

MERCADOS EMERGENTES Y LA DIGITALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

Análisis de la encuesta internacional del UIS del año 2012 sobre las estadísticas de largometrajes



Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

INSTITUTO
de
ESTADÍSTICA
de la UNESCO

UNESCO

La Constitución de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) fue aprobada por 20 países en la Conferencia de Londres, en noviembre de 1945, y entró en vigor el 4 de noviembre de 1946. La Organización cuenta actualmente con 195 Estados Miembros y 9 Miembros Asociados.

El principal objetivo de la UNESCO es contribuir a la paz y la seguridad en el mundo promoviendo, mediante la educación, la ciencia, la cultura y la comunicación, la colaboración entre las naciones, a fin de asegurar el respeto universal de la justicia, el estado de derecho, los derechos humanos y las libertades fundamentales que la Carta de las Naciones Unidas reconoce a todos los pueblos del mundo sin distinción de raza, sexo, idioma o religión.

Para cumplir este mandato, la UNESCO desempeña cinco funciones principales: 1) estudios prospectivos sobre la educación, la ciencia, la cultura y la comunicación para el mundo del mañana; 2) el fomento, la transferencia y el intercambio del conocimiento mediante actividades de investigación, formación y educativas; 3) acciones normativas, para la preparación y aprobación de instrumentos internos y recomendaciones estatutarias; 4) conocimientos especializados que se transmiten a los Estados Miembros mediante cooperación técnica para que elaboren sus políticas y proyectos de desarrollo; y 5) el intercambio de información especializada.

La Sede de la UNESCO se encuentra en París, Francia.

Instituto de Estadística de la UNESCO

El Instituto de Estadística de la UNESCO (UIS) es la oficina de estadística de la UNESCO y es el depositario de la ONU en materia de estadísticas mundiales en los campos de la educación, la ciencia y la tecnología la cultura y la comunicación.

El UIS fue fundado en 1999. Se creó con el fin de mejorar el programa de estadística de la UNESCO, así como para desarrollar y suministrar estadísticas exactas, oportunas y políticamente relevantes, requeridas en un contexto actual cada vez más complejo y rápidamente cambiante.

La Sede del UIS se encuentra en Montreal, Canadá.

Publicado en 2013 por:

Instituto de Estadística de la UNESCO
C.P. 6128, Succursale Centre-Ville
Montréal, Québec H3C 3J7
Canada

Tel: (1 514) 343-6880
Correo electrónico: uis.publications@unesco.org
<http://www.uis.unesco.org>

ISBN 978-92-9189-149-8
Ref: UIS/2013/CUL/TD/06

© UNESCO-UIS 2014

Las ideas y opiniones expuestas en esta obra son las propias de sus autores y no reflejan necesariamente las de la UNESCO.

Las denominaciones empleadas en esta publicación y la presentación de los datos que en ella figuran no implican, por parte de la UNESCO, ninguna toma de posición respecto al estatuto jurídico de los países, ciudades, territorios o zonas, o de sus autoridades, ni respecto al trazado de sus fronteras o límites.

Reconocimientos

Este documento fue escrito por el señor Roque González, investigador cinematográfico, la Universidad de Buenos Aires y la Universidad Nacional de La Plata. Este informe fue editado y terminado por la señora Lydia Deloumeaux y el señor José Pessoa de la Unidad de Estadísticas Culturales del Instituto de Estadística de la UNESCO (UIS).

Índice

	Página
Reconocimientos	iii
Introducción	6
1. Las películas más vistas.....	6
2. Producción.....	10
2.1 Producción de largometrajes	10
2.2 Apoyo al cine nacional	14
3. Participación de mercado (exhibición y consumo)	15
3.1 Exhibición.....	15
3.2 Los países BRIC (Brasil, Rusia, India y China): El mercado emergente	19
3.3 Consumo: Relación entre el número de espectadores y la disponibilidad de pantallas	19
4. Digitalización.....	24
5. Casos prácticos	25
5.1 China: El futuro líder del mercado cinematográfico?	25
5.2 América Latina: Evolución y características de la industria cinematográfica	28
Conclusión	34
Referencias.....	36
Apéndice	37
Lista de Mapas	
Mapa 1. Concentración de la producción cinematográfica en 2011	12
Lista de recuadros	
Recuadro 1. Producción cinematográfica en formato de video	13
Lista de gráficos	
Gráfico 1. Contraste de tendencias entre las entradas a nivel mundial y la recaudación, 2005-2011... 15	15
Gráfico 2. Frecuencia de asistencia por pantalla y por 100.000 habitantes (entre 5 y 79 años de edad) para los 10 primeros países en términos de asistencia, 2005-2011.....	20
Gráfico 3. Distribución de cines de acuerdo con el número de pantallas, 2011	23
Gráfico 4. Número de pantallas digitales, 2007-2011	24
Gráfico 5. Tasa de crecimiento anual de la recaudación en China y EE. UU., 2005-2011 (año base: 2005)	26
Gráfico 6. Tasa de crecimiento anual de las entradas en China y EE. UU., 2005-2011 (año base: 2005)	26
Gráfico 7. Recaudación prevista en China y EE. UU. (en millones de dólares estadounidenses), 2011-2025.....	27
Gráfico 8. Número de largometrajes producidos en América Latina, 2005-2011.....	29
Gráfico 9. Número de entradas en América Latina, 2005-2011	30

Gráfico 10. Estrenos de películas nacionales en América Latina, 2005-2011	31
Gráfico 11. Número de pantallas en América Latina, 2005-2011	33
Gráfico 12. Número de pantallas digitales DLP-DCI en América Latina, 2007-2011	33

Lista de cuadros

Cuadro 1. Top 30 largometrajes de 2010 y 2011.....	7
Cuadro 2. Género de las Top 30 películas, 2010 y 2011.....	9
Cuadro 3. Producción a nivel mundial de largometrajes para exhibición en cine, 2005-2011	11
Cuadro 4. Top 10 productores cinematográficos mundiales.....	11
Cuadro 5. Nivel de producción según el número de países y películas, 2005-2011	12
Cuadro 6. Productores cinematográficos en formato de video, 2005-2011.....	13
Cuadro 7. Número total de películas en todos los formatos	13
Cuadro 8. Top15 países con el mayor número de largometrajes producidos para exhibición en cine, per participación de mercado (entradas) y apoyo al cine nacional (promedio de 2005 a 2011)	14
Cuadro 9A. Total de recaudación para los top 10 países (en millones de dólares estadounidenses), 2006-2011	16
Cuadro 9B. Evolución de la recaudación, 2006-2011	16
Cuadro 10. Media de precios de entradas a nivel mundial (en dólares estadounidenses), 2005-2011 ...	17
Cuadro 11. Total de entradas para los top 10 países (en millones), 2005-2011	18
Cuadro 12. Recaudación de los países del BRIC (en millones de dólares estadounidenses), 2006-2011.....	19
Cuadro 13. Entradas en los países del BRIC, 2006-2011	19
Cuadro 14. Frecuencia de espectadores por 100.000 habitantes (población de 5 a 79 años de edad) en los top 10 países en términos de asistencia, 2005-2011.....	20
Cuadro 15. Los top 5 países con al menos 10 pantallas por cada 100,000 habitantes (población de 5 a 79 años de edad), 2005-2011.....	21
Cuadro 16. Los top 5 países con el menor número de pantallas por cada 100,000 habitantes (población de 5 a 79 años de edad), 2005-2011.....	22
Cuadro 17. Participación media de mercado de estrenos de películas entre 2005 y 2011 en América Latina, de acuerdo con las entradas.....	32

Introducción

Los largometrajes constituyen una de las expresiones culturales más difundidas a nivel mundial, con un público que abarca aproximadamente a 7,5 mil millones de personas por año. Sin embargo, en los últimos años, el sector cinematográfico experimentó cambios estructurales en lo que respecta a la producción de sus películas y una mayor diversificación de sus modos de acceso. El público está utilizando cada vez más una gran variedad de medios (teléfonos inteligentes, tabletas, video a la carta, etc.) para ver películas.

La digitalización de la producción cinematográfica y su exhibición en multicine ha sido uno de los principales motivos por los que el cine continúa atrayendo al público a las salas en muchos lugares del mundo. Al mismo tiempo, la industria cinematográfica debió afrontar el impacto de la crisis financiera del año 2008, que frenó el crecimiento de muchos sectores de la economía. ¿Cuál fue el impacto que sufrió la digitalización de la industria cinematográfica? ¿La tasa de digitalización ha sido la misma en todo el mundo? ¿El público acude a las salas con mayor frecuencia? ¿Cuáles son las tendencias en cuanto a los precios de las entradas? ¿Existe aún un público especialmente orientado a las películas nacionales?

El presente informe examina estos y otros aspectos de la industria cinematográfica de acuerdo con el análisis de los datos estandarizados que se recopilaron en la encuesta bienal del año 2012 sobre las estadísticas de largometrajes para los años de referencia 2010-2011, realizada por el Instituto de Estadística de la UNESCO (UIS). Además, se presenta un análisis de los datos desde 2005 hasta 2011 para que los indicadores seleccionados permitan comprender mejor el estado actual de la industria cinematográfica. Dicho análisis se concentra en el impacto que generó en la industria la creciente digitalización de la producción cinematográfica y su exhibición. El informe también presenta los análisis de dos casos prácticos: i) una comparación entre el mercado cinematográfico chino y el estadounidense; y ii) una revisión de la industria cinematográfica en América Latina durante los últimos siete años.

1. Las películas más vistas

La mayor cantidad de películas que se producen en la actualidad se orientan hacia el consumo del mercado masivo, especialmente el mercado de los jóvenes. La industria cinematográfica global se caracteriza, con muy pocas excepciones, por los éxitos de recaudación, muchos de ellos basados en cómics y otros presentándose como continuaciones, respaldados por potentes campañas de *marketing* masivas, y que representan un obstáculo para el cine nacional y el cine fuera de Hollywood.

La lista de las top 30 películas a nivel mundial, que se presenta en el **Cuadro 1**, utiliza una puntuación ponderada para clasificar las películas según su popularidad. Es una medición de las preferencias del público. Para crear esta lista, el UIS¹ recopila información de los 10 largometrajes más famosos en cada país, generalmente por medio de entradas,² y aplica una puntuación ponderada para calcular el recuento total de puntos de cada país.

Como ha sido el caso desde el año 2000, en casi todos los países los largometrajes de Estados Unidos (o las producciones estadounidenses junto con países principalmente europeos) dominaron la lista de las top 30 películas (*consulte el Cuadro 1*) en los años 2010-2011. Prácticamente todas estas películas fueron distribuidas por los seis estudios de Hollywood más importantes (y un 50% de ellas se estrenó en 3D). Además, fue muy significativa la cantidad de películas animadas dirigidas a niños y jóvenes, además de las continuaciones, historias previas y adaptaciones. También es evidente el aumento y la importancia de las películas en 3D entre 2005 y 2011.

1 Consulte el Centro de datos del IEU para obtener una base de datos completa:

<http://www.uis.unesco.org/Culture/Pages/movie-statistics.aspx>

2 La mayoría de los países mide la popularidad según las entradas a los cines, aunque algunos utilizan como criterio los ingresos brutos de la recaudación.

Sin embargo, muchas de las películas que ocupan las posiciones 15 a 30 son generalmente películas nacionales o que no son estadounidenses, en su mayoría distribuidas por compañías locales.

CUADRO 1. TOP 30 LARGOMETRAJES DE 2010 Y 2011

2010 Clasificación	Título	Origen	Género	Puntuación ponderada	Idioma	3D
1	Avatar	EE. UU./GBR	Fantasia, aventura, acción	399	Inglés	Sí
2	Harry Potter and the Deathly Hallows (parte 1)	GBR/EE. UU.	Fantasia, aventura	290	Inglés	No
3	Shrek Forever After	EE. UU.	Animación	290	Inglés	Sí
4	Inception	EE. UU./GBR	Acción, aventura, misterio	284	Inglés	No
5	Alice in Wonderland	EE. UU.	Fantasia, aventura	272	Inglés	Sí
6	The Twilight Saga: Eclipse	EE. UU.	Fantasia, aventura	208	Inglés	No
7	Toy Story 3	EE. UU.	Animación	184	Inglés (español)	Sí
8	Clash of the Titans	EE. UU.	Fantasia, aventura, acción	104	Inglés	Sí
9	Iron Man 2	EE. UU.	Ciencia ficción, aventura, acción	69	Inglés (ruso)	Sí
10	Sex and the City 2	EE. UU.	Comedia, romance, drama	68	Inglés	No
11	Prince of Persia: The Sands of Time	EE. UU./GBR	Fantasia, aventura, acción	61	Inglés	No
12	Despicable Me	EE. UU.	Animación	48	Inglés	Sí
13	How to Train Your Dragon	EE. UU.	Animación	34	Inglés	Sí
14	Sherlock Holmes	GBR/EE. UU./DEU	Acción, aventura, crimen	34	Inglés	No
15	Tangled	EE. UU.	Animación	33	Inglés	Sí
16	The Chronicles of Narnia: The Voyage of the Dawn Trader	EE. UU./GBR	Fantasia, aventura	27	Inglés	Sí
17	The Karate Kid	EE. UU./CHN	Acción, drama	23	Inglés (chino)	No
18	Step Up 3D	EE. UU.	Romance, musical, drama	22	Inglés	Sí
19	Robin Hood	GBR/EE. UU.	Aventura, acción	21	Inglés (francés)	No
20	Salt	EE. UU.	Acción, crimen, misterio	20	Inglés (ruso/coreano)	No
21	My name is Khan	India	Drama, romance, suspenso	18	Hindi/urdu/inglés	No
22	Alvin and the Chipmunks: The Squeakquel	EE. UU.	Animación	15	Inglés	No
23	Grown Ups	EE. UU.	Comedia	14	Inglés	No
24	The Princess and the Frog	EE. UU.	Animación	13	Inglés (francés)	No
25	Elite Squad: The Enemy Within (Tropa de Elite 2: OBrasil Inimigo Agora É Outro)		Acción, drama	10	Portugués	No
26	Five Minarets in New York (New York'ta Bes Minare)	Turquía	Drama	10	Turco/inglés	No
27	Lapland Odyssey (Napapiirinsankarit)	FIN/SWE/IRL	Comedia, drama, romance	10	Finlandés	No
28	Le clandestin (Al Khattaf)	Marruecos	Comedia	10	Árabe	No
29	Mission London	BGR/GBR/HUN/MKD/SWE	Comedia	10	Inglés/búlgaro (ruso/serbio)	No
30	Women in temptation (Ženy v pokušení)	República Checa	Comedia, romance	10	Checo	No

2011 Clasificación	Título	Origen	Género	Puntuación ponderada	Idioma	3D
1	Harry Potter and the Deathly Hallows (parte 2)	GBR/EE. UU.	Fantasia, aventura	336	Inglés	No
2	Pirates of the Caribbean: On Stranger Tides	EE. UU.	Aventura, acción	306	Inglés (español)	No
3	The Smurfs	EE. UU.	Animación	167	Inglés	Sí
4	The Twilight Saga: Breaking Dawn (parte 1)	EE. UU.	Fantasia, aventura	165	Inglés	No
5	The Hangover Part II	EE. UU.	Comedia	154	Inglés (tailandés)	No
6	Transformers: Dark of the Moon	EE. UU.	Ciencia ficción, acción, aventura	139	Inglés	No
7	Rio	EE. UU.	Animación	108	Inglés (portugués)	Sí
8	Kung Fu Panda 2	EE. UU.	Animación	105	Inglés	Sí
9	Fast Five	EE. UU.	Acción, aventura	104	Inglés (portugués/español)	No
10	Cars 2	EE. UU.	Animación	101	Inglés (japonés/italiano/francés)	Sí
11	Tangled	EE. UU.	Animación	77	Inglés	Sí
12	Puss in Boots	EE. UU.	Animación	47	Inglés	Sí
13	Johnny English Reborn	GBR/FRA/EE. UU.	Comedia	45	Inglés (mandarín)	No
14	The King's Speech	GBR/EE. UU.	Drama	43	Inglés	No
15	The Adventures of Tintin	EE. UU./NZL	Animación	39	Inglés	Sí
16	Intouchables	Francia	Drama	23	Francés	No
17	Bridesmaids	EE. UU.	Comedia, romance	21	Inglés	No
18	Mission Impossible: Ghost Protocol	EE. UU./UAE	Acción, aventura	21	Inglés (ruso/árabe)	No
19	Sherlock Holmes II	GBR/EE. UU./DEU	Acción, aventura	21	Inglés	No
20	Nothing to Declare (Rien à déclarer)	Francia/Bélgica	Comedia	18	Francés	No
21	The Inbetweeners Movie	GBR	Comedia	14	Inglés	No
22	Zookeeper	EE. UU.	Comedia	13	Inglés	No
23	ErtkhelShuaQalaqshi	Georgia	Acción, aventura	10	Georgiano	No
24	Eyyvaheyvah 2	Turquía	Comedia	10	Turco	No
25	Fireheart: The Legend of TadasBlinda (TadasBlinda. Pradzia)	Lituania	Aventura, acción, drama	10	Lituano/ruso	No
26	Kokowääh	Alemania	Comedia	10	Alemán	No
27	Lao Wedding	Laos	Romance	10	Lao	No
28	Letters to Santa (Listy do M.)	Polonia	Comedia, romance, drama	10	Polaco	No
29	Montevideo, Bog te video (Montevideo, God Bless You!)	Serbia	Comedia, aventura, drama	10	Serbio	No
30	Muži v nadeji (Muzi v nadeji - Men in hope)	República Checa	Comedia	10	Checo	No

Notas: BGR: Bulgaria; CHN: China; DEU: Alemania; FIN: Finlandia; GBR: Reino Unido; HUN: Hungría; IRL: Irlanda; MKD: Ex-República Yugoslava de Macedonia; NZL: Nueva Zelanda; SWE: Suecia; UAE: Emiratos Árabes Unidos; EE. UU.: Estados Unidos de América.

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013.

Las películas de EE. UU. distribuidas por los estudios de Hollywood ocuparon las primeras posiciones en la clasificación de las top 30 películas de 2010 y 2011. Los estudios de cine de Hollywood produjeron un total de 23 películas en el año 2011, mientras que 17 de las top 30 películas del año 2012 provenían de Hollywood. Curiosamente, la mitad de los títulos que distribuyeron los estudios más importantes de Hollywood se presentaron en 3D en ambos años, lo cual demuestra la creciente importancia de este tipo de cine.

Excepto por una película (*The Hangover Part II*, estrenada en 2011), los estudios de Hollywood no distribuyeron otras películas con la clasificación NC-17 (“No se admiten espectadores de 17 años de edad o menos”). El 43% de las películas de Hollywood incluidas en la clasificación de las top 30 películas tenían la clasificación G en el año 2010 (el 59% en 2011); el resto de las películas tenían la clasificación PG-13.³

Ya que prácticamente todas las principales películas de Hollywood estaban dirigidas a niños y jóvenes, existe una gran cantidad de películas animadas y películas de acción y aventura (*consulte el Cuadro 2*). Además, varios de estos títulos se presentaron en 3D (la mitad de las top 10 películas se presentaron en este formato). En el año 2010, se estrenaron en 3D 5 películas animadas y 6 películas de acción y aventura, mientras que en el año 2011 se presentaron en 3D 7 películas animadas y 1 película de acción y aventura.

CUADRO 2. GÉNERO DE LAS TOP 30 PELÍCULAS, 2010 Y 2011

Características	2010	2011
Distribuidas por estudios de Hollywood	23 (10 G)	17 (10 G)
3D	11 (6 dentro de las top 10)	8 (5 dentro de las top 10)
Continuaciones y guiones no originales	11	15
Continuaciones	9 (6 dentro de las top 10)	12 (8 dentro de las top 10)
Nuevas versiones	2	–
Adaptaciones	–	2
Historias previas	–	1
Animación	7	7
Acción y aventura	Total: 14 (Hollywood: 12)	Total: 9 (Hollywood: 7)
Comedia	Total: 6 (Hollywood: 2)	Total: 11 (Hollywood: 3)
Películas nacionales (fuera de Hollywood)	7	11

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013

3 El sistema de clasificación de películas de la asociación Motion Picture Association of America (MPAA) se utiliza en EE. UU. y sus territorios para clasificar la adecuación del contenido y el tema de una película en función del público. Las clasificaciones de películas de la MPAA son: G (Para todo público), PG (Menores acompañados), PG-13 (Advertencia a los padres), R (Restringida; es decir, las películas clasificadas con la R están prohibidas para niños menores de 17 años de edad). El sistema de clasificación de películas varía en todo el mundo, pero las clasificaciones son muy similares a las de la MPAA. Con fines de comparación, se utilizó el sistema de clasificación de la MPAA para todas las películas incluidas en la listas de las Top 30.

Según un patrón similar que presentaron durante los últimos años los éxitos de recaudación de Hollywood, muchas de las películas incluidas entre las top 30 son conceptos no originales, es decir, se trata de continuaciones, historias previas y adaptaciones. Incluyendo las adaptaciones cinematográficas (como *Tintin*), las nuevas versiones/*remakes* (como *Karate Kid*) o las historias previas (como *Puss in Boots*), la cantidad total de películas no originales aumentó de 11, en el año 2010, a 15 en el año 2011 en la lista de las top 30 películas. Además, 6 de las top 10 películas del año 2010 eran continuaciones y 8 lo eran en el año 2011. En estos años también hubo dos continuaciones y una adaptación que no se produjeron en Hollywood.

La comedia es otro género que se destaca en las top 30 películas: se presentaron 6 en 2010 y 11 en 2011. Es interesante destacar que 2 de las 6 comedias del año 2010 se produjeron en EE. UU., mientras que en el año 2011 se produjeron en EE. UU. 3 de 11. También se debe tener en cuenta que las comedias para todas las edades se incluyeron entre las películas que batieron los récords de recaudación y entradas en muchos países. Por ejemplo, *Mission London* en Bulgaria y *Listy do M.* en Polonia batieron los récords de recaudación en sus mercados respectivos.

También fueron éxitos de recaudación otros estrenos que no pertenecían a EE. UU., lo cual demuestra el creciente impacto del cine fuera de Hollywood a nivel mundial. *My name is Khan* (un drama del año 2010) fue la película india que más recaudó en la historia a nivel internacional. Entretanto, el drama paramilitar *Elite Squad* se convirtió en la película brasileña más vista a nivel internacional hasta el momento (con más de 11 millones de entradas fuera de Brasil, lo cual batió el récord de la película del año 1976, *Dona Flor e Seus Dois Maridos*, que vendió 10,7 millones de entradas). *Elite Squad* se distribuyó en aproximadamente 20 países.

Todas las películas incluidas entre las top 30 fueron distribuidas por compañías locales (o bien, distribuidores que abarcaron dos o tres países limítrofes). La única excepción fue la película india *My Name is Khan*, distribuida por los estudios Fox en aproximadamente 30 países del mundo.

Otras películas nacionales que no pertenecen a Hollywood y se incluyen entre las top 30 películas son la francesa *Intouchables* (distribuida en aproximadamente 50 países del mundo), la película británica *The In-Betweeners* (presentada en unos 25 territorios), la producción franco-belga *Rien à Déclarer* (estrenada en aproximadamente 12 países) y la película finlandesa *Lapland Odyssey* (distribuida en unos 12 países). Las 12 películas restantes fueron presentadas por los distribuidores nacionales de sus respectivos países de origen y entre 1 y 5 territorios más.

En total, se estrenaron 7 películas nacionales que no pertenecían a Hollywood en el año 2010 y 11 en el año 2011. De estas 18 películas, 11 eran europeas, 2 eran de Turquía, 1 de India, 2 del resto de Asia, 1 de América Latina y 1 de África.

2. Producción

2.1. Producción de largometrajes

La producción cinematográfica a nivel mundial continuó creciendo desde 2005 hasta 2011, con un aumento del 39%. Durante este período, aproximadamente 100 países produjeron largometrajes de calidad profesional para exhibición en cine, con un promedio de producción de 5.987 largometrajes por año, como se muestra en el **Cuadro 3**. Las cifras también demuestran que desde el año 2008 existe un estancamiento en la producción cinematográfica a nivel mundial, con una producción total de aproximadamente 6.500 estrenos por año durante los últimos cuatro años según los datos disponibles.

CUADRO 3. PRODUCCIÓN A NIVEL MUNDIAL DE LARGOMETRAJES PARA EXHIBICIÓN EN CINE *, 2005-2011

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Número de largometrajes producidos	4.818	5.284	5.760	6.454	6.475	6.548	6.573
Número de países	81	79	85	89	93	82	76

Nota: *Películas de calidad profesional producidas con la exhibición comercial como objetivo principal (no se incluyen las películas nigerianas).

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013.

Cuando se realiza un análisis por país, el aumento de la producción cinematográfica a nivel mundial depende en gran medida de los top 10 productores que representan alrededor del 65% de la producción mundial, como se muestra en el **Cuadro 4**. Los países que presentaron los mayores aumentos en su producción entre 2005 y 2011 fueron: China (de 260 a 584; 124,6%), Reino Unido (de 106 a 299; 182,1%) y la República de Corea (de 87 a 206; 148,3%). Otros países con aumentos significativos fueron: Alemania (45,2%), España (40,1%) e Italia (58,1%). Fuera de los 10 más importantes, otros países mostraron aumentos destacables, aunque su nivel de producción fue más pequeño, incluyendo: Brasil (de 42 a 100 películas; 136%), Irán (de 26 a 76 películas; 192%), Turquía (de 28 a 70 películas; 150%), Vietnam (de 12 a 75 películas; 525% en el año 2010) y México (de 71 a 111 películas; 56,3%). El nivel de producción del resto del mundo creció en una proporción menor entre 2008 y 2011.

Sin embargo, como se muestra en el Cuadro 4, el aumento de la producción cinematográfica se dio con un ritmo más lento en el caso de los productores más importantes (en promedio, aproximadamente a un 20%). Por ejemplo, el aumento promedio de la producción cinematográfica entre 2005 y 2011 fue del 21% en India, 17% en EE. UU., 24% en Japón y 13% en Francia. A partir del año 2008, se puede observar un cierto estancamiento en relación con el crecimiento en estos países.

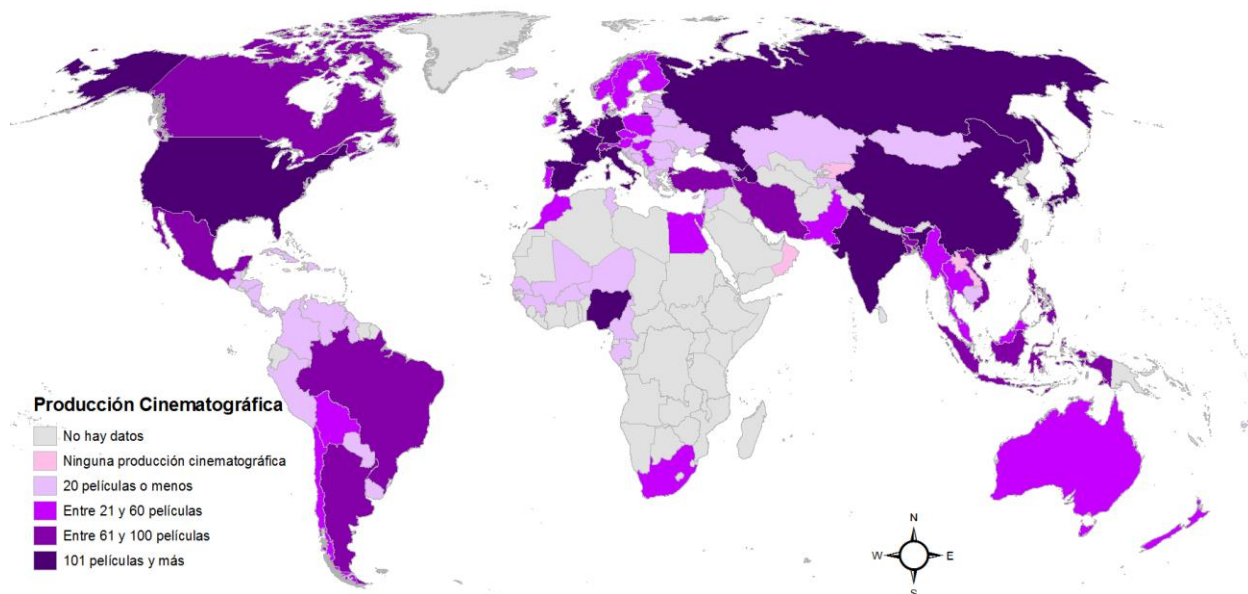
CUADRO 4. TOP 10 PRODUCTORES CINEMATOGRÁFICOS MUNDIALES

Clasificación	País	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Aumento promedio de 2005-2011
1	India	1.041	1.091	1.146	1.325	1.288	1.274	1.255	21%
2	EE. UU.	699	673	789	773	751	792	819	17%
3	China	260	330	411	422	475	542	584	125%
4	Japón	356	417	407	418	448	408	441	24%
5	Reino Unido	106	107	124	279	313	346	299	182%
6	Francia	240	203	228	240	230	261	272	13%
7	República de Corea	87	110	124	113	158	152	216	148%
8	Alemania	146	174	174	185	216	189	212	45%
9	España	142	150	172	173	186	200	199	40%
10	Italia	98	116	121	154	131	142	155	58%
Porcentaje mundial de los top 10		65,9%	63,8%	64,2%	63,2%	64,8%	65,8%	67,7%	

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, abril de 2013.

En Nigeria se realiza una gran cantidad de producciones audiovisuales (*consulte el Mapa 1*) (en promedio, estrenó 966 películas por año entre 2005 y 2011) pero se trata de producciones informales o semiprofesionales, la mayoría de ellas casi artesanales, con exhibición en cine limitadas o sin ellas. Si bien se produjeron 1,074 películas en Nigeria durante el año 2010, las películas nacionales solo vendieron 117.563 entradas (26% del porcentaje de ventas de ese año), en un país con una población de aproximadamente 160 millones de habitantes. Por este motivo, los audiovisuales artesanales de Nigeria no se incluyeron en las cifras presentadas (*consulte el Recuadro 1*).

MAPA 1. CONCENTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRÁFICA EN 2011



Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013.

Para analizar mejor la concentración de la producción cinematográfica a nivel mundial, en el **Cuadro 5** se muestran los 90 países que realizaron largometrajes durante al menos tres años entre 2005 y 2011, organizados en categorías de acuerdo con su nivel de producción.

CUADRO 5. NIVEL DE PRODUCCIÓN SEGÚN EL NÚMERO DE PAÍSES Y PELÍCULAS*, 2005-2011

Nivel de producción cinematográfica		Número de países**	Número promedio de largometrajes producidos por año	Porcentaje de la producción total (%)
Muy alto	200 y más	7	3.561	57,0
Alto	80-199	11	1.259	20,3
Promedio	20-79	26	1.014	16,3
Bajo	6-19	32	337	5,4
Muy bajo	Hasta 5	14	40	0,7
Total		90	6.211	

Notas: *Películas de calidad profesional producidas con la exhibición comercial como objetivo principal (no se incluyen las películas nigerianas).

**Países que produjeron al menos un largometraje durante por lo menos tres años entre los años 2005 y 2011.

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013, y Roque González (2012).

RECUADRO 1. PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN FORMATO DE VIDEO

Este informe se concentra en las películas para exhibición en cine. Sin embargo, la producción en formato de video también es un componente clave de la industria cinematográfica y un factor de crecimiento y creatividad en muchos países en desarrollo. Los países que no cuentan con las instalaciones y los recursos necesarios para producir películas para su exhibición en cine utilizan el formato de video con el fin de llegar a los distintos públicos. Como se muestra en el **Cuadro 6**, Nigeria (con una producción promedio de 1.000 películas por año) es el tercer productor más importante en términos de volumen. Como consecuencia de la nueva tecnología y la producción de videos, han surgido nuevos productores cinematográficos, como Mauricio. Si bien no produjo ningún largometraje antes del año 2009, Mauricio aumentó su producción de 19 a 30 películas entre los años 2010-2011.

CUADRO 6. PRODUCTORES CINEMATOGRAFICOS EN FORMATO DE VIDEO, 2005-2011

País	Número total de películas producidas en formato de video							Promedio
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
Bután						31	29	30
Camboya	41	62	35	25	28	26	13	33
Camerún	4	7	1	3	20 *			7
Gabón			1	4	6	9	10	6
Mauricio	—	—	—	—	19	16	30	22
Nigeria	872		914 **	956	987	1.074	997	967

Notas: —=Magnitud nula o insignificante; * = Estimación nacional; **= Estimación del UIS.

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013.

El análisis de todas las películas, independientemente de su formato de producción (exhibición en cine o producción de videos), proporciona una descripción general de la industria cinematográfica a nivel mundial. En el **Cuadro 7** se muestra que la producción cinematográfica a nivel mundial creció significativamente en los últimos años, con una producción total que aumentó de 5.735 películas en 2005 a 7.442 en 2008. La producción continúa creciendo pero a un ritmo más lento desde el año 2008.

CUADRO 7. NÚMERO TOTAL DE PELÍCULAS EN TODOS LOS FORMATOS, 2005-2011

País	Número total de películas producidas en todos los formatos						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Formato de video	917		951	988	1.060	1.156	1.079
Exhibición en cine	4.818	5.214	5.760	6.454	6.475	6.548	6.573
Total	5.735		6.711	7.442	7.535	7.704	7.652

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013.

Hubo 7 países con una producción cinematográfica anual muy alta (más de 200 largometrajes) entre 2005 y 2011, que produjeron un promedio de 3.561 por año y que representan el 57% de los largometrajes de todo el mundo.

Hubo 11 países con un nivel “Alto” de producción cinematográfica (entre 80 y 199 películas por año), que realizaron un promedio de 1.259 largometrajes por año. Los grupos con niveles “Muy alto” y “Alto” sumados representaron el 78% del promedio de la producción cinematográfica a nivel mundial durante este tiempo, lo cual implica la producción de 4.820 películas por año.

La categoría de producción “Promedio” (entre 20 y 79 largometrajes por año) presentó una producción anual promedio del 16% de las películas del mundo (un promedio de 1,013 películas por año). Por último, la mitad de los países se clasificaron en los niveles de producción cinematográfica “Bajo” o “Muy bajo”. Estos representaron el 6% del promedio total anual de largometrajes producidos.

2.2. Apoyo al cine nacional

Un gran sector de la industria cinematográfica nacional recibe subsidios públicos de manera directa e indirecta. Se pueden recibir subsidios directos de las agencias cinematográficas nacionales, de la comisión cinematográfica nacional encargada de la financiación de las películas nacionales o de fondos especiales orientados a la producción de cine nacional. Los subsidios indirectos pueden presentarse como cuota de pantalla o incentivos fiscales, y están directamente financiados por la lotería, como en Reino Unido.

En el **Cuadro 8** se muestra que 12 de los top 15 países con la mayor producción y el mayor porcentaje de ventas cuentan con políticas y mecanismos de subsidio. Los principales países productores de películas con un nivel de producción alto o muy alto tienen un respaldo financiero directo, además de una tradición de coproducciones, como Argentina, Francia, España y Reino Unido.

Sin embargo, la industria cinematográfica no se beneficia de los fondos públicos en el principal país productor del mundo (India) ni en el cuarto productor más importante (Japón). En el caso de EE. UU., el sector del cine recibe exenciones de impuestos, pagos diferidos o amortización acelerada.

CUADRO 8. TOP 15 PAÍSES CON EL MAYOR NÚMERO DE LARGOMETRAJES PRODUCIDOS PARA EXHIBICIÓN EN CINE, PER PARTICIPACIÓN DE MERCADO (ENTRADAS) Y APOYO AL CINE NACIONAL (PROMEDIO DE 2005 A 2011)

		Producción promedio (2005-2011)	Nivel de producción*	Apoyo al cine nacional
1	India	1.203	Muy alto	No
2	EE. UU.	757	Muy alto	Indirecto
3	China	432	Muy alto	Sí
4	Japón	414	Muy alto	No
5	Federación Rusa	292	Muy alto	Sí
6	Francia	239	Muy alto	Sí
7	Reino Unido	225	Muy alto	Sí
8	Alemania	185	Alto	Sí
9	España	175	Alto	Sí
10	República de Corea	137	Alto	Sí
11	Italia	131	Alto	Sí
12	Argentina	108	Alto	Sí
13	México	94	Alto	Sí
14	Brasil	89	Alto	Sí
15	Bangladesh	88	Alto	Sí

Notas: *"Muy alto": 200 largometrajes producidos por año; "Alto": entre 80 y 199 largometrajes producidos por año.

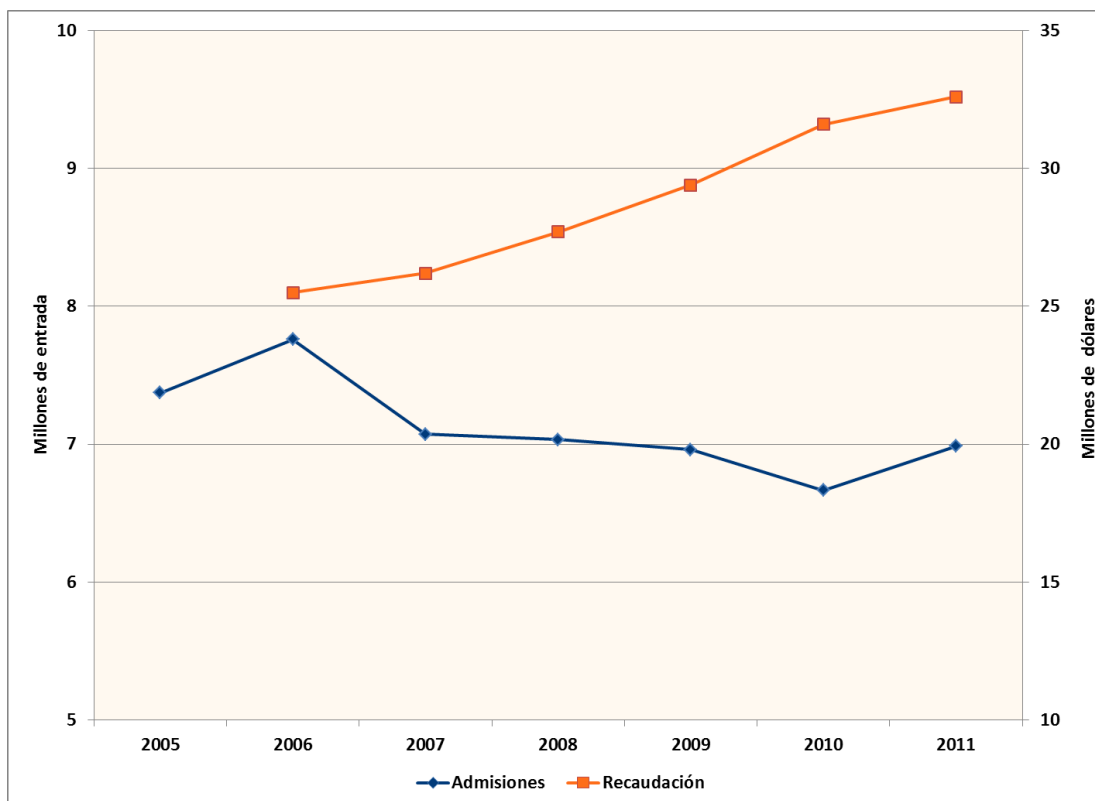
Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013, y Roque González (2012).

3. Participación de mercado (exhibición y consumo)

3.1. Exhibición

En el **Gráfico 1** se muestra que, mientras las entradas disminuyeron ligeramente durante los últimos años, la recaudación continuó creciendo.

GRÁFICO 1. CONTRASTE DE TENDENCIAS ENTRE LAS ENTRADAS A NIVEL MUNDIAL Y LA RECAUDACIÓN, 2005-2011



Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013.

El aumento del 27,8% en la recaudación a nivel mundial entre 2006 y 2011 se debió en primer lugar al crecimiento de los top 10 países, que representan un 70-78% del total. De hecho, este crecimiento fue liderado por China (con un extraordinario aumento del 517,0%) y la Federación Rusa (más del 171,8%) (*consulte los Cuadros 9A y 9B*). Otros mercados importantes con un fuerte crecimiento en su recaudación fueron: Australia (más del 83%) y Japón (más del 54%). En cambio, EE. UU. (el mercado cinematográfico más importante) presentó una de las tasas de crecimiento más bajas entre los top 10 países, con un aumento de apenas 7,36% durante el período analizado, una tasa inferior a la de Francia (más del 20,7%) y de Reino Unido (más del 18,7%). La República de Corea fue el único país con un crecimiento negativo de 3,8%.

Otros países que mostraron aumentos importantes en su recaudación durante el período de 2006 a 2011 son: Bielorrusia, Rumania, Ucrania y Venezuela. También varios mercados latinoamericanos, asiáticos y de Europa del Este duplicaron su recaudación durante este período. Sin embargo, la mayor parte de estos países representan mercados pequeños y en algunos el aumento está basado en altas tasas de inflación, como es el caso de Argentina, Bielorrusia y Venezuela.

CUADRO 9A. TOTAL DE RECAUDACIÓN PARA LOS TOP 10 PAÍSES (EN MILLONES DE DÓLARES ESTADOUNIDENSES), 2006-2011

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
EE. UU.	9.488	9.632	9.635	10.610	10.580	10.186
Japón	1.745	1.685	1.885	2.202	1.347	2.766
China	329	434	607	909	1.502	2.030
Francia	1.475	1.559	1.586	1.789	1.745	1.780
Reino Unido	1.402	1.878	1.723	1.772	1.526	1.665
India	1.371	1.729	1.843	1.415	1.356	1.470
Alemania	1.008	1.115	1.104	1.415	1.227	1.244
Australia	616	749	793	848	1.038	1.128
Fed. de Rusia	408	547	799	706	1.014	1.109
República de Corea	1.036	1.069	890	857	1.000	997
TOTAL de los top 10 países	18.878	20.398	20.865	22.524	22.335	24.375
Mundo*	25.500	26.200	27.700	29.400	31.600	32.600
Porcentaje de los top 10 países	74	78	75	77	71	75

*: Fuente: Focus 2013, Observatorio Europeo de los Medios Audiovisuales

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013.

CUADRO 9B. EVOLUCIÓN DE LA RECAUDACIÓN, 2006-2011

	Variación 2006/2011	Crecimiento promedio anual	Porcentaje a nivel mundial en 2011	Porcentaje de los top 10 países
EE. UU.	7,36%	1,43%	31,25%	41,79%
Japón	58,51%	9,65%	8,48%	11,35%
China	517,02%	43,90%	6,23%	8,33%
Francia	20,68%	3,83%	5,46%	7,30%
Reino Unido	18,76%	3,50%	5,11%	6,83%
India	7,22%	1,40%	4,51%	6,03%
Alemania	23,41%	4,30%	3,82%	5,10%
Australia	83,12%	12,86%	3,46%	4,63%
Rusia	171,81%	22,14%	3,40%	4,55%
República de Corea	-3,76%	-0,76%	3,06%	4,09%
TOTAL de los top 10 países	29,12%	5,24%	74,77%	
Mundo*	27,80%	5,04%		

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013.

Un factor clave en la variación de las recaudaciones a nivel mundial fue el aumento constante del precio promedio de las entradas, de un 46% en general (*consulte el Cuadro 10*). Suiza presentó el precio promedio de entradas más caro del mundo durante el período 2005-2011 (USD 13,55), seguida por Noruega (USD 12,96), Suecia (USD 12,07) y Japón (USD 11,96). Nueve de los top 10 países con los precios de entradas más altos eran europeos. En cambio, entre los países con los precios de entradas más bajos se incluían: India (el precio más bajo del mundo); Egipto, Níger, Senegal, y Etiopía en África; Filipinas, Indonesia y Laos en Asia; Bielorrusia en Europa; e Irán en Asia Occidental.

CUADRO 10. PROMEDIO DE PRECIOS DE ENTRADAS A NIVEL MUNDIAL (EN DÓLARES ESTADOUNIDENSES), 2005-2011

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Precio promedio de la entrada	4,76	5,21	6,02	6,30	6,35	6,53	6,95
Países incluidos	55	55	59	63	60	58	52

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013.

Entre el año 2005 y 2011, los precios de las entradas en China aumentaron en un 253%, más que en cualquier país. A este aumento le siguieron el de Marruecos (180%), Bielorrusia (148%) y Argentina (134%) durante el mismo período. Estos aumentos en los precios también son consecuencia de la inflación, ya que Argentina y Bielorrusia presentaron algunas de las tasas inflacionarias más altas del mundo durante dicho período. Otros países donde los precios de las entradas se duplicaron fueron: Filipinas, Eslovaquia, Ucrania y Venezuela. En la Federación Rusa la recaudación aumentó un 239%, mientras que el precio promedio de las entradas creció en un 86%.

En cambio, algunos países (como Estonia, Islandia y la República de Corea) solo mostraron aumentos mínimos en los precios de las entradas entre 2005 y 2011. De hecho, los precios en Islandia disminuyeron en un 25%, lo cual coincidió con el comienzo de la crisis económica que sufrió este país a comienzos del año 2008. El precio promedio de las entradas en Islandia disminuyó de USD 12,90 a USD 9,10 y bajó a USD 6,80 en 2009. Sin embargo, se observaron pequeños aumentos en los años 2010-2011, con entradas de USD 7,70 y USD 8,10, respectivamente.

Si bien puede parecer que los precios de las entradas son bajos en los países en desarrollo, cuando se comparan con los ingresos promedio y el costo de vida, los precios de las entradas en estos países son relativamente altos en comparación con los de los países desarrollados: una salida al cine con amigos o en familia puede significar casi el 10% de los ingresos mensuales (González, 2012).

La comparación de las entradas y la recaudación muestra claramente esta dinámica diferente. En la recaudación (*consulte el Cuadro 9A*), se destacan los países más ricos (con un alto precio promedio de las entradas) y los mercados fuertes de los países emergentes (como China e India).

Al examinar los top 10 países según sus entradas en el período 2005-2011 (*consulte el Cuadro 11*), se reconocen otras economías emergentes con aumentos extraordinarios en su mercado, como China (135,3%), la Federación Rusa (82,5%) y Brasil (71,5%). Además de la lista de los top 10 países, otros mercados con aumentos significativos (de 138% a más de 156%) fueron: Bosnia-Herzegovina, Colombia, Lituania, Malasia y Rumania. No obstante, todos estos países (sin tener en cuenta a los 10 más importantes) tienen mercados pequeños y medianos (de 600.000 a 7 millones de entradas en el año 2011). En cambio, las entradas se redujeron un 5,2% en los países con mercados más grandes (-8,1% en los 10 principales), primordialmente debido a las disminuciones en India y Japón (de manera especial en este último país, que es el mayor mercado del mundo en términos de entradas). Durante el período 2005-2011, el porcentaje de entradas a nivel mundial de los top 10 países varió de 82% a 85%.

Otro motivo de esta disminución pueden ser los cambios constantes en las tendencias del consumo audiovisual (Internet, dispositivos móviles, video a la carta, contenido desbordante, etc.), lo cual cambia radicalmente la forma en que las personas consumen películas. Como dijo el experto iberoamericano Octavio Getino: “Nunca antes las personas vieron tantas películas... especialmente fuera de las salas de cine” (Getino, 2012).

CUADRO 11. TOTAL DE MILLONES DE ENTRADAS PARA LOS TOP 10 PAÍSES, 2005-2011

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Variación
India	3.770	3.997	3.290	3.251	2.917	2.706	2.940	-22,02%
EE. UU.	1.403	1.449	1.399	1.341	1.415	1.342	1.284	-8,49%
China	157	176	196	210	264	290	370	135,37%
Francia	176	189	178	190	201	207	217	23,42%
México	154	154	175	182	178	190	205	33,06%
Reino Unido	165	157	162	164	173	169	172	4,19%
Japón	160	165	163	160	169	174	145	-9,80%
República de Corea	146	153	159	151	157	149	160	9,75%
Federación Rusa	84	92	105	118	132	156	153	82,54%
Brasil	84	90	89	89	113	135	144	71,50%
Total de los top 10 países	6.298	6.622	5.917	5.857	5.720	5.518	5.788	-8,10%
Mundo	7.372	7.761	7.073	7.033	6.961	6.664	6.984	-5,26%
Porcentaje de los top 10 países	85	85,33	83,66	83,28	82,16	82,16	82,80	Promedio: 83,65

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013.

Al analizar la disminución de las entradas cinematográficas en India, no existe una opinión generalizada sobre su causa. Sin embargo, se pueden formular algunas hipótesis según la importante disminución de 2009. Ese año, los principales productores de India organizaron un boicot y se negaron a estrenar grandes películas para presionar a los exhibidores (especialmente a los cines múltiplex) a fin de que mejoraran la distribución de los ingresos. La disputa que se extendió por casi dos meses (desde abril hasta principios de junio) concluyó con un acuerdo de división de ganancias en 50:50.

Además, durante los últimos años el mercado de la exhibición en India ha cambiado, probablemente debido a las variaciones que sufrió el mercado cinematográfico. El cambio más importante en el mercado de la exhibición son los cines múltiplex (Pendakur, 2012). Todavía hoy abundan los cines con una sola pantalla en la parte sur de India, donde el precio promedio de la entrada es USD 0,50. Estas salas aún son las más populares entre los amantes del cine en India. Se han instalado alrededor de 1.000 cines múltiplex en las grandes ciudades indias, cuyo precio de la entrada es aproximadamente USD 3,30. Estos cines con varias salas representan la mayor parte de los ingresos que genera India para los éxitos de recaudación de Hollywood. Sin embargo, las películas de EE. UU. representan como máximo del 7% al 10% de la recaudación india (Ernst & Young-India Film Council, 2012). Además, no se incluye ninguna película de Hollywood entre las top 10 películas de India.

3.2 Los países BRIC (Brasil, Rusia, India y China): El mercado emergente

La diferencia entre la recaudación y las entradas es aún más clara cuando se analiza los países del BRIC: Brasil, Rusia, India y China. Si bien los países del BRIC representaron del 9% al 17% de la recaudación mundial, la tasa de entradas entre un 49% y un 56% fue admirable: los países del BRIC representaron la mitad de las entradas totales (principalmente debido a India) entre 2006 y 2011.

A nivel país, el crecimiento de China fue extraordinario. En el año 2006, China representó el 13,6% de la recaudación de BRIC, mientras que en 2011 ese porcentaje aumentó al 37,4% y le arrebató el primer puesto a India (**Cuadro 12**). Por el contrario, la recaudación de India disminuyó del 56,6%, del total para los países BRIC en 2006, al 27% en 2011. Al mismo tiempo, la Federación Rusa y Brasil presentaron un crecimiento muy pequeño durante este período: del 17% al 20% y del 13% al 15%, respectivamente.

CUADRO 12. RECAUDACIÓN DE LOS PAISES DEL BRIC (EN MILLONES DE DÓLARES ESTADOUNIDENSES), 2006-2011

Recaudación	2006	2007	2008	2009	2010	2011
China	329	434	607	909	1.502	2.030
Federación Rusa	409	547	799	707	1.014	1.109
India	1.371	1.729	1.843	1.415	1.356	1.470
Brasil	313	360	359	478	735	817
Total del BRIC	2.422	3.070	3.608	3.509	4.607	5.426
Porcentaje de los top 10 países	12,83%	15,05%	17,29%	15,58%	20,63%	22,26%
Porcentaje a nivel mundial	9,50%	11,72%	13,03%	11,94%	14,58%	16,64%

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013, y Roque González (2011).

Con respecto a las entradas, la situación fue más estable (*consulte el Cuadro 13*). El porcentaje de ventas de las películas en India disminuyó en relación con el total de los países del BRIC, de 91,8% en 2006 a 81,5% en 2011. Mientras tanto, China multiplicó su proporción de entradas del BRIC por 2,5 aumentando del 4,5% al 10,3%. La Federación Rusa y Brasil duplicaron sus entradas: de 2,0% para ambos países en 2006 a 4,2% y 4,0%, respectivamente, en 2011.

CUADRO 13. ENTRADAS EN LOS PAÍSES DEL BRIC, 2006-2011

BRIC	2006	2007	2008	2009	2010	2011
India	3.997	3.290	3.251	2.917	2.706	2.940
China	176	196	210	264	290	370
Federación Rusa	92	105	118	132	156	153
Brasil	90	89	89	113	135	144
Total del BRIC	4.355	3.680	3.668	3.425	3.287	3.606
Porcentaje de los top 10 países	65,77%	62,20%	62,62%	59,89%	59,56%	62,31%
Porcentaje a nivel mundial	56,12	52,03	52,15	49,21	49,32	51,64

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013.

3.3. Consumo: Relación entre el número de espectadores y la disponibilidad de pantallas

La frecuencia de asistencia fue variada en todo el mundo. En el **Cuadro 14** se muestran los top 10 países según el número de espectadores en 2005 y 2011. Algunos países mantienen históricamente un alto nivel de asistencia: Australia, Islandia, Francia, la República de Corea, Singapur, Reino Unido y EE. UU.

Sin embargo, existen otros países que representan mercados importantes pero tienen una frecuencia de asistencia relativamente baja y no se incluyen en la lista de los top 10 países (por ejemplo, China, Japón y Alemania). India, Noruega y España (que aparecen en la lista de los top 10 países del año 2005 pero que no se incluyen en la del año 2011) también tuvieron una alta frecuencia de asistencia en 2011: 2,66, 2,65 y 2,37, respectivamente.

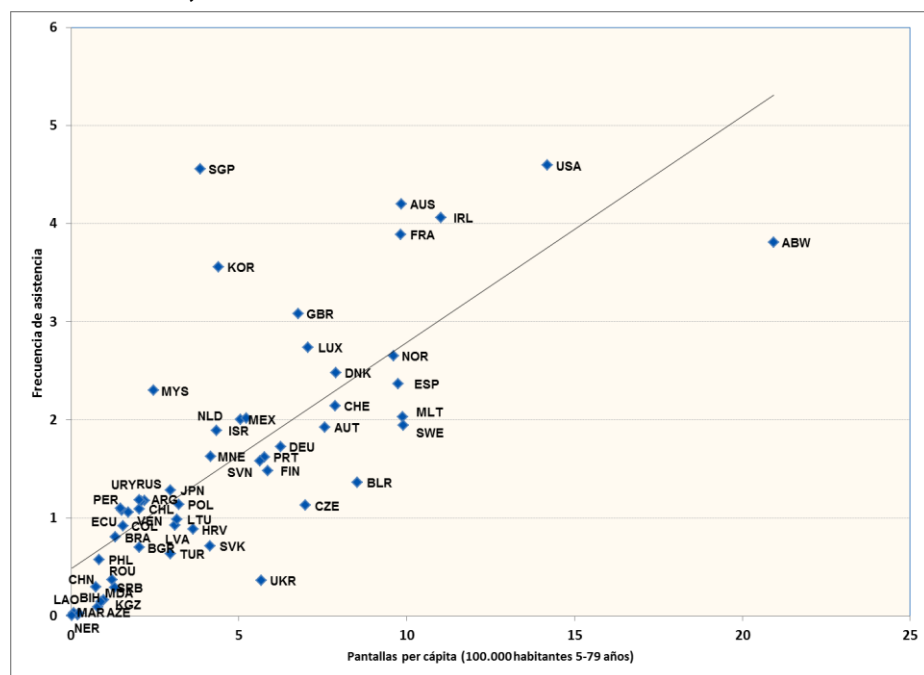
CUADRO 14. FRECUENCIA DE ESPECTADORES POR 100.000 HABITANTES (POBLACIÓN DE 5 A 79 AÑOS DE EDAD) EN LOS TOP 10 PAÍSES EN TÉRMINOS DE ASISTENCIA, 2005-2011

Clasificación	País	2005	País	2011
1	EE. UU.	5,27	Islandia	5,24
2	Islandia	5,19	EE. UU.	4,59
3	Australia	4,54	Singapur	4,56
4	Singapur	3,78	Australia	4,20
5	India	3,74	Irlanda	4,06
6	República de Corea	3,31	Francia	3,89
7	España	3,25	Aruba	3,81
8	Francia	3,23	República de Corea	3,56
9	Reino Unido	3,04	Reino Unido	3,08
10	Noruega	2,90	Luxemburgo	2,74

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013.

Esta situación se vuelve más compleja al tener en cuenta la falta de pantallas en muchos países y la proporción de pantallas en relación con la población. En el **Gráfico 2** y en el **Cuadro 15** se muestra el nivel de asistencia según el número de pantallas por habitante. Con una cantidad limitada de pantallas por habitante, Brasil, Japón, México y la Federación Rusa fueron testigos del admirable crecimiento del mercado cinematográfico.

GRÁFICO 2. FRECUENCIA DE ASISTENCIA POR PANTALLA Y POR 100.000 HABITANTES (ENTRE 5 Y 79 AÑOS DE EDAD) PARA LOS 10 PRIMEROS PAÍSES EN TÉRMINOS DE ASISTENCIA, 2005-2011



Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013.

En la **Gráfico 2** se destacan Aruba y EE. UU. Tienen la mayor frecuencia de asistencia y la mayor cantidad de pantallas por persona, pero por diferentes motivos. Aruba tiene una economía más rica, principalmente basada en el turismo, y una población pequeña (alrededor de 100.000 habitantes en 2011); cuenta con aproximadamente 20 pantallas/2 salas para 380.000 entradas anuales. Estas pequeñas cifras generan grandes porcentajes. Otra isla del Caribe (San Cristóbal y Nieves) presenta una situación similar. El otro valor atípico, EE. UU., es el mercado cinematográfico más importante del mundo.

Singapur y la República de Corea tienen una alta frecuencia de asistencia pero un número relativamente bajo de pantallas por persona.

Entre los países que tienen un número alto de pantallas por persona pero una menor frecuencia de asistencia se incluyen: Malta, España y Suecia. Vale la pena destacar que España es el sexto mercado de exhibición más importante del mundo (2011). Este país también sufrió una crisis importante que redujo significativamente su nivel de entradas en los últimos años (127,6 millones en 2005; 98,3 millones en 2011).

CUADRO 15. LOS TOP 5 PAÍSES CON AL MENOS 10 PANTALLAS POR CADA 100,000 HABITANTES (POBLACIÓN DE 5 A 79 AÑOS DE EDAD), 2005-2011

País	Pantallas por persona en 2005	País	Pantallas por persona en 2006
Islandia	16,88	Islandia	17,03
EE. UU.	14,34	EE. UU.	14,34
Suecia	12,03	Suecia	12,04
España	11,20	Irlanda	10,90
Malta	11,08	España	10,81

País	Pantallas por persona en 2007	País	Pantallas por persona en 2008
Islandia	15,70	San Cristóbal y Nieves	15,30
EE. UU.	14,85	EE. UU.	14,77
Suecia	11,49	Islandia	14,75
Irlanda	11,05	Irlanda	11,16
Malta	10,99	Malta	10,97

País	Pantallas por persona en 2009	País	Pantallas por persona en 2010
San Cristóbal y Nieves	15,09	Aruba	21,03
EE. UU.	14,47	EE. UU.	14,28
Islandia	14,19	Islandia	13,29
Irlanda	11,22	Bielorrusia	11,30
Malta	10,95	Irlanda	10,99

País	Pantallas por persona en 2011*
Aruba	20,93
EE. UU.	14,19
Irlanda	11,03
Suecia	9,90
Malta	9,88

Nota: *No hay datos de Islandia para el año 2011, que debió clasificarse entre los top 5 países .
Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013.

En el **Cuadro 16** se muestra que prácticamente todos los países que tuvieron la menor cantidad de pantallas en el año 2007 se encuentran en África. Sin embargo, algunos países con pocas pantallas que se encontraban en otras regiones tenían mercados importantes, como China, India y la Federación Rusa. América Latina también suele presentar una baja cantidad de pantallas, aunque dos países llamaron la atención: Bolivia (2005) y Paraguay (2006). Este es el panorama más reciente, ya que hasta la década de 1970 América Latina contaba con muchas pantallas que se distribuían en todo su territorio (Getino, 2005).

CUADRO 16. LOS TOP 5 PAÍSES CON EL MENOR NÚMERO DE PANTALLAS POR CADA 100,000 HABITANTES (POBLACIÓN DE 5 A 79 AÑOS DE EDAD), 2005-2011

País*	Pantallas por persona en 2005	País*	Pantallas por persona en 2006
Irán	0,38	China	0,25
Rumania	0,59	Túnez	0,31
Bolivia	0,61	Irán	0,37
Federación Rusa	0,81	Indonesia	0,45
India	1,04	Paraguay	0,52

País	Pantallas por persona en 2007	País	Pantallas por persona en 2008
Camerún	0,02	Camerún	0,02
Mozambique	0,02	Mozambique	0,02
Níger	0,03	Níger	0,03
Argelia	0,03	Burkina Faso	0,08
Palestina	0,06	Nigeria	0,08

País	Pantallas por persona en 2009	País	Pantallas por persona en 2010
Mozambique	0,02	Mali	0,02
Níger	0,03	Guinea	0,02
Argelia	0,06	Siria	0,03
Camboya	0,06	Níger	0,03
Burkina Faso	0,08	Tanzania	0,06

País	Pantallas por persona en 2011
Mali	0,02
Guinea	0,02
Siria	0,03
Níger	0,03
Tanzania	0,06

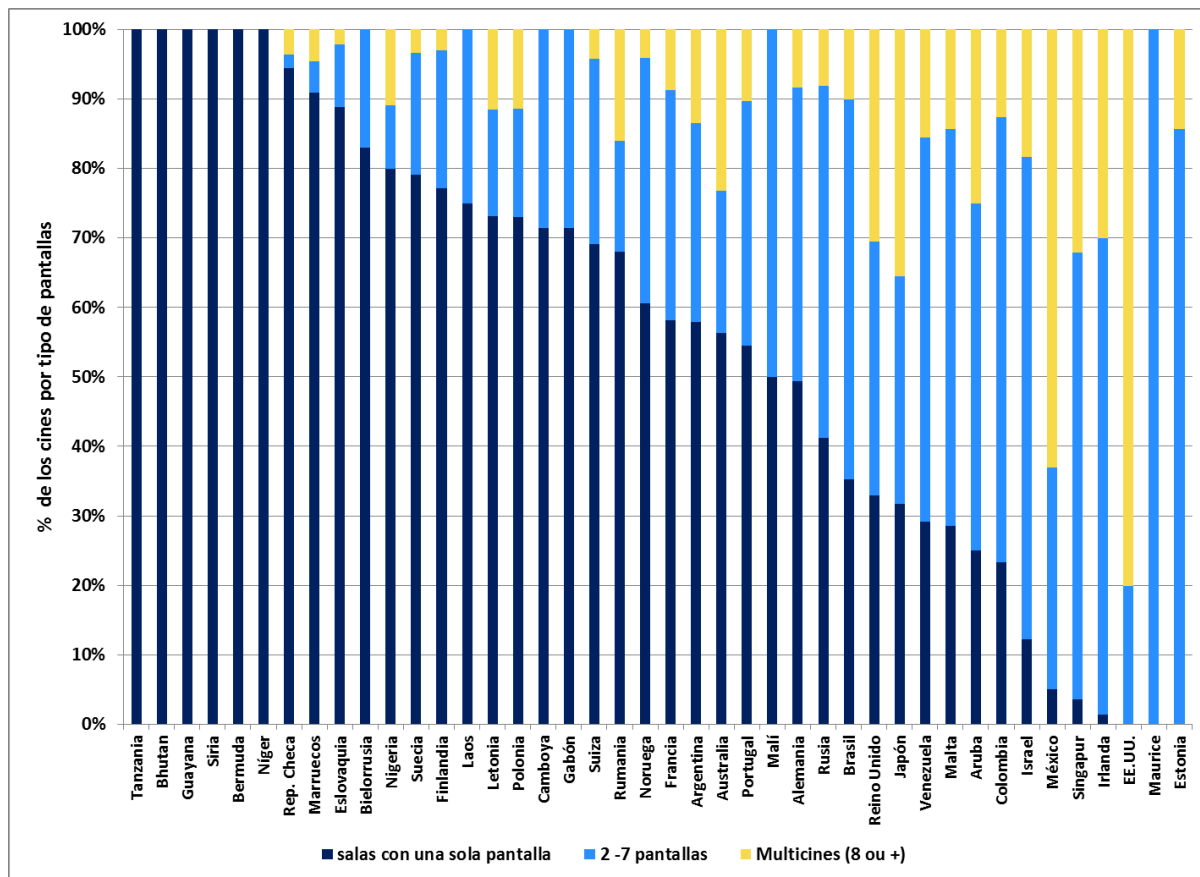
*: No hay datos de la región subsahariana.

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013.

Por otra parte, algunos países aún no tienen cines tipo múltiplex. Sin embargo, los países que presentan las mayores cifras de recaudación tienen una proporción más alta de salas con 2 a 7 pantallas o salas multiplex en comparación con salas de una sola pantalla.

Como se observa en la **Gráfico 3**, seis países tienen únicamente salas con una sola pantalla. Hay varios países que presentan una cantidad significativa de salas (más de 100) con una sola pantalla: Eslovaquia (89%), Bielorrusia (83%), Suiza (69%) y países nórdicos como Finlandia (77%) y Noruega (61%). Otros países que tienen una gran cantidad de pantallas (de 300 a 500 en total) y una alta proporción de salas con una sola pantalla son: la República Checa (95% de salas con una sola pantalla), Suecia (79%) y Polonia (73%). En 2011, Francia tenía 2.031 pantallas, de las cuales 58% pertenecían a salas con una sola pantalla.

GRÁFICO 3. DISTRIBUCIÓN DE CINES DE ACUERDO CON EL NÚMERO DE PANTALLAS, 2011



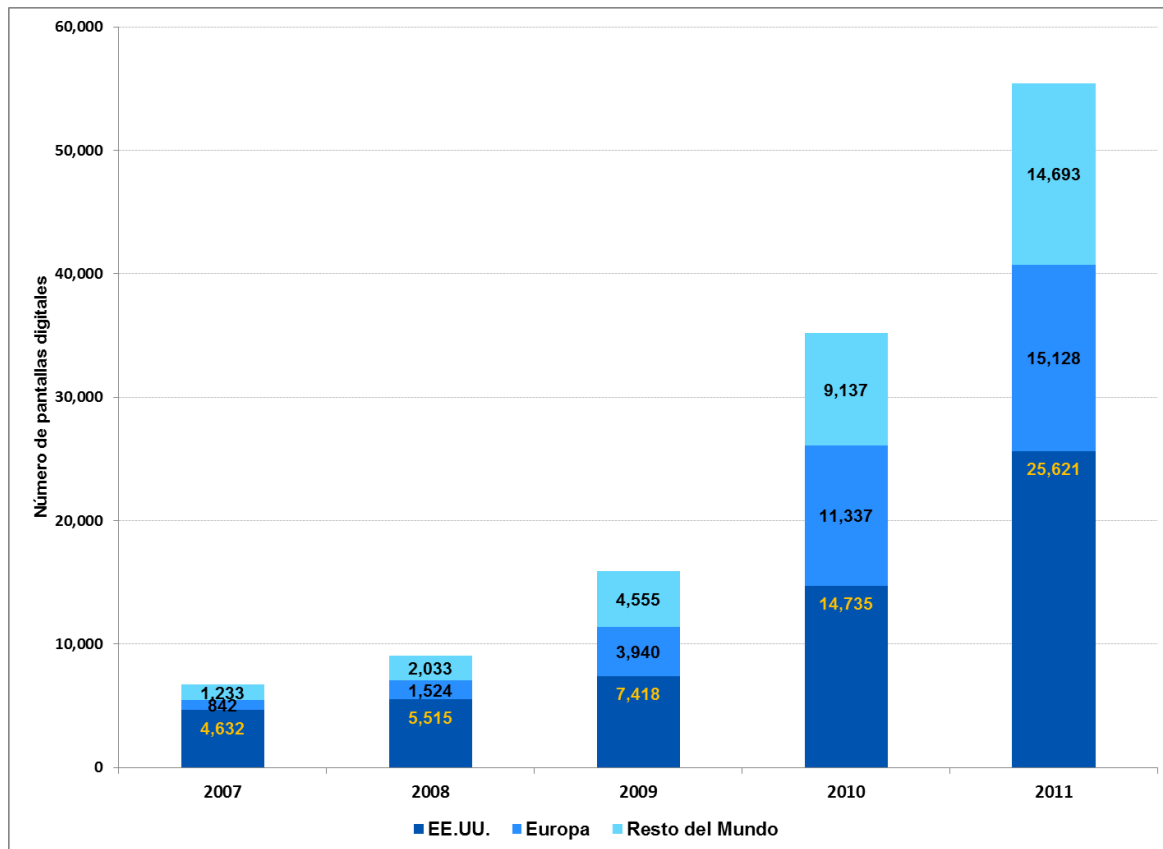
Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013.

4. Digitalización

Desde 2010 (el año en que se estrenó la película *Avatar*), el número de pantallas digitales aumentó de manera exponencial, especialmente en los países desarrollados. En los países en desarrollo, la tasa de digitalización era más baja pero también considerable. En el **Gráfico 4** se muestra el brusco aumento en la cantidad de pantallas digitales, que creció de 6.707 en 2005 a 55.442 en 2011. Estas cifras representan un aumento del 726%. La tendencia también se caracterizó por el hecho de que esto sucedió fuera de EE. UU. En 2007, EE. UU. contaba con el 70% del total de pantallas digitales; para el año 2011, este porcentaje se había reducido al 46%. El mayor crecimiento tuvo lugar en Europa.

En la década de 2000, los líderes de la industria cinematográfica (Hollywood y las compañías multinacionales) declararon que la digitalización de las pantallas reduciría los precios de las copias y otros costos relacionados, lo cual permitiría la apertura de nuevas salas, la penetración en territorios con un bajo nivel de pantallas, el refuerzo de la diversidad cultural y la posibilidad de que los cineastas y productores de cine nacional de los países en desarrollo pudieran expandir su porcentaje de ventas (De Luca, 2004, 2009) .

GRÁFICO 4. NÚMERO DE PANTALLAS DIGITALES*, 2007-2011



Nota: *Los proyectores digitales incluidos en la encuesta del UIS hasta el año 2007 necesitaban una resolución estándar mínima de 1.3 mil, donde el dispositivo de imagen tenga 1.280 píxeles de ancho por 720 o 1.024 píxeles de alto. Desde 2008, todos los proyectores digitales nuevos tienen una resolución estándar mínima de 2 mil (2.048 x 1.080).

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013.

Hollywood y otros protagonistas dominan el ámbito de la digitalización. Esta concentración se ha acentuado durante los últimos años y tiene un impacto negativo sobre los pequeños y medianos exhibidores, y, en algunos casos, sobre los productores nacionales. El impuesto por copia en disco digital (VPF⁴) prácticamente no existe en regiones tales como América Latina, excepto en el caso de algunos pocos peces gordos. Los productores nacionales también deben pagar un VPF “sui generis” lo cual resulta más caro que los costos anteriores de la impresión en 35 mm para los productores de los países en desarrollo (González, 2011).

5. Casos prácticos

Para analizar las tendencias específicas de la industria cinematográfica en todo el mundo, se presentarán dos casos prácticos: uno de ellos compara el mercado cinematográfico de EE. UU. con el de China, y el otro se concentra en el mercado de América Latina. El primer caso práctico demostrará cómo el dinámico mercado chino está desafiando a EE. UU. como el mercado cinematográfico más importante en términos de recaudación. El segundo caso práctico mostrará que la industria cinematográfica de América Latina no es homogénea y está liderada por dos países, Brasil y México, que ingresaron al mercado mundial durante la última década, mientras que otros países de la región aún carecen de pantallas y presentan una producción muy pequeña. La regulación y el apoyo públicos a la industria cinematográfica en la región también generaron una gran influencia en la estructura del mercado latinoamericano.

5.1. China: El futuro líder del mercado cinematográfico?

Durante las últimas décadas, la tasa de crecimiento económico de China fue enorme en comparación con la mayoría, sino todas, de las economías de los países desarrollados. Como consecuencia, este crecimiento se manifestó en el mercado cinematográfico, ya que en el año 2012 China se convirtió en el segundo consumidor de largometrajes más importante del mundo en términos de recaudación. Durante el mismo período, el mercado de EE. UU. afrontó un estancamiento o experimentó un aumento muy pequeño en términos de entradas. Si esta tendencia continúa, para el año 2020 China superará a EE. UU. como líder mundial del mercado cinematográfico.

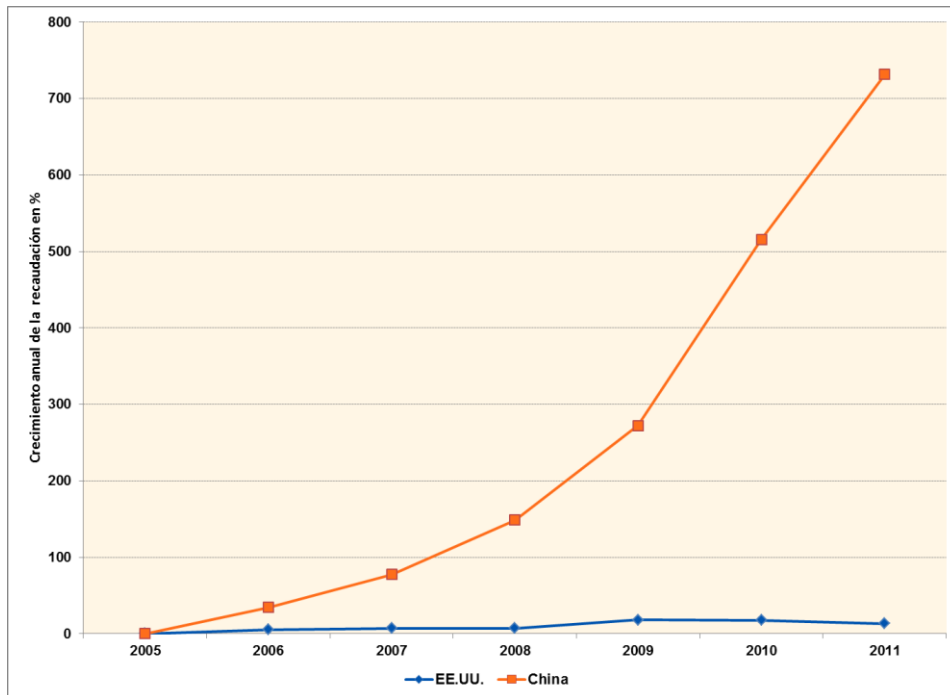
Durante la última década, el mercado cinematográfico de China creció entre cuatro y cinco veces más rápido que su PIB (y su PIB presenta uno de los crecimientos más acelerados del mundo) y el desarrollo del mercado cinematográfico ha sido aún más impresionante. De hecho, entre 2005 y 2011, la recaudación de China creció un promedio de 43% por año (un 50% durante el período 2008-2011), mientras que la recaudación del mercado cinematográfico de EE. UU. creció un promedio de solo 2,2% por año (*consulte el Gráfico 5*).

La diferencia en las entradas es notable: mientras que las entradas aumentaron un promedio de 15,6% por año en China entre 2005 y 2011, en el mercado estadounidense se presentó una disminución promedio del -1,4% anual (*consulte el Gráfico 6*). Este crecimiento se produjo incluso a pesar del drástico aumento de los precios de las entradas que tuvo lugar en China durante este período. El precio promedio de las entradas en China se multiplicó por 3,5, lo cual generó un aumento del 253% entre 2005 y 2011, mientras que el precio promedio de las entradas en EE. UU. solo aumentó un 23,8%.

Vale la pena destacar que la decadencia del crecimiento de mercado estadounidense (tanto en relación con la recaudación como con las entradas) comenzó en el año 2005, es decir, tres años antes del comienzo de la crisis financiera a nivel mundial.

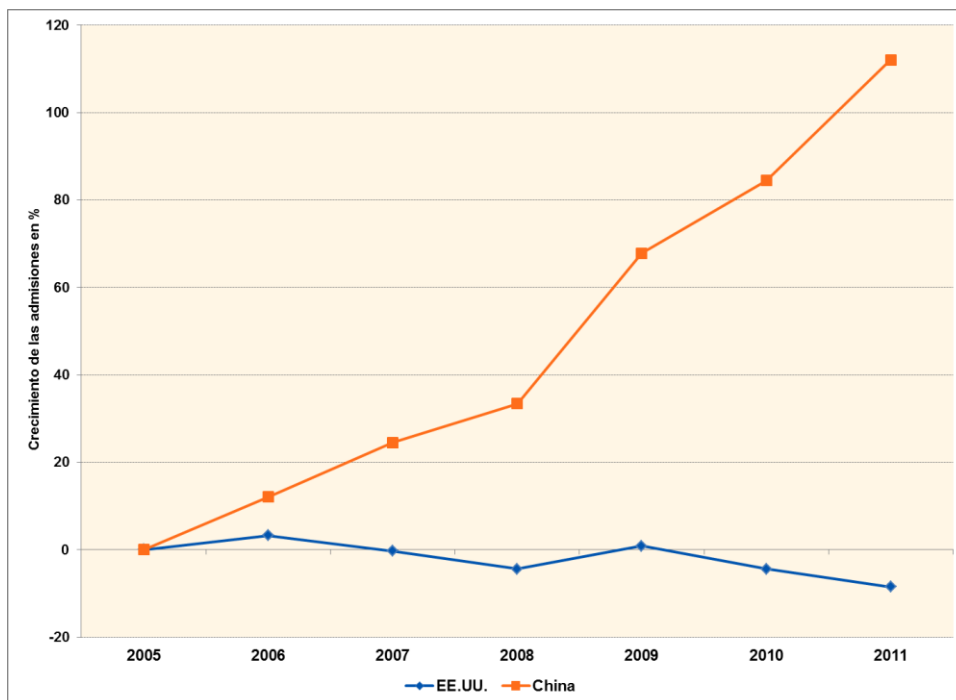
⁴ El impuesto Virtual Print Fee (VPF) es una ayuda financiera que proporcionan las distribuidoras a las compañías de exhibición para solventar los altos costos de la digitalización.

GRÁFICO 5. TASA DE CRECIMIENTO ANUAL DE LA RECAUDACIÓN EN CHINA Y EE. UU., 2005-2011 (AÑO BASE: 2005)



Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013.

GRÁFICO 6. TASA DE CRECIMIENTO ANUAL DE LAS ENTRADAS EN CHINA Y EE. UU., 2005-2011 (AÑO BASE: 2005)



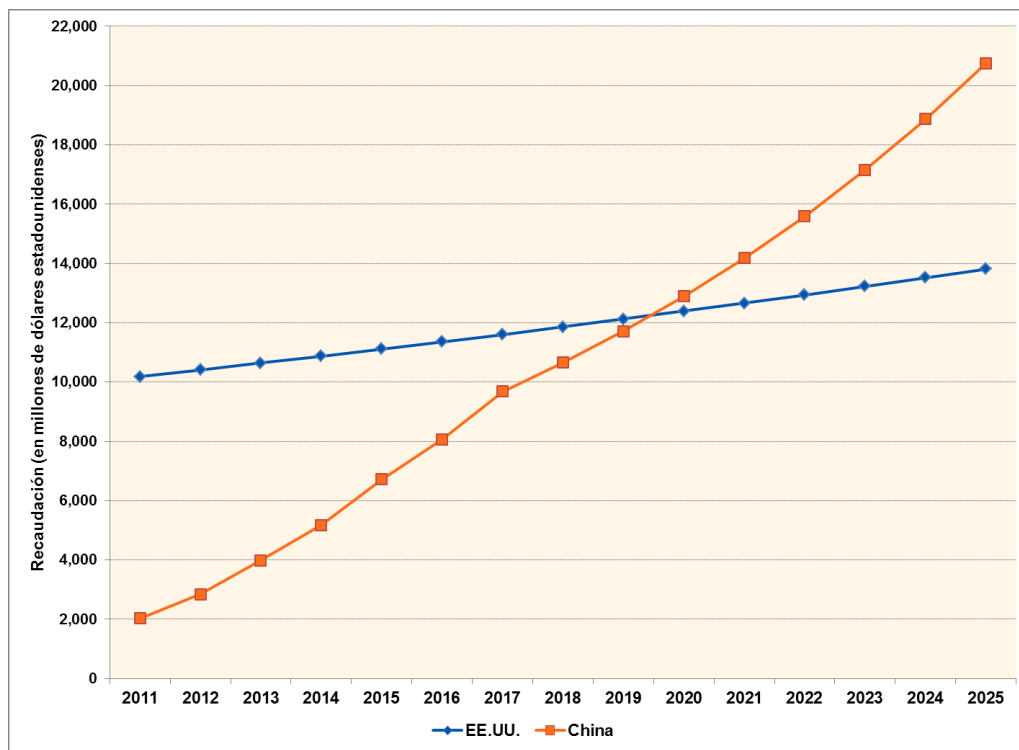
Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013.

Uno de los motivos del brusco aumento en la cantidad de entradas de China ha sido el increíble crecimiento de su economía, además del aumento del nivel de vida y de los ingresos disponibles en la clase media. Estos nuevos ciudadanos adinerados ahora pueden costear las salidas al cine para disfrutar películas nacionales y extranjeras. Este crecimiento impulsó la rápida y continua construcción de salas de cine: “China instala aproximadamente 10 pantallas por día”, dijo Christopher Dodd, presidente y director ejecutivo de MPAA, en marzo de 2013 (*The Hollywood Reporter*, 2013). A pesar de los tremendos aumentos en los precios promedio de las entradas, los espectadores chinos continúan llenando las salas de cine.

Si bien la cantidad de nuevos cines múltiplex creció constantemente, China necesita más pantallas (como se puede observar en la sección 3.3) en función de su población y mercado. En 2011, China contaba con aproximadamente 2.000 salas de cine y 9.286 pantallas en todo el país, de manera que se convirtió en el segundo mercado de exhibición más importante del mundo. Sin embargo, esto representa solamente una pantalla cada 136.000 personas. En cambio, EE. UU. tenía alrededor de 40.000 pantallas en 2011, con una población de aproximadamente 280 millones de habitantes, lo cual representa una pantalla cada 7.000 personas. China deberá construir unas 170.000 pantallas para igualar el nivel de densidad de pantallas de EE. UU.

Con esta tasa de crecimiento en las entradas y la construcción de salas de cine, se espera que China supere a EE. UU. como líder mundial del mercado cinematográfico para el año 2020. En el **Gráfico 7** se muestra que, si la tasa de crecimiento de China continúa aumentando regularmente (aunque se trate de una tasa más lenta) durante los próximos 15 años y si el crecimiento de EE. UU. se mantiene estable, entonces China superará a EE. UU. en 2019. Además, la recaudación de China será un 50% mayor que la de EE. UU. para el año 2025.

GRÁFICO 7. RECAUDACIÓN PREVISTA EN CHINA Y EE. UU. (EN MILLONES DE DÓLARES ESTADOUNIDENSES), 2011-2025



Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013

5.2. América Latina: Evolución y características de la industria cinematográfica

El mercado cinematográfico de América Latina muestra situaciones contrastantes entre los distintos países. Por un lado, hay países que en la última década aumentaron al doble o más su cantidad de pantallas, entradas o recaudación (es decir, Brasil, Colombia, México y Perú). Brasil ingresó a la lista de los top 10 países a nivel mundial con la mayor cantidad de entradas obtenida por un país latinoamericano durante la última década, mientras que México se ubica en el puesto cinco entre los países con la mayor cantidad de pantallas del mundo. Por otro lado, algunos países presentaron un crecimiento moderado o incluso un estancamiento en cuanto a la cantidad de pantallas disponibles (por ejemplo, Argentina y Uruguay).

Un patrón común que se observa en la región es el apoyo del gobierno a la producción cinematográfica. La evolución del mercado cinematográfico en algunos países como Argentina, Brasil y México, depende en gran medida de las políticas públicas, las cuales han cambiado durante los últimos 30 años.

En el año 2011, América Latina generó una recaudación total de 1.6 mil millones de dólares estadounidenses, lo cual representa que el precio promedio de las entradas es USD 4,50 y que se vendieron 417 millones de entradas. Brasil y México juntos representaron del 65 al 75% de estas cifras totales.

Los espectadores de América Latina tienen acceso a unas 2.026 pantallas. En promedio, se realizan 210 lanzamientos comerciales por año. Según el país, se producen entre 5 y 130 películas nacionales por año, principalmente como resultado directo del apoyo recibido por los gobiernos nacionales de la región durante varias décadas.

Producción

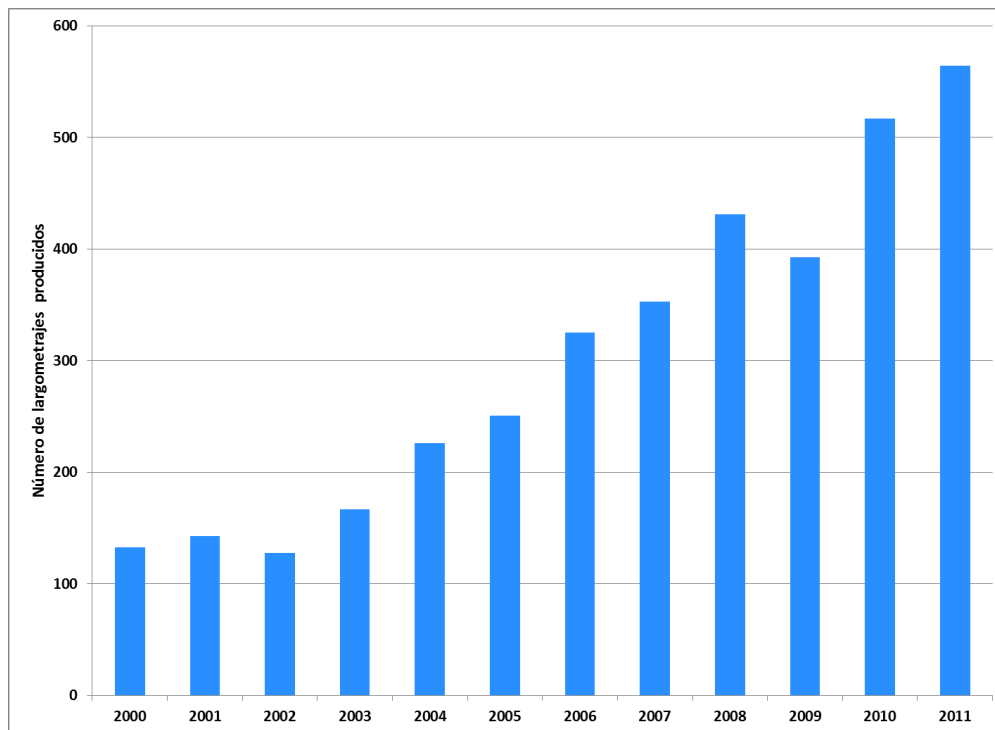
Durante la primera década del siglo XXI, los países latinoamericanos produjeron 2,400 largometrajes (*consulte el **Gráfico 8***) y crecieron un poco más cada década (en promedio, se produjeron 350 películas por año entre 2005 y 2011). El aumento fue brusco desde la década de 1980, con un promedio de 230 películas producidas por año, o en la década de 1990, con 90 películas por año (Getino, 2005).

La producción cinematográfica en América Latina aumentó parcialmente como resultado directo de las políticas públicas desarrolladas para apoyar este campo (a excepción de Paraguay y algunos países de América Central). Dichas políticas estuvieron presentes en la mayor parte del subcontinente desde la década de 1930 (principalmente en Argentina, Brasil, México y Perú). En las décadas posteriores se observó un mayor apoyo en forma de subsidios, incentivos fiscales, préstamos blandos, premios por calidad y cuotas de pantalla (incluso había productores estatales, distribuidores estatales y exhibidores estatales, principalmente en México desde la década de 1940 hasta la década de 1970 y en Brasil durante la década de 1970).

A comienzos de la década de 1990, la mayor parte de los países de la región sufrió una reducción drástica en el apoyo de sus gobiernos, lo cual afectó negativamente a la industria cinematográfica de cada país. Sin embargo, a fines de la década de 1990 y principios de la década de 2000, resurgieron las políticas públicas que beneficiaban a la industria cinematográfica, especialmente en relación con la producción. Los tres países más importantes en la producción de películas (Argentina, Brasil y México) reanudaron su crecimiento. Durante la década de 2000, la mayoría de los países latinoamericanos implementaron leyes nacionales que apoyaban a la industria cinematográfica.

Argentina y Brasil restablecieron sus picos máximos de producción, con una producción anual de más de 100 películas, y batieron los récords alcanzados en los antiguos “años dorados”. México también aumentó su producción cinematográfica, pero este país solo alcanzó la cantidad de películas producidas durante sus años dorados (entre 1940 y 1980), que rondaba las 100 películas por año. También otros países latinoamericanos mostraron aumentos moderados en la cantidad de películas producidas. Debido a las nuevas políticas adoptadas con respecto al cine nacional en algunos de estos países, comenzaron a producir películas regularmente por primera vez en la historia.

GRÁFICO 8. NÚMERO DE LARGOMETRAJES PRODUCIDOS EN AMÉRICA LATINA, 2005-2011



Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013, y agencias de cine latinoamericanas, productoras y medios (RoqueGonzalezConsulting.com).

Durante la última década, la coproducción se convirtió en el principal método de producción cinematográfica en muchos países de América Latina, como Bolivia, Cuba y Uruguay. Dentro de este contexto, surgió una importante iniciativa intergubernamental relacionada con el apoyo al cine: la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica (CACI). En 1997, se creó el Programa Ibermedia,⁵ que desde entonces tiene un rol fundamental en la cinematografía regional, cuyos fondos se destinan a la producción, distribución, capacitación y comercialización. Sin embargo, la producción es el objetivo más importante de los préstamos de Ibermedia. Se impulsó también otro intento regional para crear un espacio intergubernamental similar en el Cono Sur, la Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales⁶ (RECAM), pero hasta el momento no se logró ningún resultado concreto.

5 www.programalbermedia.com

6 www.recam.org

En América Latina existe un importante y oculto nivel de producción semi-profesional, prácticamente artesanal, de largometrajes en especial en Bolivia, Ecuador, Perú y Venezuela. Como “Nollywood”, estas películas que no se presentan en salas de cine sino que circulan a través de vendedores ambulantes o que se transmiten en Internet (especialmente en YouTube) son vistas por un gran número de espectadores y algunos títulos se han convertido en éxitos muy famosos.

Mercado y consumo

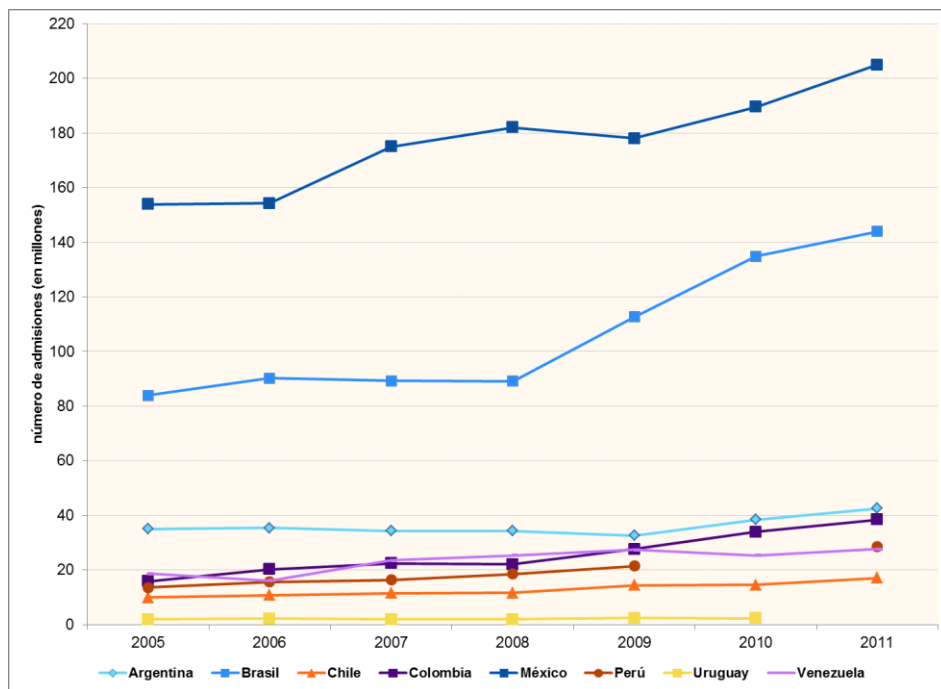
El mercado cinematográfico de América Latina afrontó cambios drásticos durante las últimas décadas. Hasta hace 40 años atrás, las compañías privadas nacionales dominaban los mercados cinematográficos de América Latina, especialmente en el ámbito de la exhibición. Hoy en día debido a la globalización, los estudios de Hollywood y las compañías multinacionales asociadas a ellos controlan la distribución y la exhibición cinematográficas (Guback 1969, Getino 1984-1987, Rey 2005).

En América Latina, parece haber menos amantes del cine: la frecuencia de asistencia en la región es de 0,8 películas promedio por año por persona, excepto en México (1,7), país que tiene el quinto mercado de exhibición más importante del mundo. Sin embargo, la recaudación mostró un aumento del 127% durante la década de 2000, principalmente debido al aumento constante del precio de las entradas al cine: los precios se duplicaron durante la última década (debido especialmente al costo de la proyección en 3D, que por lo general tiene un precio superior).

Mientras tanto, la cantidad de entradas vendidas alcanzó un promedio del 43% entre 2005 y 2011 (se vendieron 2,8 mil millones de entradas). Así, el aumento de la recaudación en América Latina fue 1,6 veces mayor en comparación con el incremento en las entradas vendidas. México y Brasil representaron un 70% del total de la recaudación y las entradas en América Latina.

Pero el crecimiento no fue homogéneo en toda la región. Se observó un crecimiento importante en Brasil, Colombia, México y Perú. Entretanto, Chile y Venezuela solo mostraron aumentos moderados y Argentina y Uruguay sufrieron un estancamiento relativo (*consulte la Gráfico 9*).

GRÁFICO 9. NÚMERO DE ENTRADAS EN AMÉRICA LATINA, 2005-2011



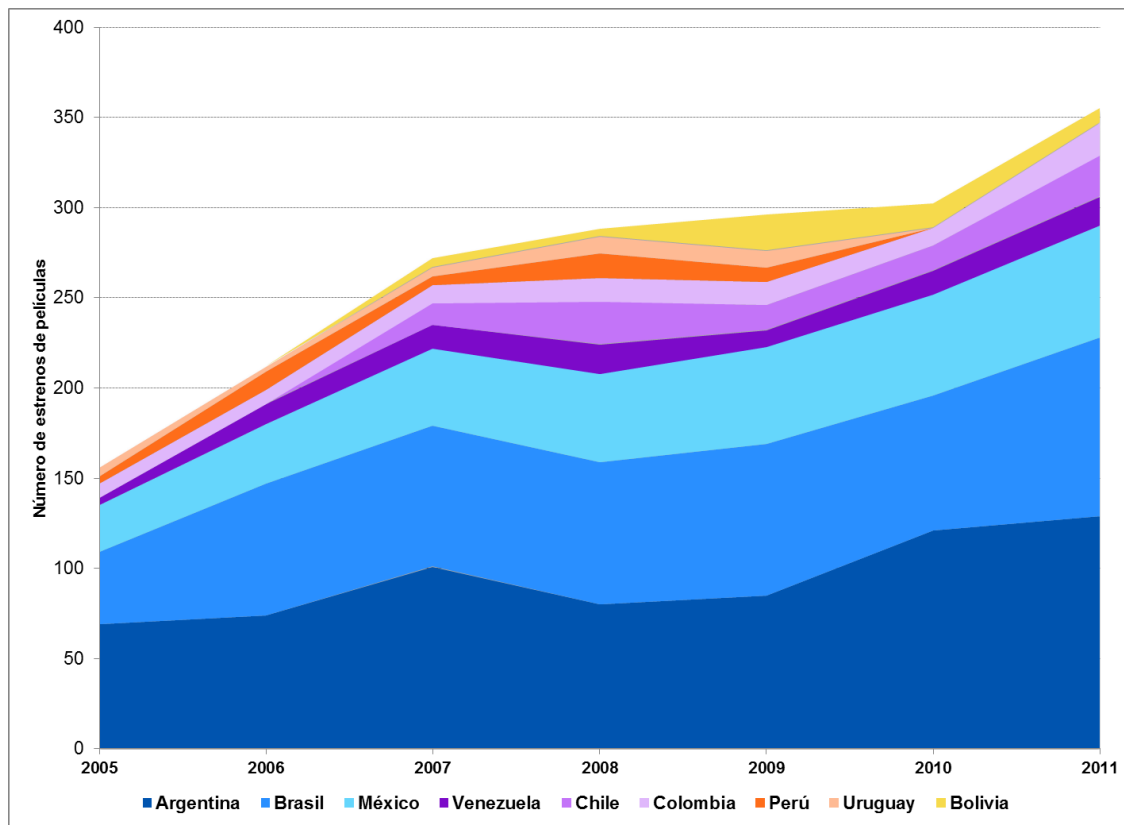
Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013, y RoqueGonzalezConsulting.com.

Estas cifras están lejos de la cima de la industria cinematográfica en América Latina cuando la frecuencia de asistencia varía entre dos y cinco películas promedio por año.

Exhibición cinematográfica en América Latina

La presencia de películas nacionales en las pantallas de América Latina varía de acuerdo con la solidez de la industria del cine nacional en cada país, su tradición cinematográfica y el grado de apoyo estatal. Durante la última década, la producción de películas nacionales aumentó considerablemente en Argentina, México y Brasil (se duplicó en el primer caso y se triplicó en los dos siguientes, como se muestra en la **Gráfico 10**). Los demás países mostraron leves aumentos en la cantidad de estrenos nacionales.

GRÁFICO 10. ESTRENOS DE PELÍCULAS NACIONALES EN AMÉRICA LATINA, 2005-2011



Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013, y agencias de cine latinoamericanas, consultoras y medios (RoqueGonzalezConsulting.com).

El **Cuadro 17** muestra las películas nacionales realizadas sobre un 10% del porcentaje de ventas en términos de entradas y recaudación en Argentina y Brasil, donde la cinematografía está muy desarrollada. Los demás países de la región con datos disponibles tenían entre un 2% y un 7% del porcentaje de ventas.

Las películas producidas en América Latina no tuvieron demasiado éxito en la región. El porcentaje de ventas para estas películas fue entre el 0,02 y 1% de las entradas. En muy pocos casos, el porcentaje llegó al 2% para los éxitos nacionales distribuidos por compañías internacionales.

CUADRO 17. PARTICIPACIÓN PROMEDIA DE MERCADO DE ESTRENOS DE PELÍCULAS ENTRE 2005 Y 2011 EN AMÉRICA LATINA, DE ACUERDO CON LAS ENTRADAS

País	Porcentaje de ventas (%)
Brasil	12,7
Argentina	11,0
Colombia	7,3
México	6,5
Uruguay	6,0
Chile	5,6
Venezuela	4,9
Perú	2,0

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013, y agencias de cine latinoamericanas, consultoras y medios (RoqueGonzalezConsulting.com).

Infraestructura y exhibición

El número de pantallas en América Latina creció un promedio del 65% en la década de 2000. Este porcentaje estuvo encabezado por México y, en menor medida, por Brasil y Colombia (*consulte la Gráfico 11*). Este crecimiento se produjo en un contexto de alta concentración de clases y geografías, además del alto costo de las entradas. En América Latina, una sola salida en familia representaba el equivalente al 10% de los ingresos mensuales promedio a nivel local.

Sin embargo, América Latina aún no tiene las pantallas suficientes, incluyendo al gigante Brasil, que solo cuenta aproximadamente con 2.500 pantallas para una población de casi 200 millones de habitantes, lo cual representa apenas 1,1 pantallas por cada 100.000 habitantes.

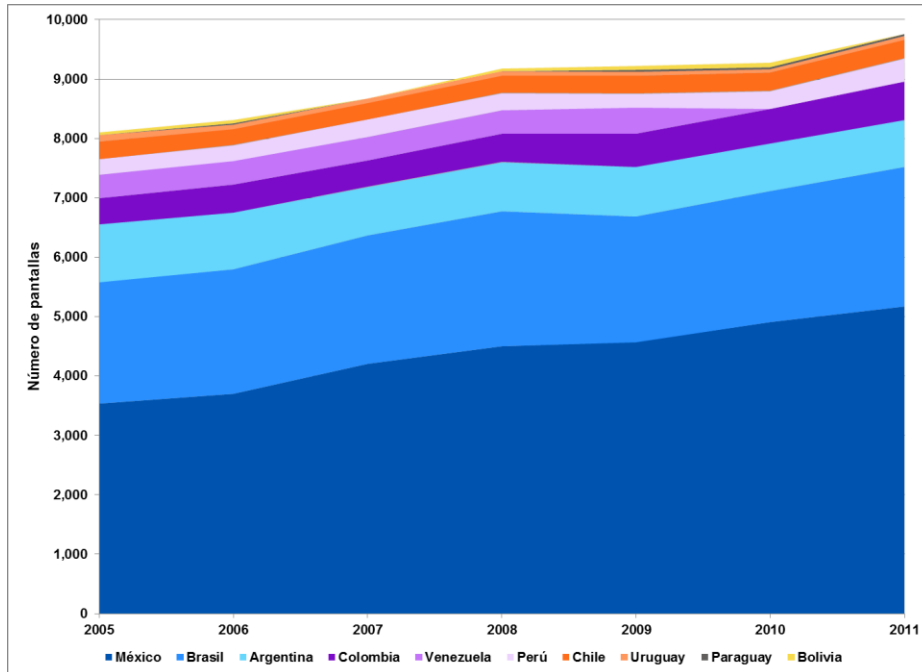
Independientemente de si un país tiene más o menos pantallas, la concentración geográfica de las pantallas es muy importante en todos los países latinoamericanos. En México, solo el 7% de las ciudades tiene una pantalla, y en Brasil, el segundo mercado de exhibición más importante de América Latina, solo el 10% de las ciudades cuenta con una sala de cine (González, 2011).

Pantallas digitales

Estos patrones se acentúan más en los cines digitales por medio de su producto más representativo: el cine 3D (la gran mayoría de las pantallas digitales de América Latina son en 3D). En 2007, se digitalizaron 19 pantallas en América Latina. Desde 2008, especialmente en 2009, se inauguró una gran cantidad de pantallas digitales en toda la región. Sin embargo, la tasa de digitalización de la región continúa siendo la más baja del mundo (22% en 2011) (*véase el Gráfico 12*).

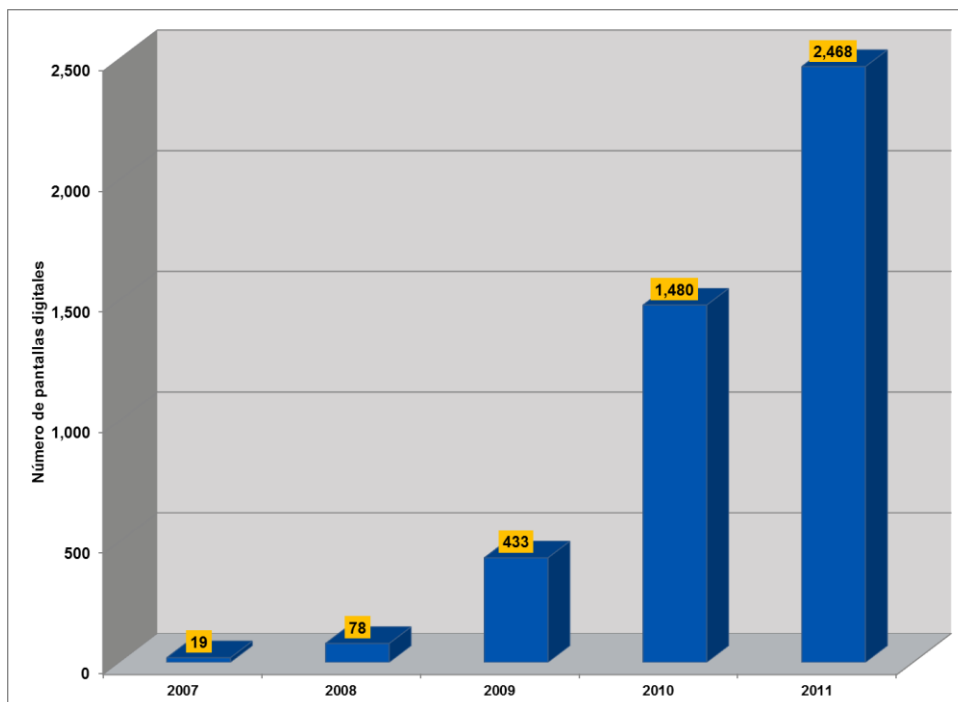
Las pantallas digitales de América Latina se concentran en dos países: tres cuartos de ellas se encuentran en México y Brasil. Desde un principio, México fue el país líder en exhibición digital en la región: en julio del año 2000 se inauguró en la Ciudad de México la primera pantalla digital de América Latina ("Mundo E" de Cinemex). Hasta diciembre de 2011, la mitad de las pantallas latinoamericanas se encontraban en México.

GRÁFICO 11. NÚMERO DE PANTALLAS EN AMÉRICA LATINA, 2005-2011



Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013, y agencias de cine latinoamericanas, compañías de exhibición y medios (RoqueGonzalezConsulting.com).

GRÁFICO 12. NÚMERO DE PANTALLAS DIGITALES DLP-DCI* EN AMÉRICA LATINA, 2007-2011



Notas: *Resolución de 2 mil (excepto en 2007, se instalaron algunos proyectores con 1,3 mil).
DCI: Digital Cinema Initiative (consorcio de Hollywood).
DLP: Digital Light Processing (tecnología utilizada en los proyectores y desarrollada por Texas Instruments).

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO, julio de 2013, y Roque González (2011).

Sin embargo, las promesas sobre democratización, costos más bajos y mayor diversidad en el ámbito del cine digital no se han concretado. En América Latina, el costo de los equipos ronda los USD 100.000, casi el doble de lo necesario en los países desarrollados. Esto se debe a los altos impuestos aplicados a los equipos digitales y electrónicos. Por este motivo, solo las compañías de exhibición más importantes (locales y extranjeras) pueden afrontar los costos de la digitalización.

En líneas generales, no existen políticas públicas que ayuden a las compañías de exhibición a digitalizar el contenido (como en Europa), excepto en Argentina y Brasil. En este contexto, las pantallas digitales en América Latina repiten el patrón de la exhibición general: se encuentran principalmente en las ciudades más ricas y en los vecindarios donde vive la gente más adinerada.

Conclusión

Este análisis destaca algunas tendencias únicas de la industria cinematográfica a nivel mundial. En primer lugar, la “industria cinematográfica global” (dominada por las producciones de Hollywood) muestra una tendencia a producir continuaciones, historias previas y adaptaciones (ideas no originales) dirigidas a los medios masivos, niños y jóvenes, y que tienen como consecuencia la concentración de la producción mundial.

En segundo lugar, la producción cinematográfica se concentra en un 7% de los países con producción cinematográfica regular que producen el 55% de todos los largometrajes a nivel mundial. India produjo el 20% de las películas del mundo.

Los éxitos de recaudación fuera de EE. UU. fueron principalmente comedias producidas en EE. UU. que batieron los récords en todo el mundo. Las producciones nacionales o las coproducciones que no fueron distribuidas por los principales estudios de Hollywood prácticamente no circularon fuera de los límites de sus respectivos países.

En el período 2005-2011, las entradas a nivel mundial disminuyeron un 12,8%, mientras que los ingresos de la recaudación aumentaron un 27,8% (el precio promedio de las entradas aumentó un 46%, especialmente desde el auge del cine 3D). La concentración del mercado aún es muy alta; los top 10 países representaron alrededor del 75% de la recaudación de todo el mundo y el 85% de todas las entradas. La concentración de las entradas aumentó lentamente de 85% a 90% entre 2005 y 2011.

De manera similar a los patrones de la macroeconomía mundial, el grupo BRIC (Brasil, Rusia, India y China) aumenta su porcentaje de ventas en el mercado cinematográfico a nivel mundial (tanto de producción como entradas). China es la protagonista de la historia: según ciertos cálculos, a comienzos del año 2020 el gigante asiático superará a EE. UU. como el mercado cinematográfico más importante del mundo.

Otras regiones, como América Latina, han mejorado sus indicadores en el mercado cinematográfico, pero aún presentan valores bajos (excepto Brasil y México) en comparación con otras regiones. Existen muchos países con un crecimiento admirable de su recaudación (21 países con aumentos del 102% al 556%), en comparación con los aumentos de las entradas (10 países que aumentaron del 100% al 156%).

En otras palabras, el mercado de las pantallas de cine a nivel mundial está perdiendo espectadores pero aumenta sus ingresos, principalmente debido a los precios más altos de las entradas. Muchos grandes países, como China, la Federación Rusa e India, “necesitan pantallas de cine, el desarrollo de la infraestructura cinematográfica puede impulsarlos al mercado cinematográfico mundial” (Miller, 2008).

Esta situación puede ser consecuencia de un cambio de paradigma en relación con el consumo audiovisual. La mayoría de las personas miran películas, series de televisión, programas, clips, etc. especialmente a través de una conexión a Internet (en el hogar, en la oficina, mientras caminan por la calle o en un cibercafé). Sin embargo, la industria audiovisual aún no ha recibido altos ingresos de estas fuentes, como las ganancias obtenidas a partir del alquiler de videos entre mediados de la década de 1980 y mediados de la década de 2000.

La digitalización de las pantallas (un cambio radical desde el comienzo del cine) aumentó rápidamente, en especial desde el año 2010. Sin embargo, la reducción de muchos costos de distribución y exhibición no modifica el contexto de concentración de las pantallas y los amplios territorios con infraestructura cinematográfica que continúan sin desarrollarse.

Es un momento de cambios esenciales en la industria cinematográfica y audiovisual. Y este es solo el comienzo.

Referencias

Cain, Robert (2013). "The Increasingly Astonishing Rise of China's Film Business". Accessed on 22 April 2013: <http://chinafilmbiz.com/2013/04/06/the-increasingly-astonishing-rise-of-chinas-film-business/>

De Luca, Luiz Gonzaga Assis (2009). A hora do cinema digital. Democratização e globalização do audiovisual. San Pablo: Imprensa oficial do Estado de São Paulo.

De Luca, Luiz Gonzaga Assis (2004). Cinema digital: Um novo cinema?. San Pablo: Imprensa oficial do Estado de São Paulo.

Ernst & Young-India Film Council (2012). *Film Industry in India: New Horizons*. Kolkata: Ernst&Young.

European Audiovisual Observatory. *Focus*, various editions. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.

European Audiovisual Observatory (2012). *The Film Industry in the Russian Federation*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.

Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano (2011). *Cine latinoamericano y nuevas tecnologías audiovisuales* ("Latin American Cinema and New Audiovisual Technologies"). Havana: Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano.

Getino, Octavio (2005). *Cine iberoamericano: los desafíos del nuevo siglo* ("Ibero American Cinema: Challenge of New Century"). San José de Costa Rica: Veritas.

Getino, Octavio – coordinator (2012). *Producción y mercados del cine latinoamericano en la primera década del siglo XXI* ("Production and Market of Latin American Cinema in the First Decade of the XXIst Century"). Buenos Aires: Ciccus.

González, Roque (2012). "Cine latinoamericano: entre la pantalla de plata y las pantallas digitales" ("Latin American Cinema: between silverscreen and digital screens"). In Octavio Getino (coordinator), *Producción y mercados del cine latinoamericano en la primera década del siglo XXI* ("Production and market of Latin American Cinema in the first decade of the XXIst Century"). Buenos Aires: Ciccus.

Guback, Thomas (1969). "The International Film Industry". Indiana: Indiana University Press.

Lobato, Ramón (2012). *Shadow Economies of Cinema: Mapping Informal Film Distribution*. London: British Film Institute.

Miller, Toby, NitinGovil, John McMurria, Richard Maxwell and Ting Wang (2008). *Global Hollywood 2*. London: BFI Publishing.

Oxford Economics (2011). *The Economic Contribution of the Film and Television Industries in China*, London: Oxford Economics.

Pendakur, Manjunath (2012). "Digital pleasure palaces: Bollywood seduces the global Indian at the multiplex". In *Jump Cut: A Review of Contemporary Media*, No. 54, Fall.

The Hollywood Reporter (2013). "Second Only to North America". Accessed on 2 May 2013: <http://www.hollywoodreporter.com/>

Wasko, Janet (2011). "The Dead of Hollywood: Exaggeration or Reality?". In: Wasko, Janet, Graham Murdock and Helena Sousa (eds.), *The Handbook of Political Economy of Communications*. London: Blackwell.

Apéndice

Cuadro estadística 1. Datos sobre producción de largometrajes, distribución y cines

2011																
País o territorio	Producción				Distribución				Infraestructura							
	Número de largometrajes producidos a nivel nacional	Porcentaje de largometrajes producidos totalmente a nivel nacional	Porcentaje de largometrajes que fueron coproducciones	Número de distribuidoras de películas	Porcentaje de distribuidoras controladas por el gobierno nacional	Número de cines	Porcentaje de cines con varias salas	Número de pantallas								
África subsahariana y Estados Árabes																
Argelia	19	-2							
Bahréin	44	-2							
Burkina Faso	4	-2	10	-2							
Camerún	20	^{l, -2}	100	-2	0	-	-2	-						
Egipto	28		100		0	110	⁻¹	7	⁻¹	294	⁻¹			
Gabón	10		100		0	.	.	7		0		.				
Guinea	5	⁻¹	2				
Kuwait	61	⁻¹			
Líbano	14		50		50	8	38	185	⁻²			
Mali	1		100		0	1	100	2		0		3				
Mauricio	30	^l	4	100	10		0		26				
Marruecos	24		63		38	11	36	44		5		68				
Mozambique	4	⁻²	0	⁻²	4	⁻²			
Níger	6		67		33	4		0		4				
Nigeria	997		120	97	55		11		100				
Omán	-	⁻²	-	⁻²	-	⁻²	7	⁻²	0	⁻²	-	⁻²		
Qatar	38		66	⁻²	...				
Senegal	5		60		40	3	67				
Sudáfrica	22		27		73	6	100	857	⁻¹			
Rep. Árabe Siria	5		100		0	5		0		5				
Túnez	11		18	⁻²			
Emiratos ÁU	255	⁻¹			
Tanzania	24		24				
Asia y Pacífico																
Armenia	5		80		20				
Australia	43	^d	91		9	48	0	474		23		1.991				
Azerbaiyán	20	⁻¹	10		0		17				
Bután	29	^l	100		0	7		0		7				
Camboya	13	^l	100		0	6	83	7		12				
China	584	ⁱ	1.687	^{i, -2}	9.286	ⁱ			
China, Hong Kong (RAE)	53	ⁿ	3	⁻¹	204				
China, Macao (RAE)	1		100		0	1	100	4		15				
Fiyi	1	⁻²	100	⁻²	0	⁻²	2	⁻²	50	⁻²	2	⁻²	0	⁻²	10	⁻²
Georgia	14		79		21		24				
India	1.255	^c	10.020				
Indonesia	84	ⁿ	763				
Irán, Rep. Islámica	76	ⁿ	94	100	345		0		438				
Israel	26		100		0	49		18		286				
Japón	441		665		35		3.339				
Kazajistán	12	^{±, -2, r, s}	67	⁻²	33	⁻²	94	171	⁻²			
Kirguistán	1	⁻¹	1	100	38		0		38				

Lao RDP	2	-2	0	-2	100	-2	3	100	4	0	5					
Malasia	49	f	107	f	...	639				
Mongolia	13	...	100	0	4	75					
Birmania	27	-2	100	-2	0	-2	50	-2	100	-2	124	-2	0	-2	124	-2
Nueva Zelanda	25	...	88	12					
Pakistán	27	-2	100	-2	0	-2	232	-2	86	±,-2	228	-2	6	-2	319	-2
Filipinas	78	n	693				
República de Corea	216	h	300	h	79	h	1.974			
Singapur	15	...	73	27	28	32	187					
Tayikistán	8	-2	13	±,-2,s	67					
Tailandia	49	n,-1	757					
Vietnam	75	...	56	44	105	0	...					
Europa y América del Norte																
Austria	54	...	52	48	157	14	577					
Bielorrusia	1	...	100	0	7	100	129	...	744					
Bélgica	47	-2	17	-2	83	-2	27	-1	81	-1	461	-1		
Bosnia-Herzegovina	7	n	34					
Bulgaria	15	...	67	33	17	100	138					
Canadá	86	d					
Croacia	9	...	33	67	6	17	68	0	146					
Chipre	3	...	33	67	6	100	7	0	30					
República Checa	45	...	84	16	25	0	473	4	668					
Dinamarca	43	...	37	63	18	161	4	396					
Estonia	13	...	62	38	15	87	74					
Finlandia	42	...	64	36	13	62	166	3	283					
Francia	272	...	56	44	439	0	2.031	9	5.465					
Alemania	212	...	62	38	103	93	1.671	g	8	4.640				
Grecia	43	n	77	23	370	-1				
Hungría	24	-1	83	-1	17	-1	177	-1	7	-1	411	-1		
Islandia	13	...	69	31	38	-1				
Irlanda	32	...	13	±,e	56	±,e	8	25	70	30	444					
Italia	155	b	85	15	3.217	-1				
Letonia	6	...	83	17	7	43	26	12	63					
Lituania	2	...	100	0	51	18	95					
Luxemburgo	16	...	13	88	13	8	33					
Malta	1	...	100	0	1	100	7	14	38					
Montenegro	4	...	0	100	24	0	24					
Países Bajos	73	j	38	±,e	37	±,e	24	j	...	239	j	...	789			
Noruega	35	...	77	23	24	83	198	4	422					
Polonia	51	a	86	14	448	11	1.122					
Portugal	30	...	53	47	24	96	165	10	558					
Rep. de Moldavia	1	-2	100	-2	0	-2	29					
Rumania	17	...	71	29	37	100	75	16	241					
Federación Rusa	140	o,e	925	q	8	2.726				
Serbia	29	...	55	45	11	91	82	1	117					
Eslovaquia	12	...	42	58	13	85	143	2	209					
Eslovenia	19	...	32	68	32	97	52	8	104					
España	199	...	76	24	876	26	4.044					
Suecia	43	...	58	42	478	3	830					
Suiza	84	...	67	33	55	100	288	4	547					
ARY Macedonia	4	-1	25	-1	75	-1	11	-1	0	-2	18	-2		
Turquía	70	19	79	520	0	1.968					
Ucrania	3	...	67	33	17	100	2.332					

Reino Unido	299		74		26		108	...		745		30		3.767		
EE. UU.	819	e, m	88		12			5.827		...		39.641		
América Latina y el Caribe																
Argentina	100	p		73	93		259		14		792		
Aruba		4		25		21		
Bermudas		4		0		4		
Bolivia	25	-2		4	-2	75	-2	19	-2	21	-2	79	-1
Brasil	99			39	87		686		10		2.352		
Chile	23		83		17		8	38		66		21		320		
Colombia	18		67		33		10	80		150		13		647		
Costa Rica	3		67		33		3	0			
Cuba	10	k		313	k, -2	...		313	-2	
Rep. Dominicana	6	-2	100	-2	0	-2		23	-2	39	-2	123	-2	
Guatemala	10	p, -1		96		
Guyana	11		100		0			5		0		5		
Honduras	1	-1		26	-1	
México	73		81		19		31	81		562		63		5.166		
Nicaragua	1	-2		47	-1	
Paraguay	5	p, -2		27	-1	
Perú	8	n		388		
Puerto Rico	10		90		10			
San Cristóbal/Nieves	-	-2	-	-2	-	-2		1	-2	0	-2	7	-2	
Uruguay	8	n		61	-1	
Venezuela	16		81		19		6	100		103		16		448		

- a. Largometraje con una duración de 70 minutos o más
b. Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche, Audiovisive e Multimediali (ANICA)
c. Central Board of Film Certification (India)
d. Los datos se refieren un intervalo de tiempo diferente (año fiscal)
e. No se incluyen los documentales
f. FINAS (National Film Development Corporation Malaysia)
g. Incluye todos los tipos de instalaciones de cines
h. KOFIC - KOR
i. National Bureau of Statistics of China
j. Nederlands Fondsvoor de Film (NLD)
k. Oficina Nacional de Estadísticas (CUB)
l. Solo abarca los largometrajes en formato de video
m. Solo abarca los largometrajes producidos en inglés
n. Fuente: European Audiovisual Observatory Focus
o. Fuente: European Audiovisual Observatory Report
p. Fuente: Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano
q. Fuente: Nevafilm
r. No incluye la producción cinematográfica de estudios privados
s. Solo cubre las obras de ficción

...	No hay datos disponibles
-	Nulo (valor exactamente igual a cero)
0	Prácticamente cero (menos de la mitad del último decimal)
.	No corresponde
±	Datos parciales
+n	Los datos se refieren a "n" años después del año de referencia
-n	Los datos se refieren a "n" años antes del año de referencia