



# DIVERSIDAD E INDUSTRIA CINEMATOGRÁFICA

Análisis de la encuesta del UIS del año 2014 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 10 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 2016 por:

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

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

© UNESCO-UIS 2016

ISBN 978-92-9189-193-1  
Ref.: UIS/2016/CUL/TD/6  
DOI : <http://dx.doi.org/10.15220/978-92-9189-193-1-sp>

Esta publicación está disponible en acceso abierto bajo la licencia Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>). Al utilizar el contenido de la presente publicación, los usuarios aceptan las condiciones de utilización del Repositorio UNESCO de acceso abierto ([www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-sp](http://www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-sp)).

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.

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

## Reconocimientos

Este documento fue escrito por el Dr. Luis A. Albornoz, investigador del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET, Argentina) en el Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Universidad de Buenos Aires (IIGG-UAB), y co-director del grupo de investigación sobre Diversidad cultural e industria audiovisual ([www.diversidadaudiovisual.org](http://www.diversidadaudiovisual.org)) bajo la dirección del la Unidad de Estadísticas Culturales del Instituto de Estadística de la UNESCO (UIS).

La producción de este documento se enmarca en la ejecución del proyecto de investigación 'Diversidad de la industria audiovisual en la era digital' (ref. CSO2014-52354-R), correspondiente al Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad del Ministerio de Economía y Competitividad de España.

# Índice

	Página
Reconocimientos .....	iii
1. Introducción .....	5
2. La diversidad de largometrajes: producción, coproducción y distribución .....	7
2.1 Producción mundial y países con mayor producción .....	7
2.2 Coproducción internacional de largometrajes .....	10
2.3 Distribución de largometrajes .....	13
3. La diversidad de los largometrajes ofertados .....	16
3.1 Diversidad lingüística .....	16
3.2 Diversidad de categorías.....	24
4. La diversidad del consumo cinematográfico.....	28
4.1 Principales mercados de consumo de cine en salas .....	28
4.2 El precio medio de las entradas de cine .....	31
4.3 Largometrajes más vistos en salas de exhibición .....	32
5. Conclusión .....	39
6. Referencias.....	42

## Lista de figuras

Figura 1. Países productores de más de 200 largometrajes anuales, 2012 y 2013 .....	9
Figura 2. Concentración de la producción mundial de largometrajes, 2013 .....	10
Figura 3. Número de categorías lingüísticas utilizadas en largometrajes por país, 2012* .....	18
Figura 4. Número de categorías lingüísticas utilizadas en largometrajes por país, 2013* .....	19
Figura 5. Lenguas utilizadas en los largometrajes de la India, 2012 y 2013.....	21
Figura 6. Producción de películas por géneros cinematográficos, 2012 y 2013.....	24
Figura 7. Balance de la producción de largometrajes de Armenia, Francia e Italia, bienio 2012-2013 .....	27
Figura 8. Precio promedio de una entrada a una sala cinematográfica, 2005-2013.....	31

## Lista de tablas

Tabla 1. Producción mundial de largometrajes, 2005-2013 .....	8
Tabla 2. Principales países productores de largometrajes, 2005-2013 .....	9
Tabla 3. Principales países coproductores de largometrajes, 2012 y 2013 .....	12
Tabla 4. Blockbusters por los majors distribuidores, 2012 y 2013 .....	14
Tabla 5. Lenguas utilizadas en los largometrajes de la India, 2012 y 2013 .....	20
Tabla 6. Lenguas empleadas en los largometrajes del Reino Unido, Finlandia y Eslovenia, 2012 y 2013 .....	23
Tabla 7. Producción de largometrajes por género de los países seleccionados, 2012 y 2013 .....	26
Tabla 8. Top 10 mercados según recaudación en taquilla, 2012 .....	29
Tabla 9. Top 10 mercados según recaudación en taquilla, 2013 .....	30
Tabla 10. Los 20 largometrajes más vistos en todo el mundo, 2012 .....	33
Tabla 11. Los 20 largometrajes más vistos en todo el mundo, 2013 .....	36

# 1. Introducción

El presente informe analiza los resultados arrojados por la encuesta del UIS sobre estadísticas de películas de largometraje de 2014, el cual ofrece datos relativos a los años 2012 y 2013 de 97 países,<sup>1</sup> con énfasis en la relación entre la diversidad cultural y el funcionamiento de la industria cinematográfica. Además, presenta algunos indicadores seleccionados con información desde 2005 hasta 2013 que permiten comprender mejor la reciente evolución de la industria cinematográfica a nivel internacional.

Cabe señalar que la diversidad cultural, noción consagrada por la *Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales* (UNESCO, 2005), es uno de los principios que guía la actuación de numerosos Estados en materia de política audiovisual. Por tanto, en la elaboración de este informe se han tenido en consideración tanto los anteriores informes elaborados por el UIS<sup>2</sup> como los trabajos sobre diversidad mediática referidos al integral funcionamiento de las industrias audiovisuales: desde la propia creación-producción de contenidos hasta el disfrute de los mismos por parte de las personas.<sup>3</sup>

Cabe señalar que la noción de diversidad del audiovisual es una noción compleja, la cual aplicada a la industria cinematográfica puede ser desbrozada en tres componentes básicos (y sus correspondientes subcomponentes):<sup>4</sup>

- 1) Diversidad de fuentes. Esta categoría comprende las subcategorías: diversidad de productores y distribuidores de contenidos, y la diversidad de la fuerza laboral contratada por las empresas actuantes.
- 2) Diversidad de y en los largometrajes ofrecidos. Esta categoría se subdivide en: diversidad de géneros cinematográficos; diversidad demográfica– diferencias raciales, étnicas y de género de las personas intervinientes en los largometrajes – y diversidad de ideas – puntos de vista y perspectivas sociales, políticas y culturales – presentadas en los largometrajes exhibidos.
- 3) Diversidad de exposición de las audiencias a los largometrajes ofrecidos. Esta categoría incluye las subcategorías: diversidad de exposición horizontal– relacionada con la distribución de las audiencias a través de los largometrajes disponibles en un momento dado – y diversidad de exposición vertical – que guarda relación con la diversidad de los contenidos consumidos por un individuo o un grupo social determinado a través del tiempo.

---

<sup>1</sup> Un total de 75 países respondió el Cuestionario, un país envió información a través de correo electrónico; en tanto el UIS estimó los resultados para los restantes 21 países comprendidos en este informe.

<sup>2</sup> El análisis que se presenta registra como antecedentes directos los siguientes trabajos publicados por el UIS: *Analysis of the 2007 UIS International Survey on Feature Film Statistics* (UIS, 2009), basado el estudio preliminar de I. Bernier (Universidad de Laval) y S. Bernier (Universidad de Québec en Trois-Rivières); *From International Blockbusters to National Hits: Analysis of the 2010 Survey of Feature Film Statistics* (UIS/Acland, 2012), preparado por C.R. Acland (Universidad de Concordia); *Linguistic Diversity of Feature Films* (UIS, 2012); *Feature Film Diversity* (UIS, 2013); y, *Mercados emergentes y la digitalización de la industria cinematográfica: análisis de la encuesta internacional del UIS del año 2012 sobre las estadísticas de largometrajes* (UIS/González, 2013), realizado por R. González (Universidad de Buenos Aires).

<sup>3</sup> Entre los estudios sobre diversidad mediática, cabe destacar los trabajos de D. McQuail y J. van Cuilenburg (1983), D. McQuail (1992), P. Napoli (1999), E. Bustamante (2002), P. Bouquillion y Y. Combès (2011), y L.A. Albornoz y M.T. García Leiva (2016).

<sup>4</sup> Se sigue aquí el pionero trabajo desarrollado por P. Napoli (1999) en su análisis sobre el principio de la diversidad en la radiodifusión estadounidense.

Desde nuestro punto de vista, a fin de evaluar la diversidad de un sistema audiovisual – la cual depende de una multiplicidad de factores – debe tenerse en consideración, como mínimo, que (Albornoz y García Leiva, (2016):

- La capacidad de producción, distribución y exhibición/emisión de contenidos audiovisuales no esté concentrada en un número reducido de agentes, y que éstos se caractericen por tener diferentes tipos de titularidad, tamaño y origen geográfico.
- Los contenidos audiovisuales exhiban diferencias de variedad, balance y disparidad en términos de valores, identidades y estéticas. Tales contenidos deben tanto reflejar la multiplicidad de grupos que conviven en una determinada sociedad como hacerse eco de las expresiones de culturas foráneas.
- Las personas puedan acceder y elegir entre un elevado número de contenidos audiovisuales, e, incluso, puedan crearlos y difundirlos.<sup>5</sup>

Los siguientes epígrafes presentan el análisis de algunas de las dimensiones del funcionamiento de la industria cinematográfica a partir de los datos arrojados por el último Cuestionario del UIS 2014 sobre estadísticas de películas de largometraje y de otras fuentes de información complementarias – como los informes anuales de la Asociación Cinematográfica de Estados Unidos (más conocida por sus siglas en inglés, MPAA), documentos de la UNESCO y de su Instituto de Estadística, la base de datos Lumière del Observatorio Europeo del Audiovisual, la Federación Cinematográfica India (FFI, sus siglas en inglés), la base de datos Internet Movie Database (IMDb), y publicaciones académicas y especializadas en el sector del cine (Box Office Mojo, *The Hollywood Reporter*), entre otras.

El epígrafe 2 aborda el estudio de las fuentes de los largometrajes correspondientes al bienio 2012-2013, deteniéndose en las fuentes de producción y coproducción internacional de películas, y la distribución de las mismas a las salas de exhibición. El epígrafe 3 se detiene en las características manifiestas por los largometrajes ofertados, prestando atención a la diversidad lingüística y de categorías de los mismos. El epígrafe 4 acomete la diversidad del consumo en las salas de cine presentando los principales mercados internacionales según el dinero recaudado en taquilla y las particularidades del conjunto de las películas más vistas en el mundo durante el bienio considerado. Finalmente, el epígrafe 5, está dedicado a presentar las sintéticas conclusiones de este trabajo.

---

<sup>5</sup> Consideraciones desarrolladas por los investigadores a cargo de la ejecución del proyecto “Diversidad cultural y audiovisual: buenas prácticas e indicadores” (ref. CSO2011-26241), realizado durante el trienio 2012-2014, en el marco del Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica (I+D+i), del Ministerio de Economía y Competitividad de España. Otras definiciones sobre conceptos clave que atañen a la problemática de la diversidad en los sistemas audiovisuales pueden encontrarse en la sección ‘Glosario’ del sitio web <http://diversidadaudiovisual.org>.

## 2. La diversidad de largometrajes: producción, coproducción y distribución

Un elemento clave en el análisis de la diversidad en el sector audiovisual es el de la diversidad de contenidos que se ponen a disposición de aquellos que finalmente usufructúan (o no) de los mismos. En el caso del cine, una industria cultural con un alto grado de internacionalización, una serie de mediaciones – que involucra a creadores, compañías productoras, distribuidoras y exhibidoras cinematográficas – opera para que finalmente las películas lleguen a las pantallas de las salas.

A fin evaluar la diversidad de los sistemas cinematográficos es de especial interés observar no sólo la fase de producción de películas sino también, y muy especialmente, el funcionamiento del sector de la distribución. Éste influye directamente en qué películas consiguen llegar a las salas y en las condiciones de estreno de las mismas. En la mayoría de los países las distribuidoras locales deben enfrentar la competencia (y prácticas) de las denominadas ‘*majors* de Hollywood’, que en este sector detentan posiciones dominantes y ofrecen a las salas las películas de mayor éxito comercial.

A continuación se presentan datos de la producción mundial de largometrajes en el período 2005-2013, que en 2013 alcanzó el record de 7.610 películas realizadas, destacando el peso de los cinco principales países productores que encabeza la India.

Seguidamente se describe un potencial instrumento de la diversidad cultural: la coproducción internacional de largometrajes. Encabezada por las empresas de Francia y Estados Unidos de América durante el bienio 2012-2013, esta práctica apoyada por numerosos Estados y protagonizada por empresas comerciales es una vía para incrementar la circulación internacional de las películas y ganar nuevos mercados. Finalmente, se aborda la distribución de películas en salas y la problemática de la concentración empresarial (presencia dominante de las *majors* en numerosos países) que exhibe este eslabón de la cadena de valor de la industria cinematográfica.

### 2.1 Producción mundial y países con mayor producción

En el año 2012 fueron producidos 7.478 largometrajes por un total de 88 países, aumentando esta cifra hasta los 7.610 largometrajes en 2013, los cuales fueron realizados por firmas de 86 países. La producción mundial experimentó un crecimiento del 13% si se compara la producción de 90 países en 2011 con la producción de 88 países en 2012. A este significativo aumento de la producción cinematográfica mundial, el mayor crecimiento interanual registrado durante el período 2005-2013, se vino a sumar un crecimiento del 1,8% en 2013. En términos generales es posible observar que los datos correspondientes al bienio 2012-2013 se suman a la continuidad de la curva ascendente en la producción mundial cinematográfica de los últimos años. Como muestra la **Tabla 1**, la producción mundial de largometrajes se incrementó un 64% desde el año 2005.

Como puede observarse en la Tabla 1, a lo largo del período 2005-2013 este conjunto de países fue responsable de más del 50% de la producción mundial, lo cual da cuenta de la alta concentración geográfica del grueso de la producción – pese a la diversidad de países productores de películas – en algunos de los países más poblados del mundo. A excepción de la producción de las grandes empresas de Estados Unidos de América, cuyos largometrajes son distribuidos y visionados en los cinco continentes, las producciones de los restantes cuatro países generalmente tienen espacios de circulación geográficamente más restringidos. Los largometrajes producidos en la India, por ejemplo, son populares entre la diáspora india y en países como Pakistán, Afganistán, Egipto o Nigeria.

**Tabla 1. Producción mundial de largometrajes, 2005-2013**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Producción mundial*</b>	4,642	5,016	5,532	6,117	6,242	6,503	6,629	7,478	7,610
<b>Nº de países</b>	95	89	96	100	100	94	90	88	86
<b>Porcentaje de los 5 principales productores</b>	59.6%	54.1%	53.9%	52.6%	52.5%	51.7%	51.2%	53.0%	52.0%
<b>Tasa anual de crecimiento</b>	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	
	8.1%	10.3%	10.6%	2.0%	4.2%	1.9%	12.8%	1.8%	
<b>Tasa de crecimiento 2005-2013</b>	<b>63.9%</b>								

**Nota:** \* La producción de largometrajes de Camboya, Camerún, Gabón y Nigeria no fueron incluidas, ya que fueron producidas en formato de vídeo.

*Fuente: Base de datos del UIS, diciembre de 2015*

Durante los últimos nueve años el top 5 de países productores de largometrajes ha estado conformado por una suerte de “elenco estable”, liderado por la India, en el cual se han ido alternando posiciones: India, Estados Unidos de América, China, Japón y, alternativamente, el Reino Unido o Francia (**Tabla 2**).

Como se observa en la Tabla 2 y en la **Figura 1**, durante el bienio 2012-2013, nuevamente India – que cuenta con una población de más de 1,25 mil millones de habitantes – fue el país que más películas produjo: 1.602 largometrajes fueron realizados en 2012 y 1.724 en 2013; lo cual implica un crecimiento interanual del 7,6%.<sup>6</sup> Estas cifras confirman el liderazgo absoluto de la producción de la India en el mercado cinematográfico internacional, que asimismo registra un notable crecimiento en su producción de largometrajes del 66% durante el período 2005-2013. Este crecimiento está relacionado con diversos factores entre los que se destacan el resurgimiento de la producción regional de películas más allá de la liderada por las productoras de Mumbay (ex Bombay) y la creciente incorporación de tecnologías digitales (E&Y y LA India Film Council, 2012).

<sup>6</sup> En el año 2013 la Federación Cinematográfica de la India introdujo dos importantes modificaciones en su metodología de trabajo. En primer lugar, abandonó la contabilización de películas producidas ateniéndose al año natural y comenzó a contabilizar los períodos comenzando en el primer día del mes de abril del año precedente y finalizando el último día del mes de marzo del año de referencia (por tanto, los datos correspondientes 2013 corresponden a los últimos nueve meses de 2012 y a los primeros tres meses de 2013). En segundo lugar, en sintonía con la reconversión industrial del sector, comenzó a distinguir en su contabilidad entre aquellos largometrajes rodados en película tradicional (celuloide) y aquellos filmados digitalmente. Así los datos correspondientes a 2013 indican que de las 1.724 largometrajes producidos 744 fueron rodados en celuloide (43%) y 980 en digital (57%). Y en 2014 se produjeron un total de 1.966 largometrajes: 188 en celuloide (10%) y 1.778 en digital (90%), lo cual indica que la India se encuentra en la fase final de su reconversión tecnológica (FFI, 2013 y 2014).



**Tabla 2. Principales países productores de largometrajes, 2005-2013**

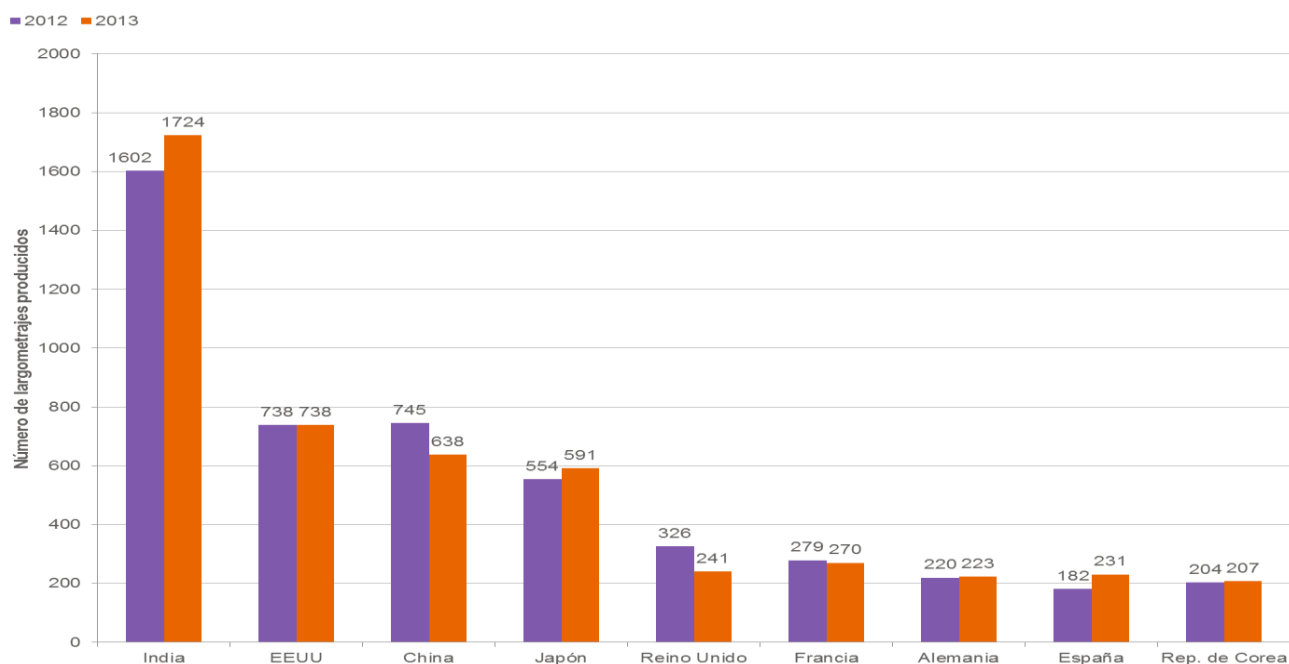
Top 5	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1	India 1.041*	India 1.091*	India 1.146*	India 1.325*	India 1.288*	India 1.274*	India 1.255*	India 1.602*	India 1.724*
2	EE.UU. 872	EE.UU. 673	EE.UU. 789	EE.UU. 773	EE.UU. 751	EE.UU. 792	EE.UU. 819	China 745*	EE.UU. 738
3	Japón 356	Japón 417	China 411*	China 422*	China 475*	China 542*	China 584*	EE.UU. 738	China 638*
4	China 260	China 330	Japón 407	Japón 418	Japón 448	Japón 408	Japón 441	Japón 554*	Japón 591*
5	Francia 240	Francia 203	Francia 228	Reino Unido 279	Reino Unido 313	Reino Unido 346	Reino Unido 299	Reino Unido 326	Francia 270

**Notas:** \* Estimación del UIS.

EE.UU.: Estados Unidos de América.

Fuente: Base de datos del UIS, diciembre de 2015

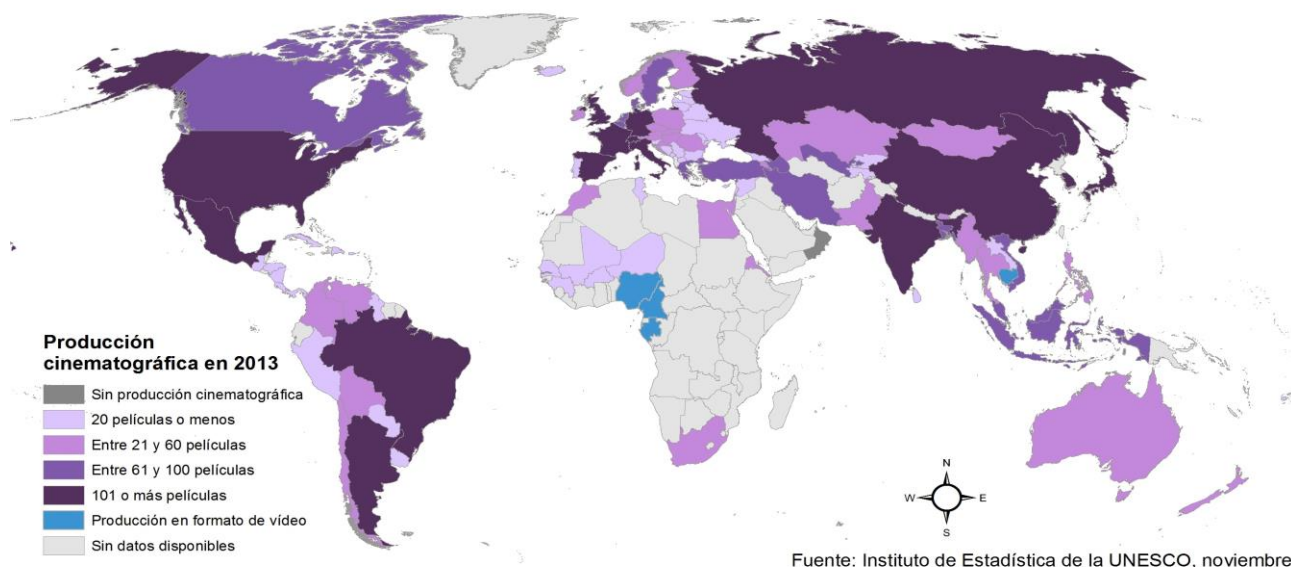
**Figura 1. Países productores de más de 200 largometrajes anuales, 2012 y 2013**



Fuente: Base de datos del UIS, noviembre de 2015

En 2012 y 2013 los segundos y terceros puestos en el ranking de los principales países productores de largometrajes se los han disputado China – con una población de cerca de 1,38 mil millones de habitantes – y Estados Unidos de América con 320 millones de habitantes. China que en 2012 produjo 745 largometrajes, ocupando la segunda posición en el ranking de países productores, redujo un 14% su producción en 2013 (638 largometrajes). Esta merma desplazó al tercer lugar a la industria cinematográfica china a manos de la estadounidense que registró en cada uno de los años considerados la realización de 738 largometrajes.

**Figura 2. Concentración de la producción mundial de largometrajes, 2013**



Fuente: UIS, noviembre de 2015

## 2.2 Coproducción internacional de largometrajes

La coproducción internacional de largometrajes, en la que intervienen empresas de dos o más países para financiar y producir películas, puede ser considerada una puerta de acceso a la diversidad de las expresiones culturales habida cuenta que permite el intercambio de recursos humanos (técnicos y artísticos) entre distintos países y, ciertamente, facilita la circulación de películas entre dos o más mercados cinematográficos. En este sentido, por ejemplo, la Convención europea sobre la coproducción cinematográfica (CE, 1992) considera a la coproducción internacional de películas como “un instrumento de creación y expresión de la diversidad cultural”.

Cabe señalar que la coproducción internacional es una práctica que se viene desarrollando desde mediados del siglo XX entre empresas de países que comparten importantes lazos históricos, culturales y/o lingüísticos. Asimismo, desde finales del siglo pasado gobiernos de distinto signo vienen impulsando la coproducción con otros países a través de programas internacionales (como por ejemplo el Programa Ibermedia, creado en 1996, para el espacio iberoamericano). Por su lado, en un mercado altamente competitivo y globalizado, son las propias productoras cinematográficas las que buscan ampliar sus mercados de actuación a través de la coproducción internacional.

En la práctica, la coproducción internacional permite que un largometraje obtenga dos o más “nacionalidades”, hecho que posibilita obtener los incentivos fiscales dispuestos por los distintos países y beneficiarse de otras formas de apoyo público dirigidos al fomentar la producción, distribución y/o exhibición cinematográfica. Un estudio realizado a finales de la década pasada por el Observatorio Europeo del Audiovisual comparó la circulación y el desempeño comercial de las coproducciones europeas con el de las películas de una única nacionalidad, tanto dentro como fuera de sus mercados nacionales llegando a las siguientes conclusiones: a) las coproducciones son lanzadas, en promedio, en dos veces más mercados que las películas con una sola nacionalidad; b) las coproducciones facturan, en promedio, 2,78 veces más que las películas de nacionalidad única; y, c) la explotación comercial internacional es más importante para las coproducciones que para las películas de nacionalidad única: el mercado internacional proporciona el 41% de los ingresos de las coproducciones, comparado con el 15% de las películas de nacionalidad única (Kanzler, 2008: 1).

Los datos disponibles sobre coproducción internacional (faltan datos sobre numerosos países; tal es el caso de China) permiten observar que la coproducción internacional está muy extendida en los países de la parte occidental de la Unión Europea y en Estados Unidos de América. La **Tabla 3** muestra a Francia como el principal país involucrado en la coproducción internacional durante el bienio 2012-2013: 245 largometrajes fueron coproducidos (129 en 2012, 116 en 2013) principalmente con compañías de países de su entorno geográfico: Bélgica (84 largometrajes), Alemania (45) e Italia (27). En conjunto estos tres países tuvieron participación en cerca del 64% de las coproducciones francesas. Por su parte, las empresas de Estados Unidos de América coprodujeron un total 209 largometrajes en el periodo considerado (115 en 2012, 94 en 2013), principalmente con compañías del Reino Unido (67 películas), Francia (42) y Canadá (33), las cuales participaron, en conjunto, en aproximadamente el 68 % de las coproducciones estadounidenses.

Asimismo, cabe señalar que entre los principales países coproductores el peso de los trabajos cinematográficos internacionales alcanzan porcentajes muy altos en Bélgica, Irlanda y los Países Bajos – si bien estos países no registran una numerosa producción. Las coproducciones tuvieron una presencia del 87% en 2012 y del 76% en el cómputo total de largometrajes belgas; en el caso irlandés estos porcentajes se situaron en el 68% y el 61,8% 62% durante 2012 y 2013, respectivamente; mientras que en los Países Bajos las coproducciones tuvieron un peso del 49% en 2012 y del 50% en 2013.

En relación a la coproducción internacional de largometrajes, cabe señalar el empeño puesto durante los últimos años por las *majors* empresas de producción en su intento por sortear las barreras de ingreso al poderoso y crecientemente rentable mercado chino.<sup>7</sup> Actualmente Disney, Universal, Sony, Warner o DreamWorks Animation poseen negocios conjuntos con firmas chinas para la coproducción y/o distribución de películas, o la incorporación de

---

<sup>7</sup> Desde 2012 el mercado cinematográfico chino es el segundo más importante, después del de Estados Unidos de América, en términos de recaudación por la explotación de largometrajes en sala. La cantidad de películas foráneas que pueden estrenarse en las salas chinas – y retirar parte de los dividendos – es limitada. A partir del reclamo del gobierno de EEUU contra China (China – Measures Affecting Trading Rights and Distribution Services for Certain Publications and Audiovisual Entertainment Products; ver: [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/dispu\\_e/cases\\_e/ds363\\_e.htm](https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/cases_e/ds363_e.htm)) ante la Organización Mundial de Comercio (OMC), China autorizó en 2012 la entrada de otras 14 películas extranjeras al año (pasando de 20 a 34), sujetas a la aprobación de la Autoridad Estatal de Radio, Cine y Televisión (SARFT, por sus siglas en inglés), y el incremento de 12% (pasando del 13% al 25%) en el reparto de beneficios de las empresas cinematográficas extranjeras. (Véase: Coonan, 2014; Hays, 2008).

novedosas tecnologías. La estrategia de las *majors* es producir junto a sus socios chinos *sin situ* para un mercado en fuerte crecimiento y, al mismo tiempo, iniciar la exportación de esas mismas películas hacia otros territorios.

**Tabla 3. Principales países coproductores de largometrajes, 2012 y 2013**

País	Nº de coproducciones	Nº total de largometrajes	Presencia de coproducciones
<b>2012</b>			
1 Francia	129	279	46.2%
2 EE.UU.	115	738*	15.6%
3 Reino Unido	84	326	25.8%
4 Alemania	82	220	37.3%
5 España	56	182	30.8%
6 Bélgica	48**	55**	87.3%
7 Países Bajos	39	79	49.4%
8 Suiza	39	93	41.9%
9 Italia	37	166	22.3%
10 Irlanda	26	38	68.4%
<b>2013</b>			
1 Francia	116	270	43.0%
2 EE.UU.	94	738*	12.7%
3 Alemania	88	223	39.5%
4 Reino Unido	74	241	30.7%
5 España	57	231	24.7%
6 Bélgica	53**	70**	75.7%
8 Suiza	42	103	40.8%
7 Países Bajos	34	68	50.0%
9 Italia	29	167	17.4%
10 Irlanda	21	34	61.8%

**Notas:** Elaboración a partir de datos de 44 países para 2012 y de 46 países para 2013. La coproducción total puede ser menor que la suma de los largometrajes coproducidos por país. Un largometraje coproducido puede involucrar a más de dos países extranjeros.

\*Datos parciales. \*\*Estimación del UIS.

Fuente: Base de datos del UIS, noviembre de 2015

Ejemplos de las complicadas relaciones en el campo cinematográfico entre las firmas de Estados Unidos de América y China (Masters, 2013), y de la creciente coproducción entre ambos países son *Iron Man 3* (Marvel Studios/Paramount asociadas a la compañía china DMG Entertainment) *Transformers: Age of Extinction* (Paramount y otras con China Movie Channel) o la película de animación *Kung Fu Panda 3* (DreamWorks Animation con Oriental DreamWorks) a estrenarse mundialmente en 2016.

### 2.3 Distribución de largometrajes

Uno de los sectores claves en el análisis de la diversidad del sector cinematográfico es el de la distribución. El sector conformado por las compañías distribuidoras guarda directa relación con la diversidad ofertada<sup>8</sup> a los potenciales espectadores, actuando en muchos mercados como una instancia reguladora de las programaciones cinematográficas vehiculizadas a través del complejo de salas de exhibición.

Si se presta atención a la distribución de los largometrajes a las salas es posible observar que las películas más taquilleras a nivel mundial han sido distribuidas y promocionadas por las compañías pertenecientes a las *majors*: Buena Vista (filial de Walt Disney Company), Sony Pictures Releasing, Twentieth Century-Fox, Universal Pictures, Warner Brothers y Paramount Pictures. Estas firmas ocupan una posición dominante en varias regiones del mundo (América Latina y Europa Occidental, por ejemplo) acaparando la distribución tanto de los *blockbusters* de Hollywood como de las películas producidas localmente que cuentan con mayores posibilidades de convertirse en éxitos comerciales en sus respectivos mercados.

Por otra parte, tal como ha sido demostrado en el caso español (TDC, 2006), muchas veces las distribuidoras *majors* actúan en los mercados externos coordinadamente, perjudicando a las producciones locales y a las distribuidoras independientes. Esta situación afecta negativamente a la diversidad de largometrajes que los mercados pueden llegar a ofrecer a los públicos locales. Así, muchos largometrajes no encuentran espacio para ser exhibidos en las pantallas del propio país donde fueron realizados.<sup>9</sup>

Como muestra la **Tabla 4**, si nos atenemos a la distribución internacional de los largometrajes más populares durante el bienio 2012-2013 es claro el dominio de las *majors* en este terreno. En este período la compañía Warner Brothers distribuyó algunas de las películas estadounidenses de mayor éxito comercial a escala internacional, como *The Dark Knight Rises*, *The Hobbit: An Unexpected Journey*, *The Hobbit: The Desolation of Smaug*, *Gravity*, *Pacific Rim* o *The Hangover Part III*. Buena Vista (Disney) distribuyó *Marvel's The Avengers*, *Brave*, *Wreck-It Ralph*, *Frozen*, *Iron Man 3*, *Monsters University*, *Thor: The Dark World* y *Oz The Great and Powerful*, entre otros largometrajes. Y Paramount Pictures puso en circulación *Madagascar 3: Europe's Most Wanted*, *World War Z*, *Star Trek Into Darkness*, *The Wolf of Wall Street*, *G.I. Joe: Retaliation*.

---

<sup>8</sup> Los estudios sobre diversidad de las expresiones culturales generalmente distinguen entre la diversidad suministrada u ofertada por los agentes intervinientes en las distintas industrias culturales –cualquiera sea el lugar que éstos ocupen en las sucesivas fases de producción, distribución y exhibición– y la diversidad aceptada o efectivamente consumida. La diversidad ofertada guarda relación con los bienes y servicios que se ponen a disposición, la diversidad consumida tiene relación con aquellos productos y servicios que son efectivamente disfrutados por los públicos (consumidores finales) o por cualquier agente o grupos de agentes mediadores entre la fase de producción y la de consumo final. Esta distinción ha sido considerada, por ejemplo, por los estudios de R. van der Wurff y J. van Cuilenburg (2001) y de F. Benhamou y S. Peltier (2006).

<sup>9</sup> Al respecto, y considerando el caso español, Aranzubia (2015) apunta que “de poco sirve producir 200 películas al año si después un porcentaje muy elevado de las mismas (que suele rondar el 25%) no llega ni siquiera a estrenarse”.

**Tabla 4. Blockbusters por las majors distribuidores, 2012 y 2013**

Compañía	Largometrajes distribuidos	
	2012	2013
<b>Warner Brothers</b>	The Dark Knight Rises The Hobbit: An Unexpected Journey	The Hobbit: The Desolation of Smaug Gravity Pacific Rim The Hangover Part III
<b>Buena Vista (Disney)</b>	Marvel's The Avengers Brave Wreck-It Ralph	Frozen Iron Man 3 Monsters University Thor: The Dark World Oz The Great and Powerful
<b>Sony Pictures Releasing</b>	Skyfall The Amazing Spider-Man Men In Black 3	The Smurfs 2
<b>Twentieth Century-Fox</b>	Ice Age: Continental Drift Life of Pi Prometheus Taken 2	The Croods The Wolverine
<b>Universal Pictures</b>	Ted Les Misérables Snow White and the Huntsman	Despicable Me 2 Fast & Furious 6
<b>Paramount Pictures</b>	Madagascar 3: Europe's Most Wanted	World War Z Star Trek Into Darkness The Wolf of Wall Street G.I. Joe: Retaliation

Fuente: Box Office Mojo (2012 y 2013)

En contraste con la amplia difusión a escala internacional que alcanzan las producciones estadounidenses gracias a la implantación transnacional de las *majors distribuidores*, la circulación de largometrajes más allá de los países en los cuales son producidos es un grave problema en regiones como Europa o América Latina. Como señaló la Comisión Europea al lanzar en 2014 su estrategia 'El cine europeo en la era digital': "El número de películas realizadas en Europa pasó de unas 1.100 en 2008 a 1.300 en 2012, pero en su mayor parte sólo se proyectan en el país de producción y rara vez alcanzan difusión transfronteriza". Por lo tanto, la nueva estrategia de la Unión Europea persigue corregir esta situación "subrayando la necesidad de aprovechar al máximo los nuevos métodos de distribución para impulsar la diversidad cultural y la competitividad" (Comisión Europea, 2014).

Por otra parte, cabe señalar que la posición dominante que poseen las grandes compañías distribuidoras en mercados externos a sus casas matrices se traduce, en algunos casos, en imposiciones al sector de las salas de exhibición cinematográfica. Uno de los conflictos reiterados entre los grandes distribuidores y los dueños de las salas de exhibición presente en varios países tiene relación con el porcentaje que los primeros quieren percibir por cada entrada vendida. Esto ha llevado a que cadenas de salas se nieguen a proyectar algunos de los *blockbusters* distribuidos por las *majors distribuidores*.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> En enero de 2014 las cadenas de salas de exhibición Cinesa y Kinépolis (las cuales concentran 46 salas y 500 pantallas en territorio español) se negaron a proyectar en sus pantallas la película *The Wolf of Wall Street*, distribuida en España por Universal Pictures, debido a "condiciones económicas inasumibles" (Morales y Sucasas, 2014).

En numerosos mercados las negociaciones entre grandes distribuidoras y dueños de salas de exhibición por la programación de las películas inciden directamente en los precios de las entradas que pagan los espectadores y en el reparto del dinero recaudado en taquilla. A modo de ejemplo, lo que un espectador español paga actualmente por una entrada de cine – en 2013 el precio promedio de una entrada fue de 8,54 dólares estadounidenses – se reparte de la siguiente manera: el 21% es el IVA, el 3% es para las entidades de gestión de derechos intelectuales, y, en porcentajes muy variables, el 33% es para el exhibidor y el 43% para el distribuidor – las *majors* suelen pedir un 55% y alcanzar el 60% (Belinchón, 2014).

### 3. La diversidad de los largometrajes ofertados

Los productos y servicios derivados del accionar de las industrias culturales son, por su propia naturaleza, vehículos de expresión de valores, costumbres, idiomas, gastronomías, etc. Así lo entiende la *Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales* al afirmar que “las actividades, los bienes y los servicios culturales son de índole a la vez económica y cultural, porque son portadores de identidades, valores y significados” (UNESCO, 2005, Preámbulo).

Desde sus orígenes el cine se convirtió en un importante vehículo de las culturas de las naciones, siendo complementado desde mediados del siglo pasado por la televisión. Los largometrajes – principal producto industrial del sector – son susceptibles de ser analizados considerando las diferentes características que los conforman: géneros cinematográficos reconocibles, estéticas puestas en juego, lenguas empleadas, ideas expresadas, sectores sociales representados, pautas de comportamiento, etcétera.

En este apartado se analiza, en primer lugar, la diversidad lingüística de los largometrajes producidos a partir de los datos provistos (o estimados) por 54 países en 2012 y por 53 países en 2013. Para ello se consideran los componentes de variedad y balance señalados por Andrew Stirling (1988, 2007) en su examen del concepto de diversidad. A continuación se analiza la producción cinematográfica de las productoras de más de 60 países atendiendo a las categorías de cinematográficas establecidas en el Cuestionario del UIS 2014 sobre estadísticas de películas de largometraje: largometrajes de ficción, documentales y películas de animación. Asimismo se evalúa el reparto de los largometrajes entre estas tres categorías (balance) tomando en consideración la producción de 12 países.

#### 3.1 Diversidad lingüística

El preámbulo de la Convención de la UNESCO consagrada a la diversidad de las expresiones culturales expresa que “la diversidad lingüística es un elemento fundamental de la diversidad cultural” (UNESCO, 2005). Hoy, tal como fuera señalado (Albornoz y García Leiva, 2016), la defensa de la diversidad lingüística es un imperativo de la comunidad internacional ya que todo idioma refleja una visión del mundo única en su género, con su propio sistema de valores, su filosofía específica y sus características culturales peculiares. Se entiende que una lengua es un soporte de identidad y un elemento esencial de un patrimonio cultural irremplazable, y que los largometrajes, al igual que el resto de las expresiones culturales, son un canal de expresión y de circulación de las cerca de 6.000 lenguas habladas en el mundo.<sup>11</sup>

Por otra parte, como han señalado numerosos estudios (Ranaivoson, 2007; UIS, 2011), la diversidad es un concepto multidimensional. La definición de Stirling (1998, 2007) sobre diversidad contempla una combinación de tres componentes: variedad, balance y disparidad. La variedad guarda relación con el número de diferentes categorías definidas; aplicado a las películas podemos preguntarnos: ¿cuántos lenguas pueden ser identificadas en la producción cinematográfica de un país? El balance considera los diferentes grados en que éstas categorías se encuentran representadas; ¿qué porcentajes de cada lengua tenemos? Y la disparidad se relaciona con el grado de desemejanza que guardan las diferentes categorías

---

<sup>11</sup> Se estima que cerca de la mitad de las lenguas que hoy se hablan en el mundo podría desaparecer antes de finales de este siglo. Un 96% de estas lenguas apenas es hablado por el 4% de la población mundial (UNESCO, 2010).



previamente definidas; ¿qué grado de diferencia existe entre las lenguas reconocidas? Así, un sistema es más diverso cuanto mayor es el número de categorías que posee, cuanto más equilibradas se encuentran estas categorías y cuanto más dispares o disímiles son unas de otras.

Los datos sobre 54 y 52 países correspondientes a 2012 y 2013, respectivamente, indican que numerosos países, atendiendo a la propia diversidad de los grupos sociales y lingüísticos que los conforman, produjeron largometrajes en varios idiomas (como España, Marruecos, Sudáfrica o Suiza). En otros casos, las empresas de países con poblaciones pequeñas e idiomas minoritarios buscan en la producción de películas en lenguas diferentes a la vernácula una mayor circulación de sus productos (Suecia o Eslovaquia, por ejemplo).

Según la información disponible en la base de datos del UIS, es posible analizar la diversidad de los largometrajes realizados por cada país considerando la presencia de diferentes categorías lingüísticas. Entendiendo que una categoría puede estar conformada por largometrajes que emplean una lengua (monolingües) o una combinación de dos o más lenguas (multilingües), y que, además, una misma lengua puede estar presente en más de una categoría. Asimismo, existe una categoría lingüística denominada “otras lenguas” que incluye, sin discriminar, películas monolingües y/o multilingües. Así, en 2013, por ejemplo, Armenia realizó 28 películas en armenio, Canadá 59 en inglés y 34 en francés, Chile 30 en español y una en italiano/inglés, y Francia 209 en francés y 61 en “otras lenguas”. En estos casos Armenia tiene una categoría lingüística y Canadá, Chile y Francia tienen dos categorías lingüísticas cada uno. Además, a partir de esta información sabemos que Chile tiene películas multilingües (un largometraje); Canadá, no (son películas monolingües en francés o inglés), y Francia, tal vez (puede haber una o más películas multilingües en la categoría “otras lenguas”).<sup>12</sup>

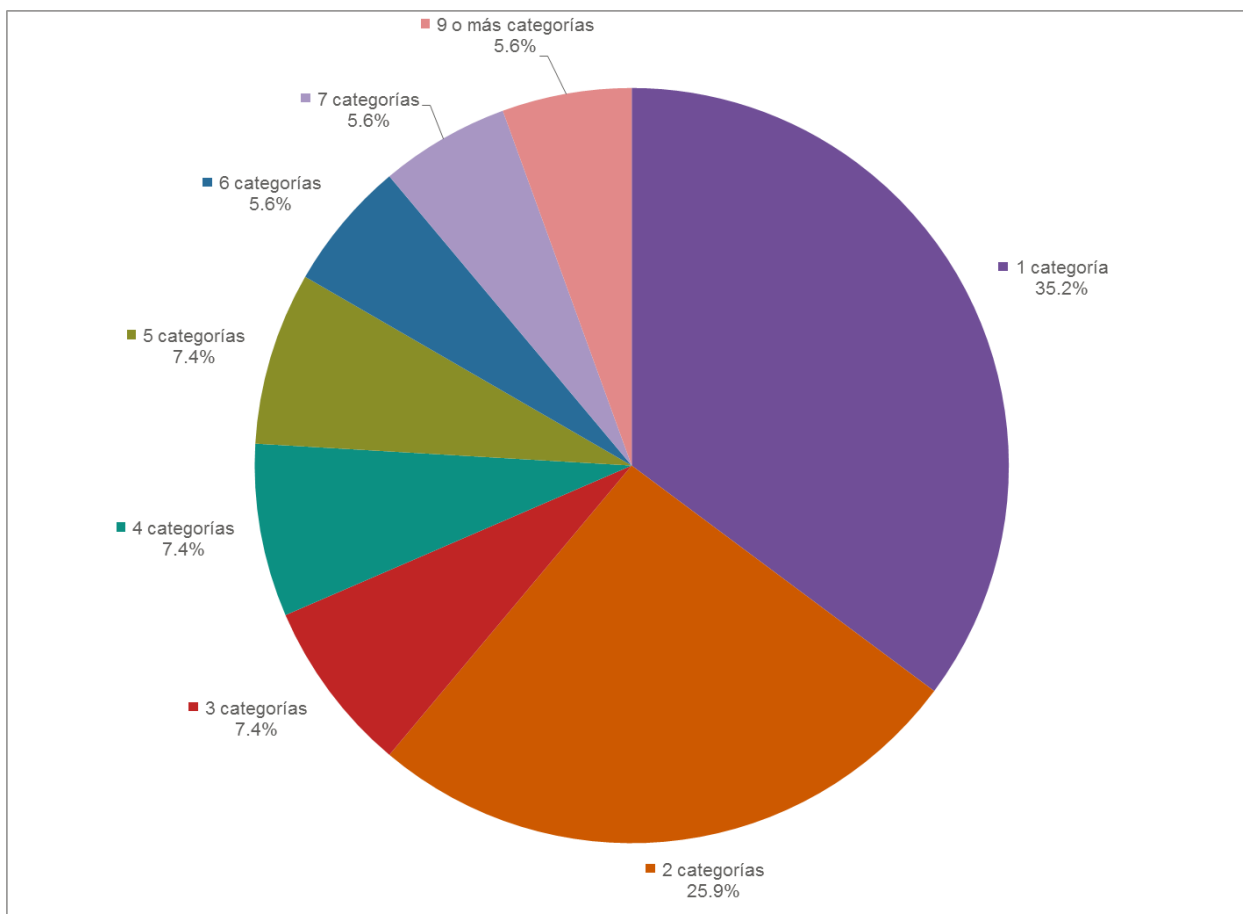
En 2012 un 35% de los 54 países con que el UIS cuenta con datos sobre la lengua empleada en sus largometrajes tuvo una producción monolingüe y un 26% realizó películas en dos categorías lingüísticas. Vale decir que en el 61% de los países comprendidos prevaleció la utilización de una o dos categorías. En contrapartida a este porcentaje mayoritario se encuentra un conjunto de países que ese año declaran haber tenido una producción cinematográfica que empleó más de cinco categorías lingüísticas: seis España, Suecia y Suiza (incluyendo los tres la categoría “otras lenguas”); siete Finlandia (incluyendo “otras lenguas”), Irlanda y Portugal; nueve Eslovenia (incluyendo “otras lenguas”) y el Reino Unido; y – según datos de la Federación Cinematográfica de la India – 35 categorías para ese país.

---

<sup>12</sup> Optamos por trabajar con categorías lingüísticas ya que se cuenta con los porcentajes correspondientes a cada categoría. En cambio, descartamos trabajar con las lenguas habladas en las películas ya que desconocemos el grado de presencia en cada película multilingüe. Por ejemplo, en 2013 las productoras de Irlanda realizaron 28 películas en inglés, dos en irlandés/inglés, una en persa, una en ruso, una en español/inglés y una en alemán/inglés. En este caso sabemos que Irlanda realizó películas en seis categorías lingüísticas y tenemos los porcentajes correspondientes; sin embargo, no es posible conocer qué porcentaje corresponde al inglés.

En el año 2013, con datos correspondientes a 52 países, el porcentaje de países cuyas productoras cinematográficas emplearon una única lengua cayó al 27%, en tanto que el de países que utilizaron dos categorías lingüísticas subió al 30%. En el extremo opuesto a esta mayoría que sólo empleó una o dos categorías lingüísticas en sus películas se situaron Irlanda, España, Suecia y Suiza (estos tres últimos países incluyendo la categoría “otras lenguas”) con largometrajes rodados en seis categorías; Lituania, Portugal y Sudáfrica con siete categorías cada uno; Eslovenia con ocho (incluyendo “otras lenguas”); Finlandia con 10 (incluyendo “otras lenguas”); el Reino Unido con 11 (incluyendo “otras lenguas”); y – según datos de la Federación Cinematográfica de la India – la India con 38 categorías.

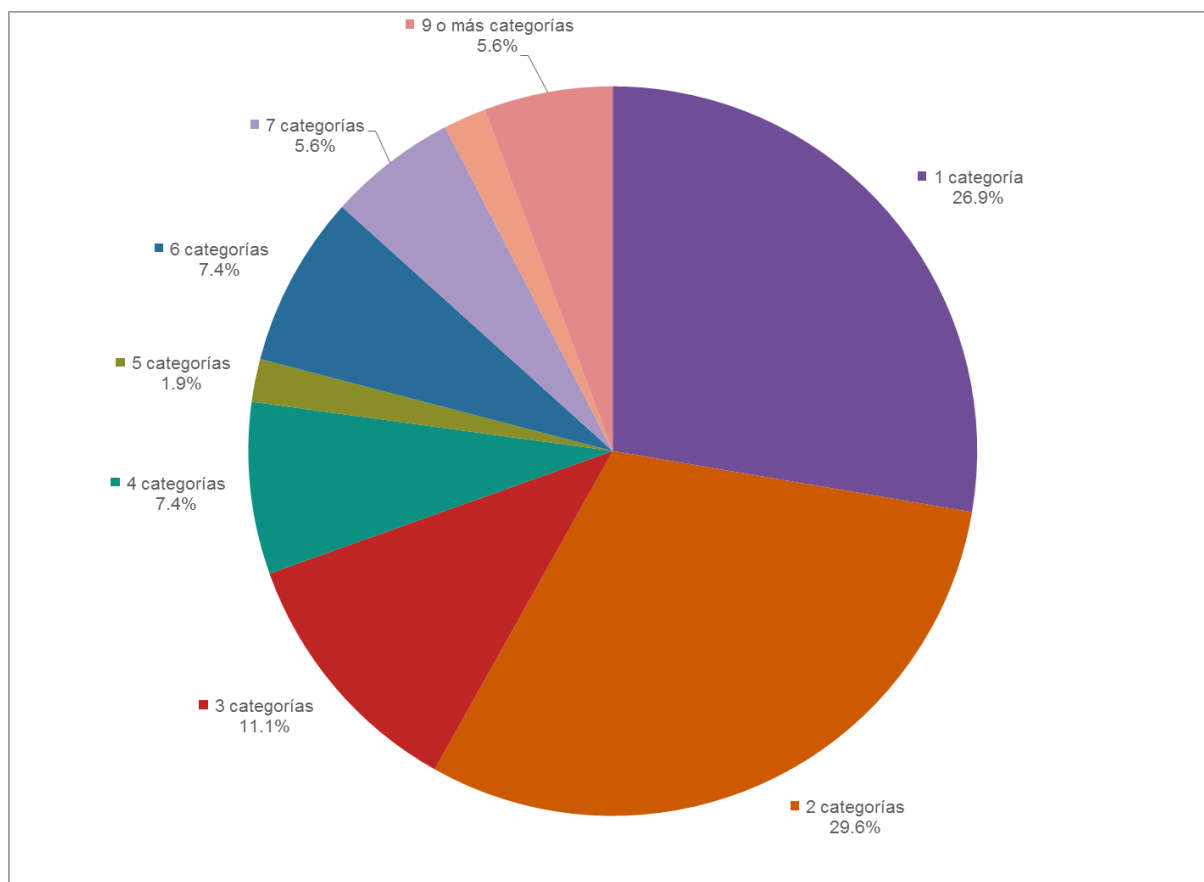
**Figura 3. Número de categorías lingüísticas utilizadas en largometrajes por país, 2012\***



**Nota:** \*A partir de los datos de 54 países.

*Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del UIS, noviembre de 2015, y de la Film Federation of India data (2012)*

**Figura 4. Número de categorías lingüísticas utilizadas en largometrajes por país, 2013\***



**Nota:** \*A partir de los datos de 52 países.

*Fuente:* Elaboración propia a partir de la base de datos del UIS, noviembre de 2015, y de Film Federation of India data (2013)

Considerando tanto la variedad de idiomas empleados como el grado de presencia (o balance) de los mismos (y descartando el complejo componente de la disparidad), la India – con 22 idiomas oficiales diferentes y alrededor de 2.000 lenguas sin reconocimiento oficial – es el país del mundo que registra una mayor diversidad lingüística en su producción cinematográfica. Se trata de películas monolingües producidas principalmente en las ciudades de Mumbai, Chennai, Hyderabad y Thiruvananthapuram.

Como muestra la **Tabla 5**, durante el bienio 2012-2013 las empresas de la India produjeron 3.326 largometrajes (1.602 en 2012 y 1.724 en 2013): 554 en tamil, 536 en télugu, 476 en hindi, 380 en malayalam, 261 en canarés, 250 en bengalí, 244 en marathi, 186 en bhojpurí y 139 en gujarati, entre otras (FFI 2012; 2013).

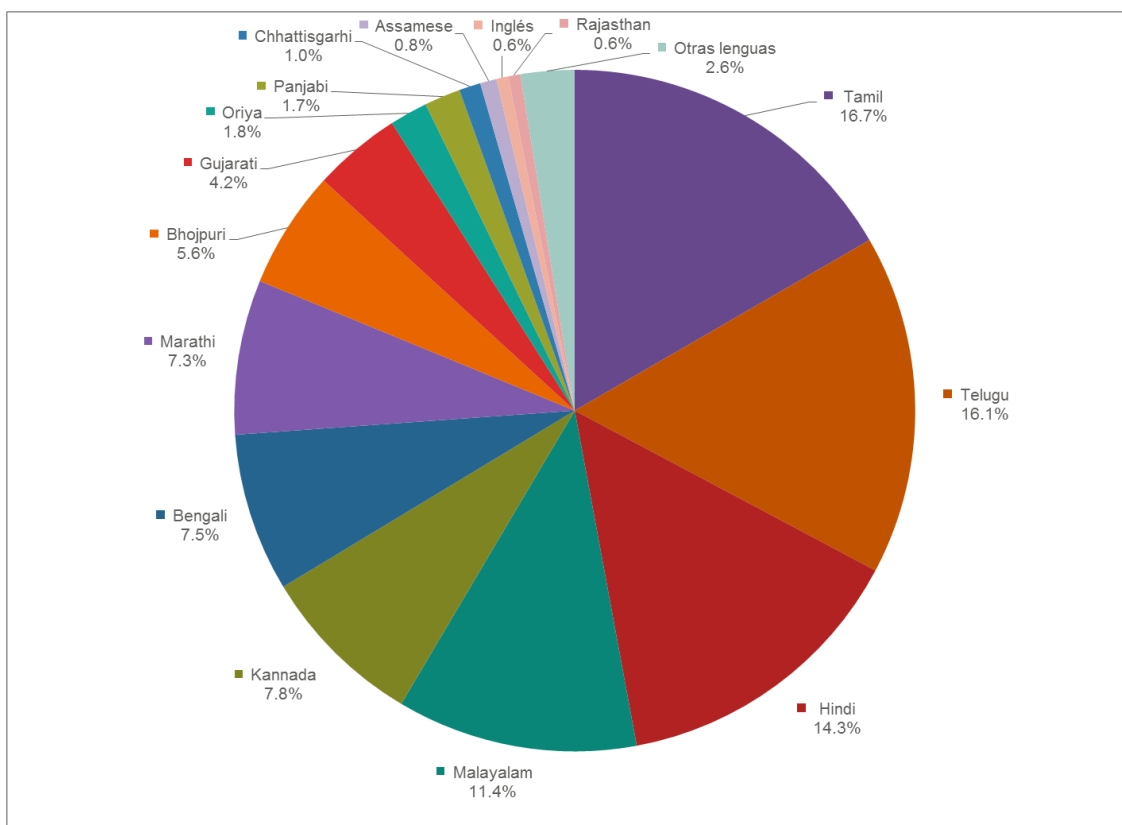
**Tabla 5. Lenguas utilizadas en los largometrajes de la India, 2012 y 2013**

Lengua empleada	Región donde la lengua es utilizada	Nº de películas				Balance	
		2012		2013		2012-2013	
<b>Tamil</b>	Idioma oficial de Tamil Nadu y Pondicherry. Es hablado por más de 73 millones de personas.	262	16.4%	292	16.9%	554	16.7%
<b>Telugu</b>	Idioma oficial de Andhra Pradesh. Es numéricamente la unidad lingüística más grande de la India.	256	16.0%	280	16.2%	536	16.1%
<b>Hindi</b>	Idioma oficial de Islas Andamán y Nicobar, Bijar, Chandigarh, Chhattisgarh, Delhi, Jariana, Himachal Pradesh, Jharkhand, Madhya Pradesh, Rayastán, Uttar Pradesh y Uttaranchal.	221	13.8%	255	14.8%	476	14.3%
<b>Malayalam</b>	Idioma oficial de Kerala y Lakshadweep.	185	11.5%	195	11.3%	380	11.4%
<b>Kannada</b>	Idioma oficial de Karnataka.	128	8.0%	133	7.7%	261	7.8%
<b>Bengalí</b>	Idioma oficial de los estados indios de Bengala Occidental y Tripura.	123	7.7%	127	7.4%	250	7.5%
<b>Marathi</b>	Lengua hablada en Maharashtra.	123	7.7%	121	7.0%	244	7.3%
<b>Bhojpuri</b>	Lengua hablada en el noreste de la India en el occidente del estado de Bihar, la parte norte de Jharkhand, y la región Purvanchal de Uttar Pradesh, así como el sur de Nepal.	87	5.4%	99	5.7%	186	5.6%
<b>Gujarati</b>	Idioma que procede del estado de Guyarāt, al oeste de la India.	72	4.5%	67	3.9%	139	4.2%
<b>Oriya</b>	Lengua oficial del estado de Orissa.	30	1.9%	30	1.7%	60	1.8%
<b>Punjabi</b>	Una de las lenguas nacionales reconocidas de la India. Lengua oficial del estado de Punjab. Ampliamente utilizada en Delhi y Haryana, donde es la segunda lengua oficial y también en Himachal y Jammu y Kashmir.	26	1.6%	31	1.8%	57	1.7%
<b>Chhattisgarhi</b>	Idioma oficial de Chhattisgarh	20	1.2%	14	0.8%	34	1.0%
<b>Assamese</b>	Idioma oficial del estado de Assam. También se habla en partes de Arunachal Pradesh y otros estados del noreste de la India; en Bután y Bangladés.	11	0.7%	15	0.9%	26	0.8%
<b>Inglés</b>	Idioma oficial.	10	0.6%	9	0.5%	19	0.6%
<b>Rajasthan</b>	Lengua hablada en Rayasthán y los estados vecinos de India y Pakistán.	8	0.5%	11	0.6%	19	0.6%
<b>Otras lenguas</b>		40	2.5%	45	2.6%	85	2.6%

Fuente: Análisis a partir de Film Federation of India (2012 y 2013)

Pese a la gran diversidad lingüística que presenta la India, los datos disponibles muestran que cuatro lenguas acapararon el 59% de la filmografía del país durante el bienio 2012-2013: tamil, telugu, hindi y malayalam. Por otra parte, ninguna de las lenguas habladas en India y que están expresadas en los largometrajes superó una presencia de 17 puntos porcentuales, lo cual revela un balance entre las lenguas con mayor presencia en la filmografía. Respecto a las lenguas foráneas, sólo es destacable la débil presencia del inglés con 19 películas realizadas durante el bienio considerado.

**Figura 5. Lenguas utilizadas en los largometrajes de la India, 2012 y 2013**



*Fuente: Análisis a partir de Film Federation of India (2012 y 2013)*

A diferencia del caso de un país multilingüe como la India, las productoras de países que cuentan con una sola lengua oficial, como el Reino Unido (inglés) o Eslovenia (esloveno), o en el caso de Finlandia con dos (el finés y el sueco), así como con varios idiomas minoritarios oficial (por ejemplo, sami, carelia, livvi, romani ...), emplearon una mucho menor cantidad de lenguas en sus películas durante el bienio 2012-2013, pero apostaron por realizaciones en lenguas foráneas al lugar de producción y, en menor medida, por contenidos multilingües.

La **Tabla 6** muestra las diferentes categorías lingüísticas de los largometrajes británicos, finlandeses y eslovenos durante los años 2012 y 2013, así como los grados de presencia de las mismas expresados en porcentajes. Esto último permite valorar el balance o desbalance en el empleo de categorías lingüísticas de estos tres países europeos.

En el caso del Reino Unido, con un fuerte mercado interno que recaudó en taquilla 3,4 mil millones de dólares estadounidenses durante el bienio 2012-2013, es expresivo el peso de la producción monolingüe en el idioma oficial del país: el inglés. Por otra parte, de los 22 largometrajes que no hablan únicamente en inglés (algunos de éstos dirigidos principalmente a los colectivos inmigrantes que habitan el país), 12 tienen al inglés como principal idioma de locución.

En el extremo opuesto al caso británico se sitúa Eslovenia. Las empresas de este pequeño país de dos millones de habitantes produjeron 23 largometrajes durante el referido bienio, de los cuales sólo siete (30%) fueron íntegramente realizados en esloveno. Por otra parte, las lenguas empleadas en gran parte del resto de la producción cinematográfica manifiestan los lazos históricos y culturales de este país con algunos de los países centro-europeos y otros países de Europa.

Por su lado, la producción de las compañías finlandesas, 98 largometrajes durante el período analizado, se sitúa desde el punto de vista lingüístico en un lugar intermedio en comparación con los casos británico y esloveno. Un 62% de las películas fueron realizadas en su totalidad en finlandés, mientras que el 8% son largometrajes plurilingües con presencia del idioma de este país. En la sombra que proyecta la supremacía de la lengua vernácula se ubican el sueco, con siete películas, y el estonio y el inglés, con cinco producciones en cada idioma.

En contraposición a aquellos países que registran una producción cinematográfica lingüísticamente diversa en sus componentes variedad y balance, los datos disponibles manifiestan que la producción de largometrajes correspondiente a 19 países en 2012 y a 13 países en 2013 fue monolingüe. A excepción de Estados Unidos de América, con 1.476 películas producidas en inglés durante el bienio considerado,<sup>13</sup> la gran mayoría de los restantes países con producción monolingüe registraron producciones anuales inferiores a los 60 largometrajes. En este último grupo se destaca la producción en español de seis países de América Latina: Costa Rica, Colombia, Chile, Honduras y Perú en 2012; y, Colombia, Costa Rica y Puerto Rico en 2013.

Por último, no debe olvidarse que la potencial polifonía lingüística capaz de encontrar una vía de expresión a través de la circulación internacional de las producciones cinematográficas en muchos casos se ve obstruida en la fase del consumo de largometrajes debido a las políticas de doblaje adoptadas tanto en salas de exhibición como en televisión por numerosos países, como Alemania, Brasil, China, Corea del Sur, España, Francia, India, Irán, Italia, Líbano, Marruecos – al francés – o Suiza (COMMIT, 2014).

---

<sup>13</sup> Cabe señalar que la información sobre la industria cinematográfica de EE.UU. que nutre la base de datos del UIS es proporcionada por la MPAA y sólo contempla los largometrajes en lengua inglesa. Por tanto, se carece de datos sobre películas realizadas en otras lenguas.

**Tabla 6. Lenguas empleadas en los largometrajes del Reino Unido, Finlandia y Eslovenia, 2012 y 2013**

País	Lengua(s) empleada(s)	Nº de películas			
		2012		2013	
<b>Reino Unido</b> (63,1 millones de habitantes) 553 largometrajes (2012-2013)	Inglés	308	96.9%	223	94.9%
	Árabe	...	...	2	0.9%
	Bengalí	1	0.3%	...	...
	Hindi	1	0.3%	1	0.4%
	Italiano	...	...	1	0.4%
	Maorí	...	...	1	0.4%
	Inglés/Cantonés/Italiano	1	0.3%	...	...
	Inglés/Bielorruso/Ruso	1	0.3%	...	...
	Inglés/Danés	...	...	1	0,4%
	Inglés/Finlandés	...	...	1	0,4%
	Inglés/Francés	2	0,6%	...	...
	Inglés/Francés/Alemán	...	...	1	0.4%
	Inglés/Francés/Swahili	...	...	1	0.4%
	Inglés/Francés/Xhosa	2	0.6%	...	...
	Inglés/Gaélico	1	0.3%	...	...
	Inglés/Kurdo	...	...	1	0.4%
	Ruso	1	0.3%	...	...
	Otras lenguas	...	...	2	0.9%
	<b>Total de largometrajes</b>	<b>318</b>		<b>235</b>	
<b>Finlandia</b> (5,4 millones de habitantes) 98 largometrajes (2012-2013)	Finlandés	34	69.4%	27	55.1%
	Danés	...	...	2	4.1%
	Estonio	1	2.0%	4	8.2%
	Finlandés/Inglés	...	...	4	8.2%
	Finlandés/Sueco	...	...	1	2.0%
	Inglés	3	6.1%	2	4.1%
	Letón/Finlandés/Inglés	...	...	1	2.0%
	Ruso	2	4.1%	...	...
	Sueco	2	4.1%	5	10.2%
	Portugués/Inglés/Alemán	1	2.0%	1	2.0%
	Otras lenguas	6	12.2%	2	4.1%
	<b>Total de largometrajes</b>	<b>49</b>		<b>49</b>	
<b>Eslovenia</b> (2,0 millones de habitantes) 23 largometrajes (2012-2013)	Esloveno	2	20.0%	5	38.5%
	Croata	1	10.0%	1	7.7%
	Checo	1	10.0%	...	...
	Esloveno/Alemán	...	...	1	7.7%
	Esloveno/Bosnio	...	...	2	15.4%
	Esloveno/Danés	...	...	1	7.7%
	Esloveno/Inglés	1	10.0%	...	...
	Esloveno/Italiano	1	10.0%	...	...
	Esloveno/Rumano	1	10.0%	...	...
	Francés	1	10.0%	...	...
	Italiano	1	10.0%	...	...
	Italiano/Esloveno	...	...	1	7.7%
	Inglés/Esloveno	...	...	1	7.7%
Otras lenguas	1	10.0%	1	7.7%	
	<b>Total de largometrajes</b>	<b>10</b>		<b>13</b>	

Fuente: base de datos del UIS, noviembre de 2015

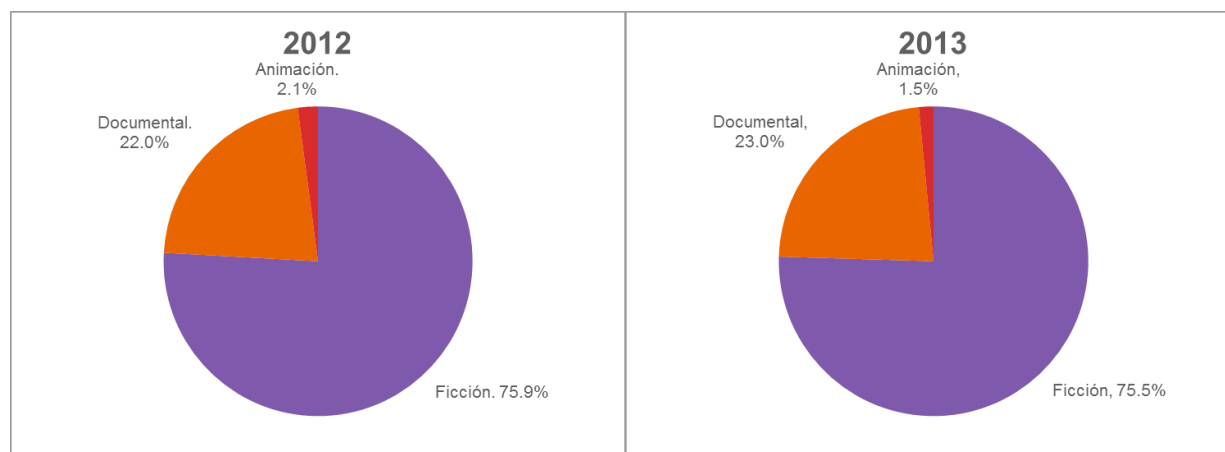
### 3.2 Diversidad de categorías cinematográficas

El 'Cuestionario sobre estadísticas de películas de largometraje' del UIS tipifica la actual producción cinematográfica en tres grandes categorías (las cuales, desde nuestro punto de vista, no son necesariamente excluyentes, y son demasiado amplias como para poder evaluar la diversidad de géneros cinematográfica a escala mundial o a nivel nacional), a saber:

- **Largometrajes de ficción:** utiliza una estructura narrativa basada parcial o totalmente en eventos que no son necesariamente reales.
- **Largometrajes documentales:** trabajo no ficticio en general, expone eventos reales o intenta informar al espectador sobre alguna situación verídica.
- **Largometrajes de animación:** técnica que permite producir cada cuadro o fotograma de una película de forma individual, ya bien sea este generado como un gráfico computacional, como resultado de fotografiar un dibujo o de minúsculos cambios hechos repetidamente en un modelo [animación en arcilla moldeable o animación cuadro por cuadro (*stop motion*)] y posteriormente fotografiar el resultado con una cámara especial para animaciones. Incluye dibujos animados, películas de marionetas, películas de siluetas y películas de animación de objetos.<sup>14</sup>

Considerando esta tipología y la información contenida en la base de datos del UIS,<sup>15</sup> resulta clara la predominancia de los largometrajes de ficción durante el bienio 2012-2013. En 2012 se realizaron 3.892 largometrajes, los cuales se repartieron en los siguientes porcentajes: 76% ficción, 22% documental y 2% animación. Por su parte, en 2013 se realizaron 3.923 largometrajes, repartiéndose la producción en porcentajes similares: 76% ficción, 23% documental y 1,5% animación (**Figura 6**).

**Figura 6. Producción de películas por géneros cinematográficos, 2012 y 2013**



Fuente: Base de datos del UIS, noviembre de 2015

<sup>14</sup> Definiciones de tipo de película tomadas del Apéndice del Cuestionario del UIS sobre estadísticas de películas de largometraje de 2014'.

<sup>15</sup> Lamentablemente la base de datos del UIS no contiene datos sobre la producción de largometrajes de ficción de grandes mercados cinematográficos como China, Japón o la India, lo cual limita el alcance de los posibles análisis a realizar.



Respecto a las películas de ficción, cabe señalar que en el año 2012 las empresas pertenecientes a 64 países realizaron 2.953 largometrajes de este tipo. Siendo los cuatro principales países productores de ficción: 1º Estados Unidos de América (714 películas), 2º Reino Unido (249), 3º Francia (225) y 4º Alemania (144). Cabe señalar que estos países acapararon el 46% de las películas de ficción realizadas. Por volumen de producción los siguieron: 5º Italia (142 películas), 6º España (108), 7º Rusia (107), 8º Argentina (89), 9º México 76 y 10º Canadá (73). Por su parte, en el año 2013 empresas de 64 países produjeron 2.961 largometrajes de ficción; siendo los cuatro principales países productores: 1º Estados Unidos de América (727 películas), 2º Francia (226), 3º Reino Unido (197) y 4º Alemania (143). A estos países, que acapararon cerca del 44% de la producción, les siguieron: 5º España (137 películas), 6º Italia (133), 7º Argentina (97), 8º México (95), 9º Turquía (82), y 10º Canadá/Brasil (77 películas cada uno).

En relación al cine documental, las empresas pertenecientes a 54 países concibieron 857 largometrajes documentales durante el transcurso del año 2012. La cifra aumentó un 5.3 % en 2013, alcanzando los 902 documentales elaborados por 52 países. Según los datos disponibles, el grueso de la producción de este tipo de películas en el bienio analizado recayó en empresas de Europa Occidental y de América Latina<sup>16</sup>. En 2012 el registro de mayores productores estuvo encabezado por el Reino Unido (73 documentales), país tras el cual se ubicaron 2º Alemania (71), 3º España (67), 4º Suiza (60), 5º Argentina (48), 6º Francia (42), 7º México (35), 8º Brasil (34), 9º Dinamarca (32) y 10º Austria (31). Estos diez países fueron responsables por cerca del 58% de la producción de largometrajes. En 2013 este listado registró ligeras variaciones, colocándose España en primera posición con 90 largometrajes documentales, seguido por: 2º Alemania (73), 3º Argentina (70), 4º Suiza (63), 5º Grecia (52), 6º Brasil (50), 7º Reino Unido (44), 8º/9º Dinamarca/ Francia (38 cada país), y, 10º Italia (32).

Finalmente, respecto al cine concebido con la técnica de animación, y siempre según la información recabada por la base de datos del UIS (no hay datos sobre Japón, uno de los más importantes productores mundiales), cabe señalar que en 2012 fueron producidos 82 largometrajes por empresas pertenecientes a 20 países. Siendo los principales productores: 1º Estados Unidos de América (24 películas), 2º Francia (12), 3º/4º España/Uzbekistán (7 cada país) y 5º Alemania (5). Al año siguiente la producción se redujo a 60 largometrajes producidos por 20 países; siendo el 65% de éstos realizados por: 1º Estados Unidos de América (11 películas), 2º/3º Alemania/Uzbekistán (7 cada país), 4º Francia (6) y 5º/6º Armenia/España (4 cada país).

Pese a que el porcentaje de largometrajes de animación es bajo si se lo compara con los porcentajes de las películas de ficción y de los documentales, las grandes producciones que emplean esta particular técnica de realización gozan de una gran aceptación entre el público de todo el mundo. Como se puede apreciar en el epígrafe 4.3 relativo a los largometrajes más vistos en las salas de exhibición, cinco de los 20 largometrajes más populares en 2012 y cinco de los 20 más populares en 2013 – equivalente al 25 por ciento cada año – fueron animaciones estadounidenses.

A partir de la información disponible resulta interesante analizar el reparto (balance) de la producción cinematográfica de aquellos países que registraron producciones en las tres categorías durante los años 2012 y 2013. La **Tabla 7** muestra el conjunto de estos países y el peso de la producción en cada categoría.

---

<sup>16</sup> El número de documentales estadounidenses no se proporcionan al UIS, lo que limita el alcance de este análisis.

**Tabla 7. Producción de largometrajes por género de los países seleccionados, 2012 y 2013<sup>17</sup>**

País	Total población 2013 (en mil millones)	Total de películas 2012-2013	Nº de películas por género					
			Ficción		Documental		Animación	
Francia	64.3	549	451	82.1%	80	14.6%	18	3.3%
Alemania	82.7	443	287	64.8%	144	32.5%	12	2.7%
España	46.9	413	245	59.3%	157	38.0%	11	2.7%
Italia	61	333	275	82.6%	54	16.2%	4	1.2%
Argentina	41.4	309	186	60.2%	118	38.2%	5	1.6%
México	122.3	238	171	71.8%	65	27.3%	2	0.8%
Brasil	201	212	124	58.5%	84	39.6%	4	1.9%
Finlandia	5.4	98	61	62.2%	35	35.7%	2	2.0%
Rep. Checa	10.7	91	60	65.9%	29	31.9%	2	2.2%
Kazajistán	16.4	65	23	35.4%	38	58.5%	4	6.2%
Colombia	48.3	55	40	72.7%	11	20.0%	4	7.3%
Armenia	3	52	21	40.4%	25	48.1%	6	11.5%

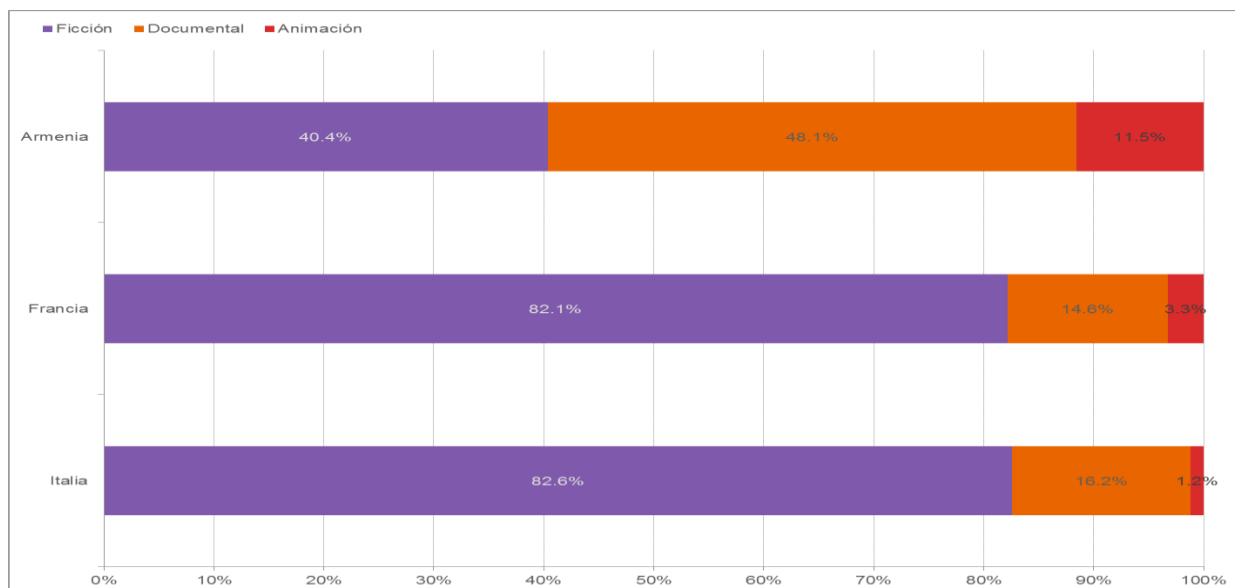
*Fuente: Análisis a partir de la base de datos del UIS, noviembre de 2015. Datos de la población de Brasil: Instituto Brasileiro de Geografía e Estatística (IBGE)*

Dentro de este conjunto de 12 países, el caso de Armenia es significativo por tres motivos. Por un lado, es el único país en el cual los largometrajes de ficción no son mayoritarios, sino que los documentales tienen un peso de poco más del 48% en el conjunto de las 52 películas realizadas durante el bienio 2012-2013. Por otro lado, las películas de animación son las que muestran una mayor presencia en el conjunto seleccionado. Finalmente, Armenia es el país que muestra un mejor balance entre las categorías empleadas por el Cuestionario del UIS 2014 sobre estadísticas de películas de largometraje. Vale decir que según la evaluación de las dimensiones de variedad y balance, los largometrajes armenios son los que exhiben un mayor grado de diversidad.

En el extremo opuesto al caso armenio se sitúan Italia y Francia, países con una histórica e importante producción cinematográfica que se muestra mayoritariamente enfocada en las películas de animación: 83% en el caso italiano y 82% en el francés. El resto de los largometrajes franceses se reparte de una manera ligeramente más balanceada (15% de documentales y 3,3% de películas de animación) que el resto de los largometrajes italianos (16% de documentales y 1,2% de animación).

<sup>17</sup> 12 países entre los 68 disponibles.

**Figura 7. Balance de la producción de largometrajes de Armenia, Francia e Italia, bienio 2012-2013**



*Fuente: Elaboración a partir de la base de datos del UIS, noviembre de 2015*

## 4. La diversidad del consumo cinematográfico

El análisis de la diversidad desde el prisma del uso de bienes y servicios culturales es, en general, una dimensión relegada o “descuidada” (Napoli, 1999: 24). En el marco del funcionamiento de las industrias audiovisuales las prácticas de aquellos que usufructúan los contenidos disponibles se suelen reducir a su papel de audiencias consumidoras. Los espectadores, en el caso del cine, importan – y así aparecen en la mayoría de las estadísticas sobre la industria cinematográfica – casi exclusivamente en calidad de compradores de entradas. De allí la importancia de indicadores como número de espectadores por título, dinero generado por los estrenos de un largometraje en sala o permanencia de una película en cartelera.

Por el contrario, son contados los países que destinan recursos a conocer cuáles son los perfiles socio-demográficos de aquellos que asisten a las salas de cine, con qué frecuencia lo hacen o cómo varía la selección de películas en sala por parte de individuos y/o grupos sociales a lo largo del tiempo. Tener información cuantitativa y cualitativa sobre estos aspectos es fundamental para evaluar la diversidad en el usufructo de los largometrajes en las salas de exhibición cinematográfica.

A partir de los datos disponibles a nivel internacional sobre el consumo de películas en sala, a continuación se analizan cuáles fueron los mercados que registraron mayores ingresos en 2012 y 2013, entre los que se destaca China. Seguidamente se presenta información sobre los precios promedio de las entradas de cine, un factor que influye decisivamente en el consumo. Y, finalmente, se indican cuáles fueron las 20 películas más vistas en las salas de exhibición en el mundo durante 2012 y 2013, lo cual revela un consumo mayoritario que se decanta por historias ficcionales de acción y aventura respaldadas por cuantiosos presupuestos de producción y promoción a nivel internacional.

### 4.1 Principales mercados de consumo de cine en sala

Las **Tablas 8 y 9** muestran cuáles fueron los diez mercados cinematográficos que más dinero recaudaron a través de sus respectivas taquillas en 2012 y 2013. Ambas tablas revelan un claro dominio del mercado de Estados Unidos de América/Canadá sustentado en su tamaño – más de 350 mil millones de habitantes – y en la asidua frecuencia de sus espectadores a las salas de cine.

En 2012 este conjunto de diez mercados generó 25,7 mil millones de dólares estadounidenses; valor equivalente al 74% de los 34,7 mil millones de dólares estadounidenses recaudados por las salas en todo el mundo. El mercado cinematográfico de Estados Unidos de América/Canadá, que registró un aumento del 6% en comparación con el 2011, aportó poco más del 31% del total del dinero recaudado por la explotación comercial en salas de todas las películas. El crecimiento interanual apuntado fue resultado de que el 68 % de la población de Estados Unidos de América/Canadá – o 225 millones de personas – compró entradas para visionar películas en salas por lo menos una vez durante ese año (MPAA, 2013: 2).

**Tabla 8. Top 10 mercados según recaudación en taquilla, 2012**

Top 10	País	Población total (en mil millones)	Precio promedio entrada (en dólares estadounidenses)	PIB per cápita	Recaudación (en mil millones de dólares estadounidenses)
1	EE.UU./ Canadá	352.3	7.96/ 8.36*	51,749/ 52,219	10.8
2	China	1,377.0	5.75*	6,091	2.7
3	Japón	127.2	15.77	46,720	2.4
4	Reino Unido	62.8	10.83	39,093	1.7
5	Francia	63.9	8.24	39,772	1.7
6	India	1,236.7	0.60*	1,489	1.4
7	Alemania	82.8	9.89	41,863	1.3
8	República de Corea	49.0	6.63*	22,590	1.3
9	Rusia	143.2	7.59*	14,037	1.2
10	Australia	23.1	13.57	67,556	1.2
<b>Top 10 total recaudado</b>					<b>25.7</b>

**Nota:** \* Estimación del UIS.

*Fuentes: Elaboración propia a partir de la base de datos del UIS, noviembre de 2015 y de MPAA (2013: 4-5), basado en IHS Screen Digest, fuentes locales. Datos sobre poblaciones: Indicadores demográficos del UIS*

En 2013 los principales mercados de consumo de películas recaudaron 26.9 mil millones de dólares estadounidenses – un incremento de casi 4,7% en relación a 2012 –, representando casi el 75% de lo recaudado por la explotación comercial de películas en salas de todo el mundo. Este aumento de casi cinco puntos se sustenta en los mayores ingresos registrados en China, fundamentalmente, y Rusia, Estados Unidos de América/Canadá, India y Corea del Sur que compensaron el descenso de lo recaudado en las taquillas de Francia y Australia. El crecimiento de año a año registrado por el mercado de los Estados Unidos de América/Canadá fue el resultado del hecho de que el 68% de la población de los Estados Unidos de América/Canadá compró entradas para ver películas en salas de cine al menos una vez durante ese año (MPAA, 2013: 2).

**Tabla 9. Top 10 mercados según recaudación en taquilla, 2013**

Top 10	País	Población total (en mil millones)	Precio promedio entrada (en dólares estadounidenses)	PIB per cápita	Recaudación (en mil millones de dólares estadounidenses)
1	EE.UU./ Canadá	355.1	8.13/ 8.10*	51,749/ 52,219	10.9
2	China	1,385.6	5.74*	6,091	3.6
3	Japón	127.1	12.77*	46,720	2.4
4	Reino Unido	63.1	10.9	39,093	1.7
5	Francia	64.3	8.57	39,772	1.6
6	India	1,252.1	0.81*	1,489	1.5
7	República de Corea	49.2	6.64*	22,590	1.4
8	Rusia	142.8	7.55*	14,037	1.4
9	Alemania	82.7	10.71	41,863	1.3
10	Australia	23.3	12.95	67,556	1.1
<b>Top 10 total recaudado</b>					<b>26.9</b>

**Nota:** \* Estimación del UIS. \*\* Corresponde al 2012.

*Fuentes: Elaboración a partir de la base de datos del UIS, noviembre de 2015 y de MPAA (2013: 4-5), basado en IHS Screen Digest, fuentes locales. Datos sobre poblaciones: Indicadores demográficos del UIS*

Sin duda lo más destacable es el rápido y sostenido crecimiento experimentado por la taquilla de China, que desde 2012 es el segundo país consumidor de largometrajes del mundo en términos de recaudación. Esta expansión viene de la mano del extraordinario crecimiento económico experimentado en las últimas décadas por el país más poblado del mundo.

Como apunta Roque González, “entre 2005 y 2011, la recaudación [de las taquillas] de China creció un promedio de 43% por año (un 50% durante el período 2008-2011)” (UIS/González, 2013: 25). A su vez, lo percibido en 2012 fue un 17% superior a lo recaudado en 2011, y lo recaudado en 2013 fue un 33% superior a lo recaudado en 2012 – pasando de los 2,7 a los 3,6 mil millones de dólares estadounidenses (el 59% de éste valor provino de lo recaudado por las películas nacionales). Datos correspondientes a 2014 indican que ese año se superaron los 4,3 mil millones de dólares estadounidenses de ingresos, y hoy los especialistas en la industria cinematográfica pronostican el cercano momento en que el mercado chino superará al de Estados Unidos de América/Canadá (Brzeski, 2015; Child, 2015).

Cabe señalar que el orden del listado de los diez mercados que más dinero recaudaron en taquilla durante el binomio 2012-2013 no coincide exactamente con el de los mercados donde más entradas se vendieron. El precio de las entradas en India, bajo en comparación con el resto de los precios cobrados en los mercados que más dinero recaudan, incide para que el país se sitúe en la mitad de las Tablas 8 y 9 en cambio de liderarlas. En 2012 en India se vendieron 2,6 mil millones de entradas, en Estados Unidos de América 1,4 mil millones, en China 470 millones y en Japón 155,1 millones (McCarthy, 2014).

#### 4.2 El precio medio de las entradas de cine

Un aspecto directamente relacionado con el consumo de largometrajes en sala es el precio de las entradas (y el poder adquisitivo de las poblaciones). Precios de entradas elevados junto a la muy amplia oferta de contenidos audiovisuales de todo tipo (incluidos los largometrajes) disponibles a través de distintos canales y dispositivos son factores que inciden tanto en la decisión de ir o no al cine como en lo que se va a ver al cine.

En 2012, el precio promedio de una entrada a una sala cinematográfica fue de 6,97 dólares estadounidenses; mientras que en 2013 el precio promedio registró un aumento del 1,9%, situándose en los 7,10 dólares estadounidenses. Estos promedios, en general, son resultado de diferentes precios que cobran las salas: las entradas suelen tener los fines de semana y feriados, días de mayor afluencia de público, un precio más caro que las de los días laborables. Además, las entradas para asistir a la proyección de largometrajes en 3D y UltraAVX son más caros que las proyecciones regulares.

**Figura 8. Precio promedio de una entrada a una sala cinematográfica, 2005-2013**



Fuente: Base de datos del UIS, octubre de 2015

Asimismo, con el objetivo de estimular el consumo en sala, en varios mercados existen precios reducidos en determinados días de la semana (“día del espectador”) u horarios específicos (sesiones matinales o de madrugada). Y también hay complejos de salas que ofrecen suscripciones mensuales y/o anuales que permiten a los espectadores abonados asistir a tantas sesiones como deseen. Así, por ejemplo, se estima que las suscripciones mensuales de 20 euros podrían representar un 25% del número de entradas vendidas cada año en París (García, 2013).

Como puede apreciarse en la **Figura 8**, durante el período 2005-2013 se verifica un aumento del precio promedio de las entradas al cine del 40%. Asimismo la información de la base de datos del UIS permite apreciar las enormes variaciones que existen entre lo que se cobra por una entrada de país a país: si en 2013 un senegalés pagó 0,56 dólares estadounidenses por ingresar a una sala (0,54 en 2012), un habitante del Reino de Baréin pagó 17,48 dólares estadounidenses (17,10 dólares estadounidenses en 2012).

Asimismo, las diferencias en los precios de las entradas al cine pueden llegar a ser significativos al interior de un mismo país. Considérese, por ejemplo, el caso español. En 2012 el precio más alto de una entrada se registró en Barcelona (Cataluña): 8,49 euros en días laborables – seguida por A Coruña (Galicia), Alicante (Valencia) y Oviedo (Asturias) donde ir al cine costó 8,40 euros de media. En cuanto que los precios medios en días laborables más bajos se registraron en Melilla, 5,00 euros; seguidos de los Granada (Andalucía), 5,75 euros; Cáceres (Extremadura) 5,80 euros; y Golmayo (Castilla y León), 5,85 euros (FACUA, 2012).

### 4.3 Largometrajes más vistos en salas de exhibición

Como viene siendo señalado reiteradamente por estudiosos de la industria cinematográfica (véase, por ejemplo, UIS/Acland, 2012), la mayor parte del consumo de películas hoy se da por fuera del tradicional circuito de salas. Televisores, ordenadores, tabletas y teléfonos móviles de última generación sirven como dispositivos que permiten visionar y disfrutar largometrajes a una parte importante de la población mundial. Sin embargo, el estreno de un largometraje en sala continúa siendo una acción importante de cara a la explotación comercial en el resto de las ventanas de consumo cinematográfico (televisión abierta y de pago, DVD, plataformas *online*).

El análisis de los largometrajes más vistos a nivel mundial en las salas durante 2012 y 2013 revela, una vez más el fuerte dominio de los *blockbusters* de las grandes productoras y distribuidoras hollywoodenses. Se trata de películas realizadas casi exclusivamente en lengua inglesa, que han estado respaldadas por cuantiosos presupuestos destinados, en primer lugar, a la producción y, posteriormente, a la promoción en el denominado “mercado doméstico” (Estados Unidos de América/Canadá) y en los mercados externos.

En sintonía con lo que han puesto de manifiesto informes anteriores encargados por el UIS, entre las películas más visionadas en sala se destacan los productos destinados a niños y jóvenes. Se trata de largometrajes de animación y de películas acción/aventura, presentadas en varios casos en formato 3D, UltraAVX.

Las lista del top 20 de largometrajes más vistos en el mundo, que se presentan en las **Tablas 10** y **11**, utiliza una puntuación ponderada para clasificar las películas según su popularidad entre los públicos de los diferentes países. Con la finalidad de elaborar este listado, el UIS recoge la información sobre los diez largometrajes más visionados cada año en cada país (considerando las entradas vendidas y, en algunos pocos casos, la recaudación -ingresos brutos- obtenida en taquilla por cada película) y posteriormente aplica una puntuación ponderada para calcular el recuento total de puntos de cada país.



La Tabla 10 muestra las puntuaciones ponderadas de los 20 largometrajes más populares durante 2012. El rango de puntuaciones ponderadas del top 20 va de los 355 puntos obtenidos por la película de animación *Ice Age: Continental Drift* (Estados Unidos de América), que se colocó top 10 de 47 mercados cinematográficos, a los 21 puntos obtenidos por *Mission Impossible: Ghost Protocol* (Estados Unidos de América/Emiratos Árabes Unidos), presente en el top 10 de tres mercados. Desde el punto de vista de los largometrajes más vistos en las salas cinematográficas, el 2012 ha sido prolífico en franquicias pertenecientes a distintas series (James Bond, Ice Age, Twilight, Spider-Man, Madagascar, etc.) y adaptaciones cinematográficas de historias originariamente concebidas para cómics (Marvel's The Avengers, The Dark Knight).

**Tabla 10. Los 20 largometrajes más vistos en todo el mundo, 2012**

Título	Puntuación ponderada	Nº de países en el top 10	Origen	Género	Idioma	Presupuesto (en mil millones de dólares estadounidenses)*	Secuencia/franquicia
<b>Ice Age: Continental Drift</b>	355	47	EE.UU.	Animación, Aventura, Comedia	Inglés	95	Franquicia (serie: Ice Age)
<b>Skyfall</b>	342	43	RU/EE.UU.	Acción, Aventura, Misterio	Inglés	200	Franquicia (serie: James Bond 007)
<b>The Twilight Saga: Breaking Dawn Part 2</b>	256	43	EE.UU.	Aventura, Drama, Fantasía	Inglés	120	Franquicia (serie: Twilight)
<b>Madagascar 3: Europe's Most Wanted</b>	251	41	EE.UU.	Animación, Aventura, Comedia	Inglés	145	Franquicia (serie: Madagascar)
<b>Marvel's The Avengers</b>	251	39	EE.UU.	Acción, Aventura, Sci-Fi	Inglés (Ruso)	220	Franquicia (serie: Marvel Cinematic Universe films) Adaptación de cómic
<b>The Dark Knight Rises</b>	250	47	EE.UU./RU	Acción, Misterio	Inglés	250	Franquicia (serie: The Dark Knight Trilogy) Adaptación de cómic
<b>The Hobbit: An Unexpected Journey</b>	173	34	EE.UU./NZ	Aventura, Fantasía	Inglés	180	Secuencia (serie: The Hobbit)
<b>The Amazing Spider-Man</b>	101	20	EE.UU.	Animación, Aventura,	Inglés	230	Franquicia (serie: Spider-

<b>Spider-Man</b>				Fantasia			Man) Adaptación de cómec
<b>Brave</b>	75	18	EE.UU.	Animación, Aventura, Comedia	Inglés	185	--
<b>The Intouchables</b>	70	10	FR	Biografía, Comedia, Drama	Francés	9.5	--
<b>Ted</b>	66	17	EE.UU.	Comedia, Fantasia	Inglés	50	Secuencia (Ted 2, en 2015)
<b>The Hunger Games</b>	43	9	EE.UU.	Aventura, Drama, Sci-Fi	Inglés	78	Franquicia (serie: The Hunger Games)
<b>Puss in Boots</b>	32	7	EE.UU.	Animación, Aventura, Comedia	Inglés/ Español	130	--
<b>Hotel Transylvania</b>	27	9	EE.UU.	Animación, Comedia	Inglés	85	Secuencia (Hotel Transylvania 2, en 2015)
<b>Taken 2</b>	27	6	FR	Acción, Crimen, Misterio	Inglés (Turco, Árabe)	45	Franquicia (serie: Taken)
<b>Men in Black 3</b>	26	8	EE.UU./EA U	Acción, Comedia, Sci-Fi	Inglés	225	Franquicia (serie: Men in Black)
<b>American Reunion</b>	24	8	EE.UU.	Comedia	Inglés	50	Franquicia (serie: American Pie)
<b>Life of Pi</b>	22	5	EE.UU./ASI	Aventura, Drama, Fantasia	Inglés/ Tamil/ Hindi (Chino, Japonés, Francés)	120	--
<b>The Dictator</b>	22	6	EE.UU.	Comedia	Inglés/ Hebrew	65	--
<b>Mission: Impossible – Ghost Protocol</b>	21	3	EE.UU./EA U	Acción, Aventura, Misterio	Inglés/ Ruso/ French/ Árabe/ Sueco	145	Franquicia (serie: Mission: Impossible)

**Notas:** \* Estimados.

ASI: País asiático; CA: Canadá; CH: China; FR: Francia; ES: España; EE.UU.: Estados Unidos de América; NZ: Nueva Zelanda; RU: Reino Unido.

Fuentes: UIS, octubre de 2015. Origen: Observatorio Europeo del Audiovisual, base de datos Lumière (<http://lumiere.obs.coe.int/>). Presupuestos y géneros: base de datos Internet Movie Database ([www.imdb.com](http://www.imdb.com))

El Top 20 de largometrajes más populares a nivel internacional correspondiente a 2012 está conformado por una gran mayoría de películas producidas en Estados Unidos de América (12 de 20 largometrajes) o coproducidas por empresas estadounidenses (6 de 20 largometrajes): producciones y coproducciones de ese país contabilizan el 90% de las películas más vistas en las salas durante ese año. Sólo dos producciones francesas – *The Intouchables*, en el 10º puesto, y *Taken 2*, en el 15º – testimonian el minoritario consumo de largometrajes producidos por compañías de otros países.

En relación con los presupuestos estimados<sup>18</sup> de los largometrajes más vistos en 2012 es posible observar que cinco películas contaron con costos de 200 millones de dólares estadounidenses o más – la película más cara de este grupo fue la coproducción estadounidense-británica *The Dark Knight Rises* – y seis películas tuvieron presupuestos que se ubicaron entre los 100 y los 199 millones de dólares estadounidenses. Vale decir que el 60% de los largometrajes tuvieron costes de 100 millones de dólares estadounidenses o más. Por otra parte, seis películas contaron con presupuestos entre los 50 y los 99 millones de dólares estadounidenses, y sólo dos producciones tuvieron presupuestos inferiores a los 50 millones de dólares estadounidenses. La única excepción a estos muy altos presupuestos fue la comedia francesa *The Intouchables* que contó con 9,5 millones de dólares estadounidenses para su realización.

La película más vista *Ice Age: Continental Drift*, animación producida por Blue Sky Studios y Twentieth Century Fox, contó con un presupuesto de 95 millones de dólares estadounidenses y recaudó en su primer fin de semana en las salas estadounidenses más de 46,6 millones de dólares estadounidenses.

Por otra parte, si se observan los idiomas empleados en los Top 20 largometrajes más populares del año 2012 resulta claro el predominio casi absoluto de la lengua inglesa. Una vez más, la excepción a la regla la constituyó *The Intouchables* rodada en francés.

Por su parte, la Tabla 11 proporciona las puntuaciones ponderadas de los 20 largometrajes más populares durante 2013. El rango de puntuaciones ponderadas del Top 20 va de los 354 puntos obtenidos por la película de animación *Despicable Me 2* (Estados Unidos de América), que se colocó top 10 de 49 mercados cinematográficos, a los 18 puntos obtenidos por *Life of Pi* (Estados Unidos de América/Taiwán), presente en el top 10 de cinco mercados. El análisis de los largometrajes más vistos en las salas cinematográficas durante ese año revela una continuidad de la supremacía de las franquicias pertenecientes a distintas series: Walt Disney Animation Studios, Iron Man, Despicable Me, The Hobbit, The Hunger Games, etcétera.

---

<sup>18</sup> A partir de la edición de su informe *Theatrical Market Statistics* correspondiente a 2008 la MPAA dejó de discriminar entre ‘costes negativos’ (costes de producción, gastos generales e intereses financieros) y ‘costes de marketing’ (impresos y publicidad) al brindar información sobre los costes promedios de las películas realizadas por las *majors*. Sin embargo se estima que los grandes estudios de Hollywood han aumentado considerablemente en los últimos años la inversión en la promoción de sus películas tanto en el mercado doméstico como en los mercados externos (McClintock, 2014).

Tabla 11. Los 20 largometrajes más vistos en todo el mundo, 2013

Título	Puntuación ponderada	Nº de países en el top 10	Origen	Género	Idioma	Presupuesto (en mil millones de dólares estadounidenses)*	Secuencia/franquicia
<b>Despicable Me 2</b>	354	49	EE.UU.	Animación, Comedia, Familia	Inglés	76	Franquicia (serie: Despicable me)
<b>Iron Man 3</b>	271	40	EE.UU./CH	Acción, Aventura, Sci-Fi	Inglés	200	Franquicia (serie: Iron Man) Comic adaptation
<b>The Hobbit: The Desolation of Smaug</b>	247	33	EE.UU./NZ	Aventura, Fantasía	Inglés	225	Franquicia (serie: The Hobbit)
<b>Fast &amp; Furious 6</b>	243	39	EE.UU.	Acción, Crimen, thriller	Inglés (Ruso, Español, Indonesio)	160	Franquicia (serie: Fast & Furious)
<b>The Smurfs 2</b>	146	26	EE.UU.	Animación, Aventura, Comedia	Inglés/ Francés	105	Franquicia (serie: The Smurfs)
<b>The Hunger Games: Catching Fire</b>	137	24	EE.UU.	Aventura, Sci-Fi, thriller	Inglés	130	Franquicia (serie: The Hunger Games)
<b>Monsters University</b>	129	24	EE.UU.	Animación, Aventura, Comedia	Inglés	200	Franquicia (serie: Monsters, Inc.)
<b>Frozen</b>	121	25	EE.UU.	Animación, Aventura, Comedia	Inglés (Islandés)	150	--
<b>The Croods</b>	114	26	EE.UU.	Animación, Aventura, Comedia	Inglés	135	--
<b>The Hangover Part III</b>	103	18	EE.UU.	Comedia	Inglés	103	Franquicia (serie: The Hangover)

<b>Thor: The Dark World</b>	85	16	EE.UU.	Animación, Aventura, Fantasía	Inglés	170	Franquicia (serie: Marvel Cinematic Universe; Serie: Thor) Adaptación de cómic
<b>Django Unchained</b>	55	9	EE.UU.	Western	Inglés/ Alemán (Francés)	100	--
<b>Man of Steel</b>	54	13	EE.UU./CA/ RU	Animación, Aventura, Fantasía	Inglés	225	Secuencia (Batman vs. Superman: Dawn of Justice, 2016)
<b>Gravity</b>	46	14	EE.UU./RU	Sci-Fi, Thriller	Inglés/ Groenlandés	100	--
<b>World War Z</b>	33	10	EE.UU.	Acción, Aventura, horror	Inglés (Español, Hebreo, Árabe)	190	--
<b>Now You See Me</b>	29	6	EE.UU.	Crimen, Misterio, thriller	Inglés (Francés)	75	Secuencia (Now You See Me 2, en 2016)
<b>Les Misérables</b>	27	5	RU/ EE.UU.	Drama, Musical, Romance	Inglés	61	--
<b>The Hobbit: An Unexpected Journey</b>	24	6	EE.UU./NZ	Aventura, Fantasía	Inglés	180	Secuencia (series: The Hobbit)
<b>We're the Millers</b>	19	5	EE.UU.	Acción, Aventura, Comedia	Inglés (Español)	37	--
<b>Life of Pi</b>	18	5	EE.UU./ASI	Aventura, Drama, Fantasía	Inglés/ Tamil/ Hindi (Chinese, Japonés, Francés)	120	--

**Notas:** \* Estimados. ASI: País asiático; CA: Canadá; CH: China; FR: Francia; ES: España; EE.UU.: Estados Unidos de América; NZ: Nueva Zelanda; RU: Reino Unido.

*Fuentes: UIS, octubre de 2015. Origen: Observatorio Europeo del Audiovisual, base de datos Lumière (<http://lumiere.obs.coe.int/>). Presupuestos y géneros: base de datos de Internet Movie Database ([www.imdb.com](http://www.imdb.com))*

El Top 20 de largometrajes vistos en el mundo en 2013 está conformado íntegramente por películas producidas (12 de 20 largometrajes) o coproducidas (8 de 20 largometrajes) por empresas estadounidenses. Estos datos confirman un año más la preferencia de los asistentes a las salas de exhibición por las producciones hollywoodenses al tiempo que manifiestan la comercialmente exitosa estrategia de coproducción de las empresas estadounidenses tanto con mercados cultural y lingüísticamente afines (el Reino Unido o Nueva Zelanda) o como con mercados no tradicionales (China).

Un 80% de las 20 producciones más populares durante 2013 tuvieron presupuesto de 100 o más millones de dólares estadounidenses. Las dos películas más caras dentro de este conjunto fueron dos coproducciones capitaneadas por *majors*: *The Hobbit: The Desolation of Smaug* (Metro-Goldwyn-Mayer y New Line Cinema con empresas neozelandesas) y *Man of Steel* (Warner con empresas canadienses y británicas). Cada una de estas películas contó con un presupuesto cercano a los 225 millones de dólares estadounidenses. Solamente cuatro entre las 20 películas que más dinero recaudaron en taquilla ese año – el 20% – contaron con presupuestos inferiores a los 100 millones de dólares estadounidenses. Entre éstas se encuentra la película que más dinero dejó en las taquillas de todo el mundo ese año, la animación *Despicable Me 2*, de Universal Pictures, que con un presupuesto cercano a los 76 millones de dólares estadounidenses recaudó en su primer fin de semana en Estados Unidos de América más de 83,5 millones de dólares estadounidenses.

Asimismo los 20 largometrajes más populares de 2013 evidencian un clarísimo predominio del inglés, y, en consecuencia, una falta de diversidad lingüística en los contenidos más visionados por los públicos de diferentes regiones del mundo. Sólo en contadas ocasiones idiomas como el francés, el alemán o el groenlandés, vienen a complementar minoritariamente a la lengua inglesa en las historias narradas.

## 5. Conclusión

El análisis de la información sobre las industrias cinematográficas de 97 países durante el bienio 2012-2013, obtenida a partir del Cuestionario del UIS 2014 sobre estadísticas de películas de largometraje, permite extraer algunas sintéticas conclusiones desde la óptica de la diversidad:

### *Diversidad de fuentes cinematográficas*

- El año 2012 registró un muy importante aumento del número de largometrajes producidos en todo el mundo y al año siguiente se alcanzó un nuevo récord de producción: 7.610 películas. Sin embargo, el crecimiento sostenido de la producción mundial durante el periodo 2005-2013 no ha hecho mermar el peso de los principales países productores: India, Estados Unidos de América, China, Japón y el conjunto de estados de Europa Occidental conformado por el Reino Unido, Francia, Alemania y España. Esto, en clave de análisis de la diversidad de fuentes, revela un alto grado de concentración de la producción en las potencias económicas y en algunos de los países más poblados del mundo.
- Un caso especial es el de la India, segundo país con mayor número de habitantes y primer productor cinematográfico, que viene experimentando un importante crecimiento de su producción. Las productoras indias pasaron de realizar 1.041 películas en 2005 a 1.724 películas en 2013. El número de largometrajes producidos ese último año, en su gran mayoría con tecnología digital y realizados desde diferentes centros, representó más de 1/5 de la producción mundial.
- Las coproducciones internacionales de largometrajes, impulsadas por el sector público y las productoras privadas, alcanzan altas cotas en algunos países de Europa Occidental y en Estados Unidos de América. Francia es el país con mayor número de coproducciones realizadas durante el bienio 2012-2013. Las productoras ven en la coproducción con empresas de otros países una vía para beneficiarse de las medidas de apoyo al cine dispuestas por diferentes Estados y acrecentar la circulación de los largometrajes realizados.
- Un problema destacable es el de la distribución y promoción de películas en las salas de exhibición. Aumentar la producción no necesariamente resulta en una mayor y mejor difusión de dicha producción. Las posiciones dominantes de las distribuidoras *majors* en muchos mercados inciden directamente sobre la diversidad ofertada; es decir, en qué contenidos llegan a las pantallas y en qué condiciones lo hacen. Por ejemplo, el propio espacio europeo, en el cual se inscriben países con una aquilatada tradición de producción, expresa reiteradamente la falta de difusión transfronteriza de sus largometrajes.

### *Diversidad de largometrajes realizados*

- La mayor parte de los países tiene una producción cinematográfica monolingüe (en el idioma oficial correspondiente) o en dos lenguas. Contrasta el caso de la India con un muy amplio abanico de lenguas vernáculas habladas en sus películas y en donde ninguna de éstas tiene una presencia que supera los 17 puntos porcentuales.
- En aquellos países con una producción cinematográfica multilingüe es posible reconocer la existencia de uno o varios factores que inciden para que ésta se produzca:

presencia histórica de distintos grupos sociales al interior del país y/o de destacadas colectividades de emigrantes, cercanía geo-cultural con sociedades que hablan otra(s) lengua(s), desarrollo de estrategias de penetración comercial en nuevos mercados, entre otros.

- No se debe olvidar que las políticas de doblaje de películas implementadas por distintos Estados atentan contra el (re)conocimiento de lenguas distintas a las del lugar donde se exhiben largometrajes foráneos.
- Según las tres categorías con que trabaja el Cuestionario del UIS 2014, sobre estadísticas de películas de largometraje existe una muy clara preeminencia de la producción de largometrajes de ficción frente a los documentales y las películas de animación. Asimismo todos aquellos países que ofrecen información sobre la producción de largometrajes de ficción, de animación y documentales exhiben un claro desbalance entre estas categorías.

#### *Diversidad del consumo de largometrajes en sala*

- Existe una muy fuerte concentración geográfica del dinero recaudado por la explotación comercial de los largometrajes en salas de exhibición. Los diez principales mercados – liderados, en el siguiente orden, por Estados Unidos de América/Canadá, China y Japón– concentraron 3/4 del dinero recaudado en todo el mundo durante el bienio 2012-2013.
- China, el país más poblado del mundo, acrecienta año tras año la recaudación derivada de la comercialización de largometrajes en salas (en 2013 superó los 3.6 mil millones de dólares estadounidenses). El segundo mercado cinematográfico del mundo en términos de recaudación se apresta en los próximos años a superar al estancado mercado de Estados Unidos de América/Canadá.
- India, con unos precios promedios de entradas al cine muy inferiores a los cobrados por el resto de los principales mercados recaudadores, es el país donde más entradas se venden. En 2012 las salas indias recibieron muchos más espectadores que el conjunto de las de Estados Unidos de América, China y Japón.
- Si bien son destacables las grandes diferencias existentes entre países y al interior de éstos, a nivel mundial durante los años 2012 y 2013 continuó aumentando el precio promedio de las entradas al cine. El período 2005-2013 registra un incremento del precio medio de las entradas de 40% puntos porcentuales.
- Los largometrajes más vistos en salas en 2012 y 2013 confirman una muy alta concentración del consumo en los *blockbusters* producidos (o coproducidos) y distribuidos por las *majors* de Estados Unidos de América. Se trata de películas de acción/aventura, algunas realizadas con la técnica de animación, destinadas a niños y adolescentes, sustentadas en presupuestos multimillonarios y campañas de promoción a escala internacional.
- Como viene ocurriendo en los últimos años, el consumo masivo de largometrajes en salas privilegió las franquicias pertenecientes a distintas series y las adaptaciones cinematográficas de historias originariamente concebidas para cómics.



Como se deduce de este informe sobre las estadísticas de largometrajes y de esta síntesis, la industria cinematográfica internacional muestra falencias en relación a la deseable diversidad de sus fuentes, algunas de las características de las películas realizadas y el consumo mayoritario de largometrajes. Por tanto, es imperativo fortalecer y renovar aquellas políticas públicas y estrategias de la sociedad civil que busquen fortalecer la diversidad en (y de) la industria cinematográfica.

Unas políticas cinematográficas abocadas a la defensa y promoción de la diversidad deben considerar los distintos componentes en que puede ser descompuesto este principio y responder tanto a las necesidades de expresión de los distintos colectivos que conforman una sociedad como al necesario diálogo con otras sociedades y culturas. Por otro lado, unas políticas con tal orientación deben considerar las complejas y cambiantes relaciones del cine con el resto del sector audiovisual y con el conjunto de industrias culturales.

El principio de acceso equitativo consagrado por la *Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales* (UNESCO, 2005) expresa que: “El acceso equitativo a una gama rica y diversificada de expresiones culturales procedentes de todas las partes del mundo y el acceso de las culturas a los medios de expresión y difusión son elementos importantes para valorizar la diversidad cultural y propiciar el entendimiento mutuo” (UNESCO, 2005: artículo 2.7). Hacer de este principio una realidad implica diversificar y fortalecer el tejido de centros de producción de largometrajes, cambiar las estructuras que rigen la circulación de películas a escala internacional e instrumentar políticas para alentar un consumo cinematográfico diversificado.

## 6. Referencias

- Albornoz, Luis A. y García Leiva, María Trinidad (eds.) (2017). *Diversidad e industria audiovisual: el desafío cultural del siglo XXI*. México DF: FCE (en prensa).
- Aranzubia, Asier (2015). "El fraude de la taquilla y la imagen negativa del cine español", *Info Libre*, 26 de noviembre de 2015. Disponible en: [www.infolibre.es/noticias/opinion/2015/11/27/el\\_fraude\\_taquilla\\_imagen\\_negativa\\_del\\_cine\\_espanol\\_413\\_93\\_1023.html](http://www.infolibre.es/noticias/opinion/2015/11/27/el_fraude_taquilla_imagen_negativa_del_cine_espanol_413_93_1023.html).
- Belinchón, Gregorio (2014). "Hollywood 'pone' los precios", *El País*, Madrid, 30 de enero de 2014. Disponible en: [http://cultura.elpais.com/cultura/2014/01/30/actualidad/1391116769\\_344473.html](http://cultura.elpais.com/cultura/2014/01/30/actualidad/1391116769_344473.html).
- Benhamou, Françoise y Peltier, Stéphanie (2006). "Une méthode multicritères d'évaluation de la diversité culturelle. Application à l'édition de livres en France", en Greffe, X. (coord.) y Ministerio de Cultura y DEPS (Francia), *La création et la diversité au miroir des industries culturelles*, París: La Documentation Française.
- Bustamante, Enrique (coord.) (2002). *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa.
- Bouquillion, Philippe y Combès, Yolande (dirs.) (2011). *Diversité et industries culturelles*. París: L'Harmattan.
- Box Office Mojo (2012). "2012 Worldwide Grosses". Disponible en: [www.boxofficemojo.com/yearly/chart/?view2=worldwide&yr=2012](http://www.boxofficemojo.com/yearly/chart/?view2=worldwide&yr=2012).
- Box Office Mojo (2013). "2013 Worldwide Grosses". Disponible en: [www.boxofficemojo.com/yearly/chart/?view2=worldwide&yr=2013](http://www.boxofficemojo.com/yearly/chart/?view2=worldwide&yr=2013).
- Brzeski, Patrick (2015). "China Box Office Hits \$4.7B, Races Past 2014 Total", *The Hollywood Reporter*, August 9, 2015. Disponible en: [www.hollywoodreporter.com/news/china-box-office-exceeds-2014-820883](http://www.hollywoodreporter.com/news/china-box-office-exceeds-2014-820883).
- Child, Ben (2015). "Will China's growing box office dominance change Hollywood for ever?", *The Guardian*, 10 de septiembre de 2015. Disponible en: [www.theguardian.com/film/filmblog/2015/sep/10/will-china-box-office-dominance-change-hollywood](http://www.theguardian.com/film/filmblog/2015/sep/10/will-china-box-office-dominance-change-hollywood).
- Comisión Europea (2014). "Una nueva estrategia cinematográfica europea para impulsar la diversidad cultural y la competitividad en la era digital" (comunicado de prensa, Bruselas, 15 de mayo de 2014). Disponible en: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-14-560\\_es.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-560_es.htm).
- COMMIT (2014). "Subtitling vs Dubbing + List of preferred method per country". Atenas: COMMIT. Disponible en: <http://commit.gr/wordpress/?p=36>.
- Consejo de Europa (1992). *European Convention on Cinematographic Co-Production*, Estrasburgo, 2 de octubre de 1992. Disponible en: [www.coe.int/es/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/147](http://www.coe.int/es/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/147).
- Coonan, Clifford (2014). "China's Foreign Movie Quota Set to Expand -- For Arthouse Films", *The Hollywood Reporter*. Disponible en: [www.hollywoodreporter.com/news/chinas-foreign-movie-quota-set-694473](http://www.hollywoodreporter.com/news/chinas-foreign-movie-quota-set-694473).
- E&Y/LA India Film Council (2012). *Film industry in India: New horizons*. India: Ernest & Young (E&Y). Disponible en: [http://indianbusiness.nic.in/newdesign/upload/news/New\\_Horizons\\_Final.pdf](http://indianbusiness.nic.in/newdesign/upload/news/New_Horizons_Final.pdf).
- FACUA - Consumidores en Acción (2012). Precios de los cines en España 2012 en las 50 capitales de provincia y las dos ciudades autónomas. Disponible en: <http://facua.org/es/tablas/cines2012.pdf>.

FFI – Film Federation of India (2012). “Indian Feature Films Certified During the Year 2012 - From 01-01-2012 to 31-12-2012 (Region-Wise-Language-Wise)”. Federación Cinematográfica de la India. Disponible en: [www.filmfed.org/IFF2012.html](http://www.filmfed.org/IFF2012.html).

FFI – Film Federation of India (2013). “Indian Feature Films Certified During the Year 2013 - From 01-04-2012 to 31-03-2013 (Region-Wise-Language-Wise)”. Federación Cinematográfica de la India. Disponible en: [www.filmfed.org/IFF2013.html](http://www.filmfed.org/IFF2013.html).

FFI – Film Federation of India (2014). “Indian Feature Films Certified During the Year 2014 - From 01-04-2013 to 31-03-2014”. Federación Cinematográfica de la India. Disponible en: [www.filmfed.org/IFF2014.html](http://www.filmfed.org/IFF2014.html).

García, Yago (2013). “Tarifa plana: ¿la mejor salida para los cines en España?”, *Cinemanía*, 20 de julio de 2013. Disponible en: [www.cinemanía.es/noticias/tarifa-plana-la-mejor-salida-para-los-cines-en-espana/](http://www.cinemanía.es/noticias/tarifa-plana-la-mejor-salida-para-los-cines-en-espana/).

Hays, Jeffrey (2008). “Foreign Films in China and Chinese Films Abroad”, *Facts and Details* (last updated December 2012). Disponible en: <http://factsanddetails.com/china/cat7/sub42/item241.html>.

UIS/González, Roque (2013). “Mercados emergentes y la digitalización de la industria cinematográfica: análisis de la encuesta internacional del UIS del año 2012 sobre las estadísticas de largometrajes”. Documento de información del UIS. Montreal: Instituto de Estadística de la UNESCO (UIS).

Kanzler, Martin (en colaboración con Susan Newman-Baudais y André Lange) (2008). *The circulation of European co-productions and entirely national films in Europe, 2001 to 2007*, Report prepared for the Council of Europe Film Policy Forum co-organised by the Council of Europe and the Polish Film Institute. Disponible en: [https://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/film/paperEAO\\_en.pdf](https://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/film/paperEAO_en.pdf).

Masters, Kin (2013). “The China Cluster—k: Is Hollywood Fed Up?”, *The Hollywood Reporter*, 24 de abril de 2013. Disponible en: [www.hollywoodreporter.com/news/chinese-american-movie-productions-is-444814](http://www.hollywoodreporter.com/news/chinese-american-movie-productions-is-444814).

McCarthy, Niall (2014). “Bollywood: India’s Film Industry by the Numbers [Infographic]”, *Forbes*, 3 de septiembre de 2014. Disponible en: [www.forbes.com/sites/niallmccarthy/2014/09/03/bollywood-indias-film-industry-by-the-numbers-infographic/](http://www.forbes.com/sites/niallmccarthy/2014/09/03/bollywood-indias-film-industry-by-the-numbers-infographic/).

McClintock, Pamela (2014). “200 Million and Rising: Hollywood Struggles With Soaring Marketing Costs”, *The Hollywood Reporter*, 31 de julio de 2014. Disponible en: [www.hollywoodreporter.com/news/200-million-rising-hollywood-struggles-721818](http://www.hollywoodreporter.com/news/200-million-rising-hollywood-struggles-721818).

McQuail, Denis (1992). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. Londres: SAGE.

McQuail, Denis y Cuilenburg, Jan van (1983). “Diversity as a Media Policy Goal: A Strategy for Evaluative Research and a Netherlands Case Study”, *Gazette*, 31(3), pp. 145-162.

Morales, Clara y Sucasas, Ángel Luis (2014). “Cinesa y Kinépolis no estrenarán ‘El lobo de Wall Street’”, *El País*, 17 de enero de 2014. Disponible en: [http://cultura.elpais.com/cultura/2014/01/17/actualidad/1389971137\\_479551.html](http://cultura.elpais.com/cultura/2014/01/17/actualidad/1389971137_479551.html).

MPAA - Motion Picture Association of America (2013). *Theatrical Market Statistics 2012*. Disponible en: [www.mpa.org/wp-content/uploads/2014/03/2012-Theatrical-Market-Statistics-Report.pdf](http://www.mpa.org/wp-content/uploads/2014/03/2012-Theatrical-Market-Statistics-Report.pdf).

MPAA - Motion Picture Association of America (2014). *Theatrical Market Statistics 2013*. Disponible en: [www.mpa.org/wp-content/uploads/2014/03/MPAA-Theatrical-Market-Statistics-2013\\_032514-v2.pdf](http://www.mpa.org/wp-content/uploads/2014/03/MPAA-Theatrical-Market-Statistics-2013_032514-v2.pdf).

Napoli, Philip M. (1999). ‘Deconstructing the Diversity Principle’, *Journal of Communication*, vol. 49 (4), pp. 7-34.

Ranaivoson, Heritiana (2007). "Measuring cultural diversity: a review of existing definitions". Expert Group Meeting on the Statistical measurement of the diversity of cultural expressions, Instituto de Estadística de la UNESCO (UIS), Montreal, septiembre 27-28. Disponible en: [www.uis.unesco.org/culture/Documents/Ranaivoson.pdf](http://www.uis.unesco.org/culture/Documents/Ranaivoson.pdf).

Stirling, Andrew (1998). "On the Economics and Analysis of Diversity", SPRU Electronic Working Papers Series, Paper No. 28. Falmer, Brighton.

Stirling, Andrew (2007). "A General Framework for Analysing Diversity in Science, Technology and Society", *Journal of the Royal Society Interface*, 4 (15), p. 707-719.

TDC – Tribunal de Defensa de la Competencia (2006). Resolución nº 588/05, de Mayo 10, 2006, del Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC, España). Disponible en: <http://doctrina-administrativa.vlex.es/vid/walt-tristar-foxfilm-sogefilms-adican-303175>.

UNESCO (2005). *Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales*. París: UNESCO.

UNESCO (2010). *Atlas de las lenguas del mundo en peligro*. París: UNESCO.

UIS (2011). Measuring the diversity of cultural expressions: applying the Stirling model of diversity in culture. Two case studies (Technical Paper No. 6). Montreal: UNESCO Institute for Statistics (UIS). Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002135/213549e.pdf>.

UIS (2012). "Linguistic Diversity of Feature Films". Montreal: Instituto de Estadística de la UNESCO (UIS).

UIS (2013). "Feature Film Diversity". Montreal: Instituto de Estadística de la UNESCO (UIS).

UIS /Acland, Charles R. (2012). "From International Blockbusters to National Hits: Analysis of the 2010 Survey of Feature Film Statistics". Montreal: Instituto de Estadística de la UNESCO (UIS).

UIS/Bernier, Ivan y Bernier, Serge (2009). "Analysis of the 2007 UIS International Survey on Feature Film Statistics". Montreal: Instituto de Estadística de la UNESCO (UIS).

Wurff, Richard van der y Cuilenburg, Jan van (2001). "The Impact of Moderate and Ruinous Competition on Diversity: The Dutch Television Market", *Journal of Media Economics*, 14 (4), 213–229.