofrecen indican que en el 2007, 430 compañías difusoras exhibieron sus productos, inclusive 900 muestras de 537 películas en 34 idiomas diferentes (AFM Film Market 2007: 1) y el precio cobrado a individuos interesados en lanzar su producción durante el evento era relativamente alto, 795-895 \$ para asistir durante los 8 días; 295-345 \$ para la insignia industrial por la mitad del tiempo para el 2008. (http://www.ifta-online.org/afm/att_how_att.asp)

El sitio Web de AFM incluye, no obstante, un catálogo de películas producidas, en pre y en posproducción que se ofrecen en todos los mayores mercados del cine globales. Este catálogo tampoco distingue las películas según lugar de origen. Permite la búsqueda por idioma. Correlacionando la información sobre películas en español y portugués, y substrayendo aquellas producidas únicamente en España y Portugal, el catálogo lista 52 películas latinoamericanas producidas en Argentina, México, Cuba, Brasil, Ecuador, Colombia, Chile, Puerto Rico, República Dominicana, y Guatemala en muchos casos con coproductoras de varios países latinoamericanos y de Alemania, Suecia, España, Inglaterra, Francia, Estados Unidos, y Portugal para los años 2005, 2006, y 2007. Además incluye 5 películas en español e inglés: *Dragones* (Perú, 2007); *Súper amigos* (México, 2007) y coproducciones Argentina-Polaca (*Anna's Trip*, 2007); Colombia-USA (*Gringo Wedding*); Argentina-España (*El niño de barro*, 2007). (<http://www.thefilmcatalogue.com/catalog/>)

AFM ofrece un enlace a IFTA (Independent Film and Television Alliance) que mantiene una lista de sus miembros —compañías de producción y distribución— y en algunos casos una breve descripción de sus enfoques de comercialización. Más informativo, estas compañías a su vez ofrecen enlaces a sus páginas en Internet, inclusive advertencias y comerciales sobre las películas que han producido y/o distribuido, y una descripción algo más detallada de sus intereses y lugar de asentamiento.

En junio de 2008 esta lista incluía 66 compañías, asentadas en diversos lugares del mundo.

Si se correlaciona la información sobre las difusoras de las películas en el catálogo de AFM con los miembros de IFTA, se logra

174 | obtener una imagen quizás no muy sorprendente. Miembros del IFTA que distribuyen o colaboran en la producción del cine y televisión independientes de Latinoamérica son, Media Luna Entertainment y Sogepaq. Media Luna Entertainment está asentada en Alemania y Sogepaq / Sogecine en Madrid. Media Luna Entertainment distribuye a *12 Tangos-Adiós Buenos Aires* (Argentina, 2006), *Estrellas en la línea* (España y Guatemala, 2006) y *O mundo em duas voltas* (Brasil, 2007). Sogepaq distribuye la película mexicana *Déficit* (2007), dirigida por Gael García Bernal, y las coproducciones argentina-españolas *Elsa & Fred* (2005) y *Tocar el cielo* (2007). Las demás productoras y difusoras del catálogo de AFM que han distribuido 2 o más películas latinoamericanas pero que no son miembros de la Asociación IFTA se reducen a una lista breve: 6 Sales, ITN, KWA, Latino Consorcio de Exportación de Cine Español, Lumina Films, Notro, ThinkFilm International. ThinkFilm tiene oficinas en Inglaterra y Estados Unidos, Lumina está ubicada en Nueva York, ITN en Las Vegas; 6Sales, KWA, Notro Films, en cambio, mantienen oficinas en Madrid y/o Barcelona. Las compañías que se ubican y dirigen al mercado norteamericano —ThinkFilm, Lumina y ITN— solo son responsables de distribuir 12 películas latinoamericanas de los años 2005, 2006, 2007 en conjunto. Varias de estas películas son coproducciones internacionales y en el caso de ThinkFilm no está claro si la compañía enfoca sus ventas por igual en el mercado norteamericano y europeo. En resumen la comercialización de películas latinoamericanas por vía del AFM en el mercado norteamericano resulta mínima a la luz del público potencial (Millar, 2006) y, las cientos de producciones audiovisuales realizadas anualmente y categorizadas en el Internet Movie Data Base.

2. BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS

El mercado académico universitario es según nuestro estimio, y en la opinión de otros colegas, de gran importancia para el cine latinoamericano. Cada año se muestran miles de filmes y telenovelas en clases de pre y posgrado a través de las cientos de universidades del país. Las bibliotecas mantienen colecciones de películas en varios formatos, sobre todo VHS y DVD. Algunas bibliotecas adquieren anualmente nuevas producciones en base de programas de adquisición sistemática, otras responden a las peticiones de los profesores

para la adquisición de material audiovisual de manera más irregular pero igual de significativo.

Desgraciadamente tampoco aquí hay datos claros. SALALM mantiene estadísticas sobre la adición y colección de libros pero los materiales audiovisuales no se catalogan con igual consistencia (<http://library.lib.binghamton.edu/salalm/resources/costdata.html>; Neugebauer, entrevista). La información sobre medios es voluntaria y de hecho solo contribuyen pocas instituciones universitarias con datos sobre la adquisición de sus materiales audiovisuales. No existen estadísticas de uso, o sea, no se sabe cuántas películas se han prestado, ni mucho menos el número aproximado de personas que las ven cada año. (Neugebauer, entrevista).

Desgraciadamente Gayle William, que mantiene la base de datos audiovisuales para SALALM, no respondió a nuestra solicitud de información. A la hora de finalizar este artículo (agosto del 2008). Daisy Domínguez está construyendo un sitio Wiki con enlaces a las bibliotecas de medios universitarios que tienen colecciones significativas (Centro de Estudios Puertorriqueños, Michigan State University, New York University Bobst Library, University at Albany Libraries, University of California Berkeley Moffitt Library Media Resources Center, University of California, San Diego, University of Connecticut Homer Babbidge Library, University of Illinois at Champaign-Urbana Libraries, University of Kansas, Center of Latin American Studies, University of Pittsburgh las que habría que añadir mínimamente University of Southern California, Tulane University y University of California, Los Ángeles por los programas destacados en estudios latinoamericanos y de cine que mantienen). Este sitio está bajo construcción y solo sirve de puente a los catálogos electrónicos (<http://salalm-audiovisual.pbwiki.com/videocollections>). Enumera 10 instituciones con colecciones mayores de materiales audiovisuales de Latinoamérica. Basado en la experiencia de los autores, la categorización de los productos audiovisuales además presenta obstáculos adicionales. Básicamente todas las universidades en Estados Unidos mantienen catálogos en la red pero no hay una clara consistencia en las categorías más allá de los títulos individuales. Es decir, una búsqueda a partir de palabras claves en el sitio Web de una dada biblioteca, devuelve resultados distintos cuando uno combina términos en español o en inglés, o cuando se entra *motion picture vs. film vs. video recording* en combinación

176 | con los nombres de países individuales o denominadores regionales (Sudamérica, Centroamérica, América Latina, Latinoamérica, etcétera). Es difícil aún obtener una lista clara de la colección completa para los años bajo consideración, a través de los catálogos bibliotecarios individuales. Con esta advertencia, resumimos que solamente las universidades New York University y las 10 universidades que componen el sistema de la University of California en conjunto compraron en 2005 - 2007, 1 146 películas sobre o de Argentina, Brasil, Colombia, Cuba, Chile, México, Perú y Venezuela, cifra que incluye películas comerciales e independientes, documentales y ficciones, producciones televisivas, entrevistas con artistas, y grabaciones en video de eventos musicales, nuevos formatos disponibles de películas clásicas (por ejemplo *Soy Cuba* y *La hora de los hornos*).

La información sobre las estrategias de adquisición y desafíos para la colección audiovisual resumida a continuación, se basa en dos entrevistas realizadas con dos bibliotecarios locales de la Universidad de California, Riverside, una universidad de tamaño mediano con un programa de estudios latinoamericanos, un departamento de Estudios Hispánicos y, durante los años bajo consideración, un programa de estudios visuales y del cine que en julio del 2007 se convierte en departamento (con un aumento de recursos e importancia otorgada a ampliar la colección audiovisual bibliotecaria).

Kuei Chiu, bibliotecario responsable de la colección audiovisual, acierta que no hay recursos financieros para mantener estadísticas de adquisición. Estima que del 2005 al 2007 la biblioteca ha comprado casi 50 películas latinoamericanas, todas a iniciativa de profesores individuales. Una política de adquisición proactiva está en proceso de elaboración. Chiu es responsable de los medios audiovisuales a nivel global y no habla español o portugués, esto limita su capacidad de investigar catálogos y vendedores monolingües de Latinoamérica. Sus vendedores principales son Amazon.com, Facets, y Women Make Movies y los formatos preferidos son VHS y DVD. Afirma que existe un poco de ansiedad sobre los nuevos formatos de alta definición y el equipo necesario para mostrar estos productos. Respondiendo a la pregunta sobre *streaming*, Chiu afirma que no es un formato viable para las bibliotecas ya que ellas requieren de productos permanentes.

Históricamente la biblioteca de la Universidad de California, Riverside ha experimentado un aumento en profesores y clases dedicados

al cine latinoamericano o de inclusión de material audiovisual latinoamericano en clases dedicadas a diversos temas durante los últimos 5 años. Existe más conciencia sobre la existencia de películas latinoamericanas y crecientes deseos de mostrarlas, pero falta todavía una estrategia de adquisición sistemática, lo cual en gran parte es un problema de presupuesto bibliotecario y universitario general ya que falta personal y tiempo y, la tendencia es de consolidación y ahorro en las colecciones universitarias.

Rhonda Neugebauer, bibliotecaria de la colección de libros y medios latinoamericanos, se ocupa de adquirir producciones audiovisuales independientes. Trabaja con siete vendedores en 13 países latinoamericanos. Estos vendedores comúnmente son muy pequeños y no aceptan tarjetas de crédito. Faltan los recursos financieros y el tiempo para investigar a *mayor escala* la existencia de vendedores en Latinoamérica. Neugebauer adquiere material a partir de recomendaciones de los profesores, catálogos de vendedores latinoamericanos y anuncios en los medios independientes norteamericanos. Nuevamente la falta de recursos bibliotecarios limita la cantidad de tiempo que la coleccionista puede pasar en la investigación y los trámites de adquisición, aunque no enfrenta los mismos desafíos idiomáticos. Como Chiu, Neugebauer también prefiere el formato VHS y DVD.

UCR además mantiene un intercambio de materiales con universidades en Cuba sobre base no-monetaria. Una vez más no hay datos concretos sobre material adquirido o datos de uso más allá de la existencia de una extensa colección de cine cubano en la biblioteca de medios de UCR.

Por otra parte, los dos bibliotecarios concuerdan en que la existencia de una red de distribución de películas latinoamericanas en Norteamérica facilitaría la adquisición. Hasta el momento, muchos filmes y producciones televisivas son muy difíciles o imposibles de conseguir en Estados Unidos. La colección de Facets se agota rápidamente y la de Amazon es inconsistente mientras que Women Make Movies tiene poco y es muy caro. En el caso de los vendedores latinoamericanos Neugebauer dice que proveer catálogos en inglés ayudarían al proceso de adquisición por parte de bibliotecarios de medios que no hablan español, y alerta sobre la necesidad de regular las transacciones financieras por tarjetas de crédito ya que las bibliotecas en Norteamérica frecuentemente no autorizan envíos de dinero por otras vías (p.e.

178 | Western Union). Ella también llama la atención sobre las películas destinadas a las bibliotecas universitarias en Estados Unidos, comúnmente son más caras que las películas destinadas a la venta particular, ya que estas copias se muestran por muchos años a grupos frecuentemente grandes (20-400 estudiantes). Recomienda elevar el precio de las películas que se venden a las bibliotecas y bajar los costos de envío así como regular de alguna manera aquellos cobrar en la aduana.

3. NETFLIX

Netflix es una importante distribuidora de medios en Norteamérica. Es un servicio de préstamo a miembros inscritos que pagan una cuota mensual. Envía DVDs por correo y ofrece un número y selección limitada de películas disponibles en *streaming* (a computadoras PC, no a Apple).

Permite la búsqueda de títulos por país y lista, Argentina (55), Brasil (45), y México (55). En la categoría “Latinoamérica” se listan 107 películas, algunas coincidentes con las referidas bajo países, otras no. Además permite ordenar las películas según el idioma. En el mes de junio 2008, el catálogo de Netflix contenía 923 películas en español. Muchas de estas producciones provienen de España, pero no todas. Incluye tanto películas premiadas como cantidades vastas de los llamados *b-movies* de terror y algunas producciones eróticas.

La base de datos no permite hacer búsqueda por año de producción, por tanto es difícil estimar cuántas películas y producciones televisivas de Latinoamérica de los años 2005-2007 exactamente contiene el catálogo. No obstante, es un medio de distribución tremendamente importante que ha forzado a Blockbuster a ofrecer el mismo servicio para mantenerse en el mercado. Según su página Web, Netflix es el servicio de alquiler de medios audiovisuales más grande del mundo. Tiene 8 millones de suscriptores y ofrece acceso a más de 100 000 títulos en DVD y una creciente cantidad de más de 12 000 títulos en *streaming* (<http://www.netflix.com/MediaCenter>). Mantiene más de 50 depósitos / centros de envío a través de los Estados Unidos con más de 2 000 empleados. En un día promedio Netflix envía más de 2 millones de DVDs. (Netflix, Presskit 5)

4. YOUTUBE

YouTube fue fundado en el 2005 y se ha convertido en el sitio de Internet más importante del mundo para el intercambio de videos. El

11 de agosto de 2008, YouTube contenía alrededor de 300 000 videos bajo la palabra clave “Argentina”; 267 000 para Chile; 611 000 para Brasil (ortografía en inglés) y 441,000 ortografía en español y portugués); 727 000 videos para “México”; 246 000 para Colombia; 415 000 para “Perú”; 137 000 para Cuba; y 200 000 para Venezuela. Estos videos incluyen producciones comerciales pirateadas, videos turísticos y personales, y trailers. El violín por ejemplo aparece con dos trailers, uno de 1:55 minutos y otro de 1:48 minutos, y cinco *clips* diferentes de 12 segundos y 2:13 minutos. La película peruana *Días de Santiago*, en cambio, se encuentra entera, dividida en 10 partes.

Desde el 28 de marzo del 2008, los que ponen sus películas en la red vía YouTube pueden acceder a los datos de uso de sus videos. Pueden ver cuántas veces su video ha sido visto en las diferentes regiones geográficas y cómo se compara el video con otros en el mercado, a través de una temporada dada. (Blog, Tracy Chan <http://googleblog.blogspot.com/2008/03/insight-into-youtube-videos.html>). Dada la cantidad de videos y videntes que accedan a YouTube, es un recurso para la difusión con tremendo alcance aunque no ofrezca ganancias inmediatas.

5. VIDEO INDÍGENA

Se comienza a producir video indígena en Latinoamérica a medianos de los ochenta con un aumento de producción y, con variedad notable a medianos de los noventa, cuando el video digital se hace disponible y reemplaza hasta cierto grado la tecnología análoga. Los movimientos indígenas ya tienen acceso a los medios audiovisuales en casi todos los países del continente. La producción más destacada viene de Bolivia, Brasil, México y Ecuador (Aufderheide, 2000; Bermúdez-Rothe, 1995; Brígido-Corachán, 2004; Carell, i 2008; CEFREC, 2008; Conklin, 1997; Córdova y Schnell, 2005; Domínguez, 2004; Impele, 2004 - 2007; Moore, 1994; Pinhanta, 2008; Sanjinés, 1991; Schiwy, 2002, 2005a, 2005b, 2006, 2009; Turner, 1991a; 1991b; 1991c; 2002; Wortham, 2000, 2002, 2004). En los años 2005, 2006, y 2007 estas producciones variadas —ficciones, documentales, docudramas, videocartas, programas de televisión— se difunden en los Estados Unidos y Canadá sobre todo a través de los festivales internacionales del cine y video indígena en Nueva York, Taos, Montreal, Toronto, Edmonton, etcétera. Ver además la lista de festivales internacionales del 2007 que incluyen el cine y el video indígena en la página Web del

International Institute for Indigenous Resource Management (http://www.iiirm.org/Events/Film%20Festivals/film_links/2007_festivals_links/2007_festival_links.htm).

Otra importante vía de difusión para el video indígena latinoamericano son las muestras universitarias del Chiapas Media Project / Promedios. Además el Museo Nacional de los Nativos Americanos (NMAI – National Museum of the American Indian) mantiene un archivo público con una vasta colección de video indígena, inclusive de Centro y Sudamérica, actualizada regularmente.

El 13 Festival Internacional del Cine y Video Indígena organizado por el centro del cine y video indígena del NMAI (parte del Smithsonian) del 30 de noviembre al 3 de diciembre 2006 en Nueva York, contó con la participación de Canadá, Estados Unidos, Brasil, Bolivia, Perú, Ecuador y Guatemala. Se mostraron 39 títulos, entre 2 minutos (*Ka Haka Rongo*, 2005) y 75 minutos (*El rebozo de mi madre*, 2005) de duración. Según Amalia Córdova, solo se mantienen datos informales y no existen estadísticas de asistencia, de compras o de uso (correo electrónico, 12 de junio, 2008). Según experiencia personal de los autores asisten entre 70-400 personas a las muestras individuales durante el festival.

Los únicos que distribuyen videos indígenas comercialmente en Estados Unidos son el Chiapas Video Project / promedios y Video Nas Aldeias. Aunque no se mantengan estadísticas, Alexandra Halkin (fundadora del Chiapas Media Project) estima que durante los últimos 10 años unas 15 000 – 20 000 personas han visto los videos del CMP, sin contar proyecciones en la televisión (Free Speech TV). Ella aboga a favor de la mayor comercialización del video indígena pero también es consciente de la problemática financiera que una comercialización propone. Pregunta, ¿quién debe recibir el dinero? (correo electrónico, 13 de junio, 2008). En un artículo publicado en Chile, añade además que la mayor comercialización y financiación del video indígena a través de las grandes fundaciones norteamericanas (Guggenheim, Fulbright, etcétera que han mostrado interés y han otorgado becas al CMP y Video Nas Aldeias) contradice la filosofía indígena (Halkin, 2008).

Los videos de CMP se venden a través de su página Web y, durante las muestras universitarias, así como durante el congreso académico de LASA. Video Nas Aldeias distribuye por Video Data Bank y DER, según Amalia Córdova del NMAI (correo electrónico, 12 de junio 2008).

Algunos videos indígenas también están disponibles en parte o enteramente en YouTube, aunque las premiadas ficciones aymaras, como *Qati Qati. Susurros de muerte*, no se encuentran en este sitio. Las producciones bolivianas de CEFREC-CAIB no se comercializan y solo se ven en contextos universitarios o en los festivales.

6. FESTIVALES

Los festivales principales incluyen:

El Festival Internacional de Cine Latino en Los Ángeles (LALIFF) ha tomado lugar 12 veces desde 1996. Los oficiales del festival dicen que antes de este momento, no fue posible mirar el cine peruano o boliviano en los festivales, pero hoy en día se puede en Tribeca, por ejemplo. LALIFF atrae a 30 mil espectadores (60 % latinos) a más de cien películas cada año (Parera, 2006; Rocío, 2003). Durante una semana en agosto, el festival ofrece películas latinas, debates con miembros de la industria, y programas para la juventud. Los patrocinadores incluyen Farmers Insurance, el *Los Angeles Times*, y el *Hoy*, cuyo interés se basa en la búsqueda por los mercados emergentes y los grupos cívicos. Otros patrocinadores menores incluyen los *majors* y sindicatos del sistema Hollywoodense y universidades mexicanas. El festival tiene un concurso ópera prima, unos programas de música, de inmigración, y de documentales y una exposición enfocada en la producción de uno de los países (en 2008, el cine colombiano, por ejemplo). Hay películas de los EE. UU., y España, por supuesto, pero en 2008 también de Brasil y Alemania, por ejemplo LALIFF es una organización sin fines de lucro, con la misión de apoyar y promover a los cineastas latinos, enfocados en la diversidad cultural (<http://www.latinofilm.org>).

100 % Venezuela es un festival de New York University y varios negocios venezolanos y estadounidenses, que se enfoca en la política. En el 2008 las películas destacadas incluyen, *Secuestro Express* (2005); *Postales de Leningrado* (2007); y *Francisco de Miranda* (2006).

Cine Las Américas empezó en 1997 en el Mexic-Arte Museum en Austin, Tejas, como una retrospectiva con patrocinadores del Austin Independent School District, e incluye producciones locales y ópera indígena de América Latina. Actualmente, tiene patrocinadores más comerciales, como American Airlines y también el apoyo de las universidades. En los últimos tres años, se mostraron más de 300 películas (Barnes, 2008). También en Austin, desde 1997, existe el Festival

182 | Internacional del Cine de las Américas, con el deseo de mostrar películas que no son fácilmente accesibles para la mayoría de la población estadounidense (Acosta, 2007).

Cinema Tropical es una compañía en Nueva York que promueve el cine latinoamericano, sobre todo en el ciberespacio. Tiene un programa neoyorquino del cine móvil en los parques, con películas clásicas. También hay programas en Miami, Boston, Hartford, Stamford, Columbus, Portland, Chicago, y Tucson (García, 2003).

Cine Enterarte es un festival en Miami que presenta el arte de Chile en los EE. UU., con el apoyo de Lan Chile, LatAmcinema.com ofrece un iniciativa global para el cine (Global Film Initiative) y apoya el Global Lens cada año, para promocionar nuevos directores.

El Festival del Cine Latino de San Diego empezó como un festival de cine estudiantil en 1993. Hoy día tiene patrocinadores como State Farm Insurance, una compañía de seguros poderosa, con la organización del festival en el Media Arts Center San Diego. El festival incluye Cinema en Tu Idioma, que ofrece películas latinas de algunos festivales internacionales, y que cuenta con el apoyo de la Academy of Motion Picture Arts and Sciences (www.mediaartscenter.org).

7. TELEVISIÓN E INTERNET

Telemundo, originalmente destinado a los espectadores puertorriqueños, se fundó en el 1954. Ahora tiene 24 estaciones y una presencia en más de 600 sistemas de cables e inalámbricos estadounidenses. Es un canal de servicio comprensivo, que también muestra algunas películas. Univisión ofrece el género particular “Cine Latino” en su programación, foros Internet, entrevistas, chisme, e información sobre la producción y la distribución.

El canal cable HBO, con cobertura electrónica comparable a Telemundo y Univisión pero sin servicio *broadcast*, incluye a HBO Latino, con programas en español. Aunque la mayoría son películas y series de los EE. UU., originalmente en inglés, en junio del 2008, también se mostró, por ejemplo, *Tiempo de valientes*, *Casi casi*, *Padre nuestro la última cita*, y *Fuga*.

Cinemanía.tv opera desde el 2000 con distribución electrónica de películas gratuitas y no gratuitas de miles de películas de diferentes épocas y géneros que incluyen “Cine Clásico,” “Época Dorada,” “Contemporáneo,” “Dibujos Animados,” y “Cine Latino.” Tiene oficinas en Miami

Beach y Caracas. En junio del 2008, su sitio dijo que los títulos más populares eran películas originalmente en inglés, como *Félix el Gato*.

BIBLIOGRAFÍA

- ACOSTA, BELINDA 2007, 13 de abril. "A Decade of Cine." *Austin Chronicle*.
- AFM (American Film Market) 2007, 5 de noviembre. "American Film Market Announces 2007 Attendance Figures." Press Release. <http://www.ifta-online.org/afm/home.asp>. (accessed 5 de junio, 2008).
- ALEMÁN, GABRIELA 2004. "An International Conspiracy. Ecuadorian Cinema in the 1960s and 1970s." *Journal of Latin American Cultural Studies* 13, no. 1: 97-113.
- ALVARAY, LUISLA 2008. "National, Regional, and Global: New Waves of Latin American Cinema." *Cinema Journal* 47, no. 3: 48-65.
- AUFDERHEIDE, PATRICIA 2000. *The Daily Planet: A Critic on the Capitalist Culture Beat*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- AYUSO, ROCÍO 2003, 19 de julio. "En Los Ángeles, el cine latino reta a Hollywood." *Página 12*.
- BARNES, MICHAEL 2008, 11 de abril. "A Cinematic Evolution." *American-Statesman*.
- BERMÚDEZ ROTHE, BEATRIZ, coord. 1995. *Pueblos indígenas de América Latina y el Caribe. Catálogo de Cine y Video*. Caracas: Biblioteca Nacional and CLACPI (Comité Latinoamericano de Cine de los Pueblos Indígenas).
- BRÍGIDO-CORACHÁN, ANNA 2004. "An Interview with Juan José García, President of Ojo de Agua Comunicación." *American Anthropologist* 106, no. 2: 368-73.
- CARELLI, VINCENT 2008. "Moi, un Indien." http://www.videonasaldeias.org.br/texts_ok/moi_un_indien_ok.htm. Acezado 4 de julio, 2008.
- CEFREC "Plan Nacional." (<http://videoindigena.bolnet.bo/plan1.htm>). Acezado junio de 2008.
- COLOMBRES, ADOLFO. 1995. "El cine y los medios audiovisuales como sustrato de una nueva oralidad de los pueblos indígenas." *Casa de las Américas*, 35: 97-103.
- CONKLIN, BETH A. 1997. "Body Paint, Feathers and VCRs." *American Ethnologist* 24, no. 4: 711-737.

- CÓRDOVA, AMALIA and Melanie Schnell 2005. "Resources for Indigenous Film and Video Makers." *Cultural Survival Quarterly* 29, no. 2 <http://www.cs.org/publications/Csq/csq-article.cfm?id=1829> (Acedido 7 de julio, 2008).
- DOMÍNGUEZ, DAISY 2004, junio. "Indigenous Film and Video in Latin America: Starting Points for Collection Development." Typescript.
- FLORES, DANIEL 2001-02. "Bolivian Links. Indigenous Media. Interview with Julia Mosúa, Alfredo Copa and Marcelino Pinto." *Transc. Freya Schiwy*. Trad. Susan Briante. *Bomb*, 78: 30-35.
- GARCÍA, MARÍA 2003, octubre. "Tropical Zone: Non-Profit Company Cultivates Audience for Latin American Films." *Film Journal International*: 34-35.
- HALKIN, ALEXANDRA 2008. "Outside the Indigenous Lens. Zapatistas and Autonomous Videomaking." http://www.antropologiavisual.cl/halkin_imprimir.htm. (acedido 15 de mayo, 2008).
- HIMPELE, JEFF 2007. *Circuits of Culture. Media, Politics, and Indigenous Identity in the Andes*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- 2004. "Packaging Indigenous Media: An Interview with Iván Sanjinés and Jesús Tapia." *American Anthropologist* 106, no. 2: 354-63.
- IBAZETA, MARÍA CELINA 2006. "Desafíos y límites del género documental: cine etnográfico, cine político y video indígena." Ph. D. Dissertation. University of New York, Stonybrook.
- LÓPEZ, ANA M. 1990. "An 'Other' History: The New Latin American Cinema." *Resisting Images: Essays on Cinema and History*. Coord. Robert Sklar y Charles Musser. Philadelphia: Temple University Press. 308-30.
- MOORE, RACHEL 1994. "Marketing Alterity." *Visualizing Theory: Selected Essays from V.A.R. 1990-1994*. Coord. Lucian Taylor. New York: Routledge. 126-139.
- PARERA, JOSEP 2006, 8 de octubre. "LALIFF mira el futuro." *La Opinión*.
- PINHANTA, ISAAC 2008. "You see the world of the other and you look at your own." Online webposting http://www.videonasaldeias.org.br/home_ingles.htm (acedido 4 de julio, 2008).
- SANJINÉS, IVÁN 1991. "Panorama del cine y video en Bolivia. Reflejos de un país indio mestizo." *Pueblos Indígenas de América latina y el*

Caribe. *Catálogo de Cine y Video*. Comp. Beatriz Bermúdez Rothe. Caracas: Biblioteca Nacional y Comité latinoamericano de Cine de Pueblos Indígenas, 1995. 31-43.

SCHIWY, FREYA en prensa. *Indianizing Film. Decolonization, the Andes, and the Question of Technology*. New Brunswick: Rutgers University Press.

— 2006. “Descolonizando el encuadre: video indígena en los Andes.” *(Des)Colonialidad del ser y del saber (Videos indígenas y los límites coloniales de la izquierda) en Bolivia*. Cuaderno 1. Freya Schiwy y Nelson Maldonado Torres. Intro. Walter Mignolo. Colección: El Desprendimiento: Pensamiento Crítico y Giro Descolonial. Coord. Walter Mignolo. Buenos Aires: Ediciones del Signo/Globalization and the Humanities Project (Duke University). 31-61.

— 2005a. “La Otra Mirada: Video Indígena y Descolonización.” *Miradas. Revista del Audiovisual* 8 <http://www.miradas.eictv.co.cu/index.php>

2005b. “Entre Multiculturalidad e Interculturalidad: Video indígena y la descolonización del pensar.” *Construcción y poética del imaginario boliviano*. Coord. Josefa Salmón. La Paz: Plural. 127-147.

— 2002. “Reframing Knowledge: Indigenous Video, Gender Imaginaries, and Colonial Legacies.” Ph.D. Dissertation. Duke University.

SINCLAIR, JOHN 2004. “The Globalization of Latin American Media.” *NACLA. Report on the Americas* 37, no. 4: 15-19.

SMITH, PAUL JULIAN 2003. “Transatlantic Traffic in Recent Mexican Films.” *Journal of Latin American Cultural Studies* 12, no. 3: 389-400.

TURNER, TERENCE 2002. “Representation, Politics, and Cultural Imagination in Indigenous Video. General Points and Kayapo Examples.” *Media Worlds. Anthropology on New Terrain*. Coord. Faye Ginsburg, Lila Abu-Lughod, y Brian Larkin. Berkeley: University of California Press. 75-89.

— 1991a. “Representing, Resisting, Rethinking: Historical Transformations of Kayapo Culture and Anthropological Consciousness.” *Colonial Situations: Essays on the contextualization of ethnographic knowledge*. Coord. George W. Stocking Jr. Madison: University of Wisconsin Press. 285-313.

- 186 | — 1991b. “The Social Dynamics of Video Media in an Indigenous Society: The Cultural Meaning and the Personal Politics of Video-making in Kayapo Communities.” *Visual Anthropology Review* 17, no. 2: 68-76.
- 1991c (enero-febrero). “Visual Media, Cultural Politics, and Anthropological Practice.” *The Independent* (New York): 34-40.
- WORTHAM, ERICA CUSI 2004. “Between the State and Indigenous Autonomy; Unpacking Video Indígena in México.” *American Anthropologist* 106, no. 2: 363-68.
- 2000. “Building Indigenous Video in Guatemala.” *Jump Cut* 43: 116-19.
- 2002. “Narratives of Location: Televisual Media and the Production of Indigenous Identities in Mexico.” Ph.D. dissertation, Department of Anthropology, New York University.

NORA DE IZCUE (PERÚ, 1934)

Cineasta e investigadora. Graduada en el Taller Nacional de Cinematografía (1967-1969), en las especialidades de Guión y Dirección, posee una extensa trayectoria en el medio audiovisual, no solo como directora y guionista sino como productora ejecutiva de varios filmes y documentales. Su obra ha sido premiada en festivales de cine, entre los premios obtenidos se encuentra la Paloma de Plata en el Festival de Leipzig, en 1973. Durante años ejerció la docencia en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima, así como la asesoría de proyectos y trabajos cinematográficos. Ha realizado múltiples investigaciones, solicitadas por entidades y fundaciones relacionadas con el cine. Actualmente es Miembro del Consejo Superior y el Consejo Directivo de la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano, presidida por Gabriel García Márquez.

GUSTAVO BUQUET (URUGUAY, 1965)

Es economista y Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Ha trabajado en organismos como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) o la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, Ciencia y Cultura (OEI). Actualmente labora como Coordinador del Departamento de Industrias Creativas (DICREA) de la Dirección Nacional de Cultura del Ministerio de Educación y Cultura de Uruguay. Es autor del libro *El poder de Hollywood. Un análisis económico del mercado audiovisual en Europa y Estados Unidos* (Fundación Autor, 2005).

TOBY MILLER (1958)

Reside en los EEUU. Es profesor de Política Cultural y Estudios Culturales en la Universidad de California, Riverside. Entre sus libros editados se destacan *Política Cultural* (Editorial Gedisa, 2004) y *El Nuevo Hollywood: Del Imperialismo Cultural a las Leyes del Marketing* (Ediciones Paidós Ibéricas, 2005). Su obra ha sido traducida al chino, japonés, sueco, español y alemán. Cuenta con más de una veintena de artículos publicados en disímiles revistas especializadas. Actualmente es editor de Televisión & New Media, entre otras actividades que desempeña.

Profesora asistente de Estudios culturales y de medios latinoamericanos. Sus investigaciones y ensayos se han publicado en revistas y volúmenes compilados en Estado Unidos, Latinoamérica y Europa. Su más reciente libro es, *Indianizing Film. Decolonization, the Andes and the Question of Technology* (Rutgers UP, 2009). Es co-editora de *(In)disciplinar las ciencias sociales* (Quito, 2002) y co-editora de un volumen especial de la revista *Social Identities* (Digital Media, Cultural Production and Speculative Capitalism, 15 (3): 2009).



OBSERVATORIO DEL CINE Y EL AUDIOVISUAL
LATINOAMERICANO Y CARIBENO

f nC 1

fundación del nuevo Cine latinoamericano



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE ASUNTOS EXTERIORES
Y DE COOPERACIÓN



ISBN: 978-959-7205-00-5



9 789597 120500 5