

*Estudio Comparativo y Propuestas de Políticas de Fomento  
al Incremento de Audiencias de Cine Nacional en el  
Mercado Local*

**Resumen ejecutivo**

**ID de la licitación: N° 1725-166-LS13**

**Director del estudio**

**Franz Ruz  
fruz@ecija.com**

## Contenido

1. Introducción.....	2
1.1. Metodología.....	4
2. La situación chilena: panorámica.....	6
3. Análisis de casos de éxito y casos mixtos.....	8
4. Casos internacionales objeto del Estudio. Resultados. ....	9
5. Recomendaciones de políticas públicas a implementar.....	25
6. Apreciaciones Generales .....	28

## 1. Introducción

Uno de los aspectos más desafiantes para los agentes del sector cinematográfico y los organismos públicos responsables del apoyo y fomento a la industria del cine, es el incremento de las audiencias de obras cinematográficas en salas, tanto en el mercado nacional como en el internacional.

De manera general, el éxito o no de una política integral de la cinematografía nacional no se limita exclusivamente al fomento de la producción, la financiación o la exportación del audiovisual nacional, sino también en el acceso y disfrute de la población de las obras cinematográficas producidas en su país, así como el propio fomento de la exhibición en salas, tanto comerciales como de cine arte, entendidas tanto como espacio cultural como de entretenimiento.

En este contexto se enmarca el presente Estudio, cuyo objeto es identificar, a través de un análisis comparado de políticas públicas (*benchmarking* internacional) implementadas en otros países y sus estadísticas, junto con entrevistas a expertos nacionales e internacionales del sector del cine, una serie de recomendaciones posibles de implementar en Chile que persigan un incremento de las audiencias del cine nacional en salas de exhibición tanto comerciales, como de cine, arte o centros culturales.

Queda, en consecuencia, fuera del ámbito de este Estudio el análisis o propuesta de políticas públicas destinadas a identificar al fomento de la distribución y exhibición en otras ventanas de explotación de la obra cinematográfica, tales como televisión abierta o de pago, VOD, arriendo y venta videográfica y de DVD, y comercialización a través de Internet o dispositivos móviles.

Desde el punto de vista del *benchmarking* internacional, el presente Estudio identifica tanto casos de éxito como casos mixtos (es decir, exitosos en algunos aspectos pero con otros donde no se han alcanzado el impacto en el incremento de las audiencias esperado) de políticas públicas llevadas a cabo en otros países, realizando un análisis cuantitativo y cualitativo del éxito o no de las políticas públicas estudiadas. Este acercamiento incluye el análisis de programas supranacionales de la Unión Europea e Iberoamérica, donde los productores chilenos tienen cabida en calidad de coproductores, y una valoración de carácter cualitativo obtenida mediante entrevistas a los responsables de los mismos (Media Desk e Ibermedia).

Se ha trabajado la bibliografía disponible más reciente, y se ha llevado a cabo un análisis de los datos de audiencias disponibles, muchos de los cuales fueron entregados directamente por las autoridades cinematográficas de los países analizados. A efectos del cierre del análisis cuantitativo contemplado en este Estudio (31 de marzo de 2014), se ha procedido a realizar una normalización estadística sobre la base de los datos más recientes disponibles en todos los países analizados, lo que se traduce en que la comparativa se realiza en un marco temporal de cinco años 2008-2012). Este ejercicio ha sido arduo, ya que si bien los sistemas de medición de audiencias de cine son similares en América Latina y Europa continental, no son llevados a cabo de la misma manera en otros territorios. Sirvan de ejemplo casos como el de Corea del Sur o los países anglosajones (Nueva Zelanda o Reino Unido), estos dos últimos más enfocados en medir el impacto de las audiencias a nivel global que con carácter nacional.

Otro de los aspectos fundamentales que rige el enfoque del presente Estudio ha sido tener en consideración de manera muy relevante la realidad de la industria cinematográfica chilena, el marco regulatorio nacional y las capacidades de ejecución efectivas de los organismos públicos responsables de diseñar y ejecutar las políticas públicas con impacto en el sector cinematográfico chileno, teniendo en cuenta la perspectiva, opiniones y sensibilidades de todos los sectores involucrados.

Una prioridad fundamental para el equipo investigador ha sido el lograr proponer unas recomendaciones que sean realistas y ejecutables, que doten de virtualidad práctica a lo expuesto en este Estudio, así como a las propuestas e ideas recogidas en el mismo. Para conseguir este objetivo, hemos descartado aquellos ejemplos o casos que si bien son de éxito en sus países de origen, no serían jurídicamente viables en Chile en razón de la Constitución o las leyes vigentes en el país (caso, por ejemplo, de China), de lejanía cultural, de tipo de producción cinematográfica, o de consumo cultural nacional (India o Turquía), o porque entran en esferas que exceden las atribuciones de la institucionalidad cinematográfica y audiovisual chilena y que posiblemente implicarían una reforma normativa transversal y compleja que excede el ámbito efectivo de actuación de los organismos públicos chilenos vinculados al fomento del cine (caso de Canadá y sus incentivos fiscales).

Con esta finalidad, en este Estudio se lleva a cabo una panorámica general del sector en Chile y de la situación de la exhibición en salas del cine nacional, para lo cual se contó con expertos nacionales del ámbito público, jurídico, académico, de la producción, distribución, de la exhibición, y de la gestión colectivo. La comunicación y el diálogo con la industria nacional e internacional en el desarrollo de este Estudio ha sido fundamental, y el feedback obtenido se ve reflejado a lo largo del desarrollo del mismo.

El Estudio incluye una propuesta de seis recomendaciones concretas a adoptar para el fomento de las audiencias del cine nacional, identificando la recomendación, el organismo público que sería responsable de implementarla, así como una descripción general de la misma y su fundamentación, para terminar con tres Apreciaciones Generales que estimamos conveniente considerar dentro del análisis y estudio de posibles mejoras en el fomento del audiovisual y de la institucionalidad cinematográfica chilena. Estas recomendaciones no constituyen, en ningún caso, recetas de éxito asegurado para mejorar la situación de la audiencia del cine chileno en salas de cines nacionales; hay muchos factores internos y exógenos que influyen en este resultado. No obstante, consideramos que es una hoja de ruta fundamentada y consensuada, que ofrece una perspectiva útil para la toma de decisiones en el diseño y planificación de nuevas políticas públicas de fomento de las audiencias de cine en salas.

## 1.1. Metodología

### a. Levantamiento de datos

Se han podido encontrar cifras de: **el número de espectadores; la recaudación, medida en USD (dólares estadounidenses) y el número de estrenos (en los tres casos, nacional y total)**, para los nueve países analizados y en el período de 2008 a 2012.

### b. Cálculos para las tasas de crecimiento

Uno de los criterios de decisión para la clasificación de un país como de éxito o como mixto, ha sido el cálculo de la **TCAC o Tasa de crecimiento anual compuesta** de las cuotas de cine nacional.

La tasa de referencia se ha calculado en base a las cuotas nacionales de cine en espectadores, recaudación y estrenos para el periodo 2008-2012 siguiendo la siguiente fórmula:

$$TCAC = (((\text{Valor Final} / \text{Valor Inicial})^{1/4}) - 1)$$

Los países con crecimiento decreciente de la tasa, se han considerado en principio países de crecimiento mixto, mientras que si el mismo es positivo, se han considerado países de éxito. No obstante, **dicha clasificación no ha sido dependiente únicamente de factores cuantitativos, sino que se han tenido en cuenta factores de índole jurídica, cualitativos o de mercado.**

La clasificación se definió como se detalla a continuación:

<u>PAÍS</u>	<u>CLASIFICACIÓN</u>
Argentina	MIXTO
Brasil	ÉXITO
Colombia	MIXTO
Corea del Sur	ÉXITO
España	ÉXITO
Francia	ÉXITO
México	MIXTO
Nueva Zelanda	ÉXITO
Reino Unido	ÉXITO

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

- Nº espectadores nacionales/Nº espectadores totales, expresado en porcentaje.
- Recaudación nacional/Recaudación total, expresado en porcentaje.

- Nº estrenos nacionales/Nº estrenos totales, expresado en porcentaje.

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

### c. Análisis cualitativo: entrevistas y panel de discusión

Para el desarrollo del análisis cualitativo, se procedió a entrevistar a expertos nacionales e internacionales, conocedores de los mercados objeto de estudio, la industria y el desarrollo de políticas públicas de fomento del cine. Estas entrevistas fueron presenciales, por teléfono o videoconferencia.

De igual forma, se llevó a cabo en Santiago un panel de discusión y análisis de medidas existentes en otras jurisdicciones y su viabilidad o no de aplicación en Chile, donde participaron representantes de toda la cadena de valor de la industria del cine, asociaciones sectoriales, entidades de gestión colectiva, universidades y sector público.

### d. Metodología para el análisis comparado de países

El análisis realizado sobre los países, el conjunto de sus medidas aplicadas y el resultado en cuotas de cine nacional, se basa en una simplificación y adaptación a un entorno cualitativo del diseño de experimentos o análisis de la varianza ANOVA [Quevedo-Urías, 2006]<sup>1</sup>. Un método cuantitativo no pudo ser utilizado aquí, porque no se disponía de un número de muestras adecuado, los escenarios no son constantes, ni puede demostrarse la normalidad, en sentido estadístico, de los datos analizados.

Por ello se adaptó esta técnica estadística para analizar qué factores se encuentran en común entre aquellos países que se han determinado de éxito, frente a aquellos que se consideraron como casos mixtos.

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

- Su falta / presencia desencadenaba el contraste / éxito de las políticas adoptadas.
  - En este caso **este factor se mantiene**.
- Su falta / presencia no ocasiona diferencias en los resultados en distintos países.
  - En este caso **este factor se despreja**.

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

---

<sup>1</sup> <http://bivir.uaci.mx/LibrosElectronicosLibres/UACJ/ua00001.pdf>

## 2. La situación chilena: panorámica

El sector audiovisual chileno se enmarca dentro del resguardo que ofrece en este campo el **Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA)**<sup>2</sup>. El CNCA es un órgano con vinculación directa al Gobierno de Chile, fundado por la **ley 19.981**<sup>3</sup> de **Fomento Audiovisual**, que gestiona la implementación de aquellas políticas públicas que guardan relación con el desarrollo cultural a través del fomento y difusión de la creación artística nacional.

En este ámbito destaca el **Consejo del Arte y la Industria Audiovisual**<sup>4</sup>, encargado de asesorar al CNCA en el establecimiento y desarrollo de las políticas que afectan al audiovisual y que gestiona el **Fondo de Fomento Audiovisual**<sup>5</sup>, destinado al financiamiento, mediante concurso público, de la producción y distribución de obras cinematográficas, así como la creación de guiones, equipamiento, formación profesional, investigación y difusión de las nuevas tendencias creativas y de innovación tecnológica. De igual modo hay otros organismos vinculados al fomento de la industria audiovisual, tales como:

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

Adicionalmente, destaca en el panorama chileno la iniciativa ingresada en la Cámara de Diputados en octubre de 2012 concerniente al **proyecto de Ley de Fomento a la Exhibición y**

---

<sup>2</sup> <http://www.cultura.gob.cl/>

<sup>3</sup> <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2011/10/Ley-19.891-CNCA.pdf>

<sup>4</sup> <http://www.cultura.gob.cl/artes/audiovisual/>

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

<sup>6</sup> <http://www.corfo.cl/>

<sup>7</sup> <http://www.cntv.cl/>

<sup>8</sup> [http://dirac.minrel.gov.cl/prontus\\_dirac/site/edic/base/port/inicio.html](http://dirac.minrel.gov.cl/prontus_dirac/site/edic/base/port/inicio.html)

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

**Difusión del Cine Nacional**<sup>11</sup> (anteriormente denominado “de Cuotas de Pantalla”). Actualmente, este proyecto de ley se encuentra formalmente en trámite<sup>[1]</sup>, no obstante, varios los diputados han retirado su patrocinio y el avance en su tramitación se ha detenido.

El proyecto de ley establece cuotas de pantalla para la cinematografía nacional y latinoamericana, así como medias de continuidad que posibilitarían el mantener una película una semana más en cartelera, siempre y cuando cumpliera ciertos requisitos de asistencia.

Por otra parte, y como una respuesta extraparlamentaria entre privados, los gremios de los productores y los exhibidores firmaron un **Acuerdo de Colaboración para el Desarrollo y Fortalecimiento de la Industria Cinematográfica Chilena** en diciembre de 2013 con entrada en vigor el 1 de enero de 2014 y duración hasta el 31 de diciembre del mismo año, con intención de ser renovado tácitamente con carácter anual a menos que se indique lo contrario. El acuerdo afecta a aquellos productores y distribuidores que presenten a exhibición una película chilena estrenada con un mínimo de seis y un máximo de diez copias.

Los objetivos que se pretenden alcanzar son:

- a. Contribuir al fortalecimiento de la industria cinematográfica chilena.
- b. Potenciar el circuito comercial de las películas chilenas.
- c. Apoyar la descentralización de la exhibición de películas chilenas mediante la realización de estrenos en regiones que contribuyan a formar audiencias en estos territorios.
- d. Impulsar la profesionalización de la labor de promoción del cine chileno.

En este momento, Chile cuenta con varias **iniciativas normativas** que afectan al mercado cinematográfico. En primer lugar se encuentra el **proyecto de Ley de Fomento a la Exhibición y Difusión del Cine Nacional**<sup>10</sup> (anteriormente denominado “de Cuotas de Pantalla”), actualmente en trámite, que afecta tanto al establecimiento de cuotas de pantalla, como a las medias de continuidad, que posibilitarían el mantener una película una semana más en cartelera, siempre y cuando cumpliera ciertos requisitos de asistencia.

Por otro lado, aparece una **modificación** del **artículo 14** de la **Ley 19.733**, relativo a las condiciones de Depósito Legal de ejemplares para la obra cinematográfica, que en lugar de consistir en dos ejemplares físicos, pasa a constar de uno físico y otro digital<sup>11</sup>.

Por último, se encuentra una **modificación** a la **Ley de Donaciones Culturales**<sup>12</sup>, de reciente entrada en vigor. El objetivo de este cambio es flexibilizar los requisitos que se exigen para poderse acoger a este sistema de financiación, aunque se sigue exigiendo que, estemos ante una entidad pública sin ánimo de lucro, corporación pública, universidad o similares<sup>13</sup>.

En la actualidad, el panorama chileno se encuentra en un momento de crecimiento positivo. Destaca especialmente en este ámbito el estreno de Stefan v/s Kramer, dirigida por el propio

<sup>10</sup> [http://www.camara.cl/pley/pley\\_detalle.aspx?prmID=9024&prmBL=8620-24](http://www.camara.cl/pley/pley_detalle.aspx?prmID=9024&prmBL=8620-24)

<sup>11</sup> <http://www.dibam.cl/Recursos/Contenidos/Biblioteca%20Nacional/archivos/Extracto%20de%20ley%2019%20733%20y%20su%20Modificaci%C3%B3n.pdf>

<sup>12</sup> [http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2011/07/LEY-20675\\_05-JUN-2013.pdf](http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2011/07/LEY-20675_05-JUN-2013.pdf)

<sup>13</sup> <http://www.donacionesculturales.gob.cl/como-presentar-proyectos/quienes-pueden-postular/>



Kramer (reconocido humorista chileno), Sebastián Freund y Lalo Prieto, que en 2012, batió todos los registros de asistencia de espectadores a las salas, acumulando tantos espectadores como los últimos 51 títulos chilenos combinados, convirtiéndose en la película más vista en Chile de la historia, superando superproducciones internacionales como Avatar o Titanic<sup>14</sup>.

### 3. Análisis de casos de éxito y casos mixtos

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

#### Políticas Directas

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

#### Políticas Indirectas

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

#### Otras políticas

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

<sup>14</sup><http://www.cooperativa.cl/noticias/entretencion/cine/cine-chileno/stefan-vs-kramer-ya-es-la-pelicula-mas-vista-de-la-historia-en-chile/2012-10-24/082925.html>

## 4. Casos internacionales objeto del Estudio. Resultados.

- *Argentina*

### *POLÍTICAS DIRECTAS*

Destaca como normativa principal en este ámbito la **ley 17.741** de Fomento y Regulación de la Actividad Cinematográfica<sup>15</sup>, en la que se regula la figura del **Instituto Nacional del Cine y Artes Visuales (INCAA)**<sup>16</sup>, cuya función principal es el fomento y regulación de la actividad cinematográfica. Este órgano se encarga de la gestión del **Fondo de Fomento Cinematográfico**, dedicado al fomento de la cinematografía argentina a través de la concesión de subsidios y créditos.

El citado Fondo se integra, como expone el **artículo 24** de la ley, a través de un impuesto equivalente al 10% aplicable sobre el precio básico de toda entrada, ya sea gratuita u onerosa, para presenciar espectáculos cinematográficos en todo el país, cualquiera que sea el ámbito donde se realicen<sup>17</sup>. Este impuesto recae sobre los espectadores, de modo que los empresarios o exhibidores agregan el impuesto al precio básico de cada entrada. También ha establecido una **reserva de cuota** mínima de pantalla para las producciones cinematográficas nacionales.

No se puede hacer un análisis de las medidas directas en Argentina sin hacer referencia a los **“Espacios INCAA”**<sup>18</sup>, un programa desarrollado por el INCAA en marzo de 2004, que supone la creación de un circuito alternativo, enfocando fundamentalmente su interés a las provincias argentinas, cuyo propósito es garantizar la exhibición de las producciones cinematográficas nacionales, estableciendo un bajo precio de entrada a las salas o descuentos generados a partir de la gestión y firma de convenios federales de cooperación entre el INCAA y sindicatos, gremios y asociaciones.

### *POLÍTICAS INDIRECTAS*

Del desarrollo del estudio, se ha podido identificar en Argentina una medida indirecta de apoyo al cine, a través de una campaña del INCAA llamada “Digitalización de las Salas” que busca permitir la digitalización de los equipos de reproducción de algunos exhibidores, para ofrecer proyecciones con mayor calidad en las salas seleccionadas, que cuentan con la infraestructura necesaria para poder reproducir las obras en esos formatos.

### *Clasificación: Caso mixto*

De 2008 a 2012 este país ha exhibido cuotas nacionales de cine decrecientes, tanto en términos de espectadores como de recaudación, llegando a acumular una tasa de crecimiento negativa del 4,76% y del 7,06% respectivamente, a pesar de ser un país que registra numerosas medidas de fomento.

---

<sup>15</sup> <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/17938/norma.htm>

<sup>16</sup> <http://www.incaa.gov.ar/castellano/index.php>

<sup>17</sup> <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/17938/norma.htm>

<sup>18</sup> <http://espacios.incaa.gov.ar/>

- *Brasil*

### ***POLÍTICAS DIRECTAS***

Brasil ha establecido diversas políticas de carácter directo que tienen por objeto el fomento del consumo de cine nacional dentro del país, como la creación de varias entidades orientadas a fomentar la audiencia, como el Instituto Cultural Cinema Brasil, (ANCINE)<sup>19</sup>, Fundo Sectorial do Audiovisual, Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual.

Brasil es un país donde el consumo de cine nacional tiene una fuerte dependencia de los apoyos del sector público. En los últimos años, se ha buscado una mayor participación y apoyo del Estado en el sector audiovisual. En concreto, el **Fundo Setorial do Audiovisual (FSA)**<sup>20</sup>, cuyo objetivo es promover la diversidad, trata de generar demanda de contenido brasileño e independiente, con el establecimiento de recursos para el fomento del sector audiovisual y estableciendo programas como el **Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Brasileiro (PRODECINE)** para mejorar la producción, desarrollo, **exhibición y distribución** de largometrajes.

Así mismo cuenta con una política de reserva de **cuota de pantalla**. Desde la creación de ANCINE en el año 2003, se establece a través de resoluciones anuales que fijan el número de títulos y la cantidad de días que deberán estar en cartel, en cantidades graduadas según la cantidad de salas que posea el establecimiento. El mínimo es de 28 días anuales y dos títulos brasileños por sala<sup>21</sup>.

### ***POLÍTICAS INDIRECTAS***

La más llamativa consiste en el proyecto conocido como **“Bono Cultura o Vale Cultura”**<sup>22</sup>. Es una iniciativa creada en 2009, regulada actualmente por la **lei nº 12.761, de 27 de dezembro de 2012**<sup>23</sup> conocida como el Programa Cultura del Trabajador, busca proporcionar y facilitar a los trabajadores el acceso y disfrute de los bienes y servicios culturales, se configura como un sistema de subsidios para tratar de impulsar el consumo de cultura, y por tanto del cine, dentro del país.

En lo referente a la **formación de audiencias**, el Instituto Cultural Cinema Brasil establece subsidios como el proyecto **“subsídio ao ingresso gratuito de filmes brasileiros para população de baixa renda”**<sup>24</sup>, que pretende facilitar el acceso a películas brasileñas a

<sup>19</sup> <http://www.ancine.gov.br/>

<sup>20</sup> <http://fsa.ancine.gov.br/>

<sup>21</sup> <http://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=18&ved=0CGoQFjAHOAo&url=http%3A%2F%2Fwww.temasydebates.unr.edu.ar%2Findex.php%2Ftyd%2Farticle%2Fdownload%2F63%2F62&ei=jt6hUqjIDaPUOQWN2YHgAg&usg=AFQjCNFM2McMzJmGmzk7q43w35Fd23tcTQ&sig2=oc-3GOA-4aOsc6kdSACHdA&bvm=bv.57752919,d.d2k>

<sup>22</sup> <http://www.cultura.gov.br/valecultura>

<sup>23</sup> [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ Ato2011-2014/2012/Lei/L12761.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ Ato2011-2014/2012/Lei/L12761.htm)

<sup>24</sup> <http://iccb.org.br/subsidio.html>

colectivos marginales o desfavorecidos, suministrando al menos 20.000 entradas gratuitas, ofrecidas directamente por las salas de “Microcine Bonsucesso”<sup>25</sup>.

Cabe resaltar también la existencia del **Programa Cinema Perto de Você**<sup>26</sup>, cuyo objetivo es el apoyo y financiación por parte de ANCINE para la construcción de nuevas salas de cine en el país.

### *OTRAS POLÍTICAS*

Se han creado y establecido diversos festivales y premios específicos para galardonar a distribuidores y exhibidores de cine brasileño<sup>27</sup>, como el **Prêmio Adicional de Renda o el Prêmio ANCINE de Incentivo à Qualidade**.

#### *Clasificación: Caso de éxito.*

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

- *Colombia*

### *POLÍTICAS DIRECTAS*

En Colombia se han venido estableciendo políticas directas destinadas a dotar de protección y fomentar las audiencias nacionales, contempladas principalmente en dos cuerpos legislativos, la **Ley 397 de 1997** denominada Ley de la Cultura sobre estímulos a la cultura, fondos y patrimonio cultural en los artículos **40 y 41**<sup>28</sup>, que indican que el Estado fomentará la conservación, preservación y divulgación, así como el desarrollo artístico o industrial de la cinematografía colombiana; y la **Ley 814 de 2003** para el Fomento de la Actividad Cinematográfica, conocida como Ley del Cine, que enumera una serie de medidas proteccionistas, así, en su **artículo 14**, prevé unos estímulos a la **exhibición de cortometrajes** colombianos indicando que estos “podrán descontar directamente en beneficio de la actividad de exhibición, en seis punto veinticinco puntos porcentuales la contribución a su cargo cuando exhiban cortometrajes colombianos certificados como tales de conformidad con las normas sobre la materia”.

El **artículo 18** de la Ley 814 faculta al Gobierno a establecer **reservas de cuota de pantalla**, indicando que para el impulso de la cinematografía nacional, dentro de los dos últimos meses de cada año, éste podrá dictar normas sobre porcentajes mínimos de exhibición de títulos nacionales en las salas de cine o en cualquier otro medio de exhibición o comercialización de

---

<sup>25</sup> <http://www.microcine.com.br/>

<sup>26</sup> <http://www.ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/programa-cinema-perto-de-voc-aprova-financiamento-de-r-1685-milh-es-para-cons>

<sup>27</sup> <http://www.ancine.gov.br/>

<sup>28</sup> <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=337>

obras cinematográficas diferente a la televisión, medidas que regirán para el año siguiente, atendiendo a las infraestructuras de exhibición y los promedios de asistencia. A pesar de esto, en la práctica solo se está aplicando la reserva de cuota de pantalla para la emisión de películas nacionales en televisión, dejando fuera la exhibición en sala<sup>29</sup>.

La ley 814 establece además, la creación de una cuenta especial denominada **Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC)**<sup>30</sup>, a cargo del Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC), que se constituye como un instrumento de financiación alimentado de los recursos provenientes de un sistema de contribución parafiscal, como indica el **artículo 5** de esta ley. Los recursos que obtiene se destinan al establecimiento de políticas relacionadas con el lanzamiento de películas nacionales a las salas del cine del país mediante estímulos dirigidos al productor para gastos de producción de **copias, trailers, y publicidad** a través de la radio, prensa y televisión.

### ***POLÍTICAS INDIRECTAS***

El **FDC** ofrece unos **estímulos** por concurso para materias de **formación**, dirigidos a proyectos de **diplomado, postgrados** o módulos de postgrado, en diferentes áreas del sector cinematográfico, presentados por entidades académicas colombianas, ofreciendo un monto máximo total de 162,601.63 USD, y otorgando en exclusiva estímulos de hasta 20,325.20 USD por proyecto<sup>31</sup>.

### ***OTRAS POLÍTICAS***

El FDC ha convocado, para los períodos analizados, diferentes estímulos para la **capacitación de profesionales** en diferentes áreas de la cinematografía<sup>32</sup>. Los proyectos beneficiarios de estas convocatorias principalmente han tenido un perfil creativo. No obstante, se han realizado diferentes programas de capacitación en diferentes materias relativas a las fases de distribución y exhibición.

### ***Clasificación: Caso mixto***

En el periodo 2008 – 2012 este país ha exhibido cuotas nacionales de cine decrecientes, llegando a acumular una tasa de crecimiento negativa del 5,84% para la cuota nacional de espectadores y una cuota, también negativa del 6,67% para su cuota de recaudación nacional.

---

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

<sup>30</sup> [http://www.proimágenescolombia.com/secciones/fdc/que\\_es\\_el\\_fdc.php#](http://www.proimágenescolombia.com/secciones/fdc/que_es_el_fdc.php#)

<sup>31</sup> [http://www.proimágenescolombia.com/secciones/fdc/convocatorias/estimulos\\_concurso.php](http://www.proimágenescolombia.com/secciones/fdc/convocatorias/estimulos_concurso.php)

<sup>32</sup> [http://www.proimágenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/programas\\_formacion/programas\\_formacion.php](http://www.proimágenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/programas_formacion/programas_formacion.php)

- *Corea del Sur*

### **POLÍTICAS DIRECTAS**

Corea ha establecido una política de reserva de **cuota de pantalla**; así la *Film Promotion Law Act 5129 de 1996*<sup>33</sup> requería a los cines a exhibir películas coreanas durante 146 días al año, pero tras la redacción del artículo 18 del **Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos**<sup>34</sup>, esta cifra se ha reducido a los actuales 73 días al año.

También ha destacado Corea por la toma de medidas como la creación del *Korean Film Council (KOFIC)*<sup>35</sup> y el *Film Development Fund*. El *Korean Film Council* es una organización dependiente del Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo Coreano, cuya labor es la de apoyar y promocionar el cine coreano. KOFIC gestiona el *Film Development Fund*, con una dotación de 430 millones de USD destinados a promover y apoyar la industria cinematográfica coreana. Cuenta con líneas de ayuda específicas a la exhibición y distribución.

### **POLÍTICAS INDIRECTAS**

Corea ha desarrollado varias medidas que guardan relación con la **formación de audiencias**. KOFIC abrió el Centro de Medios de Seúl<sup>36</sup>, para promover actividades en formación de audiencias y cultura audiovisual entre determinados grupos poblacionales, mostrando especial interés en los estudiantes, pero también en otros sectores de la población coreana como son aquellas personas que se encuentran en prisión, militares o personas mayores.

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

### **OTRAS POLÍTICAS**

Así mismo, KOFIC desarrolla **programas formativos para los profesionales** del sector<sup>37</sup> en materias que impacten sobre la exhibición y la producción, destacando por su parte el interés en el “*Asian Film Professionals Training Program*”, cuyo objetivo es mejorar los niveles de entendimiento y relación entre las industrias de cine asiáticas.

### **Clasificación: Caso de éxito**

De entre los países analizados, Corea del Sur es el único en el que **el consumo actual de cine nacional**, en términos de espectadores, **es más elevado que el consumo de cine extranjero**, llegando a acumular una tasa de crecimiento positiva del 8,72% en el periodo estudiado para las tasas de cine nacional basadas en espectadores y superiores al 11% en las cuotas de cine en

<sup>33</sup> [www.law.go.kr/%EB%B2%95%EB%A0%B9/%EC%98%81%ED%99%94%20%EB%B0%8F%20%EB%B9%84%EB%94%94%EC%98%A4%EB%AC%BC%EC%9D%98%20%EC%A7%84%ED%9D%A5%EC%97%90%20%EA%B4%80%ED%95%9C%20%EB%B2%95%EB%A5%A0](http://www.law.go.kr/%EB%B2%95%EB%A0%B9/%EC%98%81%ED%99%94%20%EB%B0%8F%20%EB%B9%84%EB%94%94%EC%98%A4%EB%AC%BC%EC%9D%98%20%EC%A7%84%ED%9D%A5%EC%97%90%20%EA%B4%80%ED%95%9C%20%EB%B2%95%EB%A5%A0)

<sup>34</sup> <http://www.ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements/korus-fta/final-text>

<sup>35</sup> <http://www.koreanfilm.or.kr/>

<sup>36</sup> <http://www.koreanfilm.or.kr/jsp/kofic/intro.jsp>

<sup>37</sup> [http://www.koreanfilm.or.kr/jsp/news/kofic\\_news.jsp?pageIndex=17&blbdComCd=601007&seq=689&mode=VIEW&returnUrl=&searchKeyword=](http://www.koreanfilm.or.kr/jsp/news/kofic_news.jsp?pageIndex=17&blbdComCd=601007&seq=689&mode=VIEW&returnUrl=&searchKeyword=)

base a recaudación. Cuotas de cine cercanas al 60%, convierten a Corea en el país con la cuota más elevada del Estudio.

- *España*

### ***POLÍTICAS DIRECTAS***

Destaca en España la aprobación de la **Ley del Cine 55/2007** de 28 de diciembre<sup>38</sup>, que dedica sus secciones 4ª y 5ª a las ayudas, como por ejemplo las Ayudas a la distribución de películas (Sección 4ª, artículo 28) o las Ayudas a la exhibición de películas (Sección 5ª, artículo 29), entre otras.

En materia de cine, **el Plan Estratégico General**<sup>39</sup> para el periodo 2012-2015, elaborado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, pretende garantizar en el marco del nuevo modelo de apoyo público al cine, una dotación suficiente del Fondo de Protección a la Cinematografía que permita desarrollar una política eficaz y sostenible de ayudas directas a la cinematografía y el audiovisual.

### ***POLÍTICAS INDIRECTAS***

España ha implementado diferentes políticas indirectas de fomento entre las que destacan las ayudas a la amortización<sup>40</sup>, que se vinculan a los resultados de recaudación en salas de una determinada obra cinematográfica. Son ayudas que se conceden a la producción en función de los resultados de la película atendiendo a parámetros tales como espectadores o ingresos en taquilla.

### ***OTRAS POLÍTICAS***

España ha implementado otras medidas de fomento de audiencias de carácter indirecto, tales como las **ayudas para el desarrollo y la realización de proyectos culturales y de formación no reglada**<sup>41</sup>. Entre otros aspectos, en estos programas formativos se han abordado materias de especial interés tales como Marketing o eCommerce, para mejorar las condiciones de exhibición del cine local.

### ***Clasificación: Caso de éxito***

En el periodo 2008 – 2012, España ha exhibido cuotas nacionales de cine, que si bien son modestas, manifiestan un crecimiento medio del 9,89% para el periodo estudiado en cuanto a espectadores y un crecimiento superior al 12% para la cuota de recaudación, alcanzando en 2012 una cuota nacional de cine por espectadores del 19,42%.

---

<sup>38</sup> [http://www.mcu.es/archivoswebmcu/LegislacionConvenio/legislacion/rcl\\_2007\\_2384\\_ley\\_55\\_200712\\_28.pdf](http://www.mcu.es/archivoswebmcu/LegislacionConvenio/legislacion/rcl_2007_2384_ley_55_200712_28.pdf)

<sup>39</sup> <http://www.cultura.gob.es/principal/docs/novedades/2012/PlanEstrategicoGeneral2012-2015.pdf>

<sup>40</sup> [http://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2013-3181](http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2013-3181)

<sup>41</sup> <http://www.mcu.es/ayudasSubvenciones/docs/cine/ProyectosCulturalesEstudiosNoRegladosConv2011.pdf>

## Valoración de expertos

Respecto del caso español, se realizaron varias entrevistas a expertos de ámbitos como el sector público, productores y programas supranacionales. En todas ellas se concluyó que las ayudas a la amortización, por su dificultad de gestión y administración, así como las dificultades de control de las mismas, van a ser paulatinamente eliminadas. Se plantea potenciar un modelo de financiación prioritariamente enfocado en incentivos fiscales, actualmente en estudio y desarrollo en España y tímidamente incorporado en la Ley del Cine del año 2007. Por esta razón, no se contemplan las ayudas a la amortización dentro de las propuestas de medidas a implementar en Chile desarrolladas más adelante en este Estudio, pese a que desde el punto de vista cuantitativo podrían considerarse como un caso de éxito.

- Francia

### POLÍTICAS DIRECTAS

En cuanto a su regulación en materia de políticas directas, Francia dispone de una normativa variada para regular la materia del cine, pero destaca por encima del resto el **Code du cinéma et de l'image animée**<sup>42</sup>. En esta normativa una de las medidas de fomento que destaca, es la aplicación del 11% del precio de cualquier entrada vendida en sala para la financiación de producciones nacionales francesas.

Francia cuenta además con un organismo específico en materia de cine, el **Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC)**, que entre otras, cuenta con ayudas a la distribución, exhibición, difusión en salas, explotación, ayudas selectivas a la creación y la modernización de salas, etcétera<sup>43</sup>.

En Francia también se conceden **ayudas automáticas** a las empresas encargadas de la distribución de largometrajes franceses y coproducciones, a través de la denominada "**soutien automatique à la distribution**"<sup>44</sup>. Esta subvención afecta a las empresas de distribución de obras de cine cuya duración sea superior a una hora y se calcula aplicando una tasa que consiste en un porcentaje sobre los impuestos especiales que sean de aplicación en función del precio de las entradas.

### POLÍTICAS INDIRECTAS

De entre las políticas indirectas para fomento de audiencias, destaca por su relevancia la denominada "**avance sur recettes**"<sup>45</sup>, que consiste en un anticipo a cuenta o préstamo sin interés sobre los futuros ingresos de taquilla. Los destinatarios de esta ayuda son las productoras de largometrajes y en general, realizadores de cine, siempre que tengan la

<sup>42</sup><http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000020908868>

<sup>43</sup>[http://www.cnc.fr/web/fr/promouvoir-diffuser;jsessionid=57D2966CD17EC54712B50BC84E6CA209.liferay?p\\_p\\_id=56\\_INSTANCE\\_e1Pr&p\\_p\\_lifecycle=0&p\\_p\\_state=pop\\_up&p\\_p\\_mode=view&p\\_p\\_col\\_id=column-1&p\\_p\\_col\\_count=1&\\_56\\_INSTANCE\\_e1Pr\\_struts\\_action=%2Fjournal\\_content%2Fview&\\_56\\_INSTANCE\\_e1Pr\\_groupId=18&\\_56\\_INSTANCE\\_e1Pr\\_articleId=41801&\\_56\\_INSTANCE\\_e1Pr\\_viewMode=print](http://www.cnc.fr/web/fr/promouvoir-diffuser;jsessionid=57D2966CD17EC54712B50BC84E6CA209.liferay?p_p_id=56_INSTANCE_e1Pr&p_p_lifecycle=0&p_p_state=pop_up&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=1&_56_INSTANCE_e1Pr_struts_action=%2Fjournal_content%2Fview&_56_INSTANCE_e1Pr_groupId=18&_56_INSTANCE_e1Pr_articleId=41801&_56_INSTANCE_e1Pr_viewMode=print)

<sup>44</sup><http://www.cnc.fr/web/fr/soutien-automatique-a-la-distribution>

<sup>45</sup><http://www.cnc.fr/web/fr/avance-sur-recettes-avant-realisation>



nacionalidad francesa o teniendo la nacionalidad de otro Estado Miembro de la Unión Europea, obtengan la condición de residentes.

El CNC lleva a cabo esta formación de audiencias con un modelo de operaciones denominado **“Collège au cinéma”**<sup>46</sup>, organizado en concertación con las colectividades territoriales, las salas de cine y la Educación Nacional, que propone a los estudiantes enseñanza básica y media junto con sus profesores, el análisis de películas vistas en salas de cine durante el periodo escolar.

Del mismo modo, el CNC dispone de otro programa de formación de audiencias denominado **“école et cinéma”**<sup>47</sup>, que ofrece a los estudiantes de preescolar a quinto básico descubrir películas en proyecciones organizadas especialmente para ellos en los cines. Se pretende así crear una introducción al cine a través del apoyo y la labor educativa llevada a cabo por los profesores y las instituciones culturales.

A tal fin, el CNC también se encarga de sostener económicamente las siguientes asociaciones cuyo fin es la alfabetización audiovisual: **Ciné-ma Différence**<sup>48</sup>, **Kyrnéa international**<sup>49</sup>, **Retour d’image**<sup>50</sup>, **Toiles enchantées**<sup>51</sup>, **La ligue de l’enseignement**<sup>52</sup> y **Cultures, publics et territoires**<sup>53</sup>.

### **Clasificación: Caso de éxito**

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

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

---

<sup>46</sup> <http://www.cnc.fr/web/fr/college-au-cinema>

<sup>47</sup> <http://www.cnc.fr/web/fr/ecole-et-cinema>

<sup>48</sup> [www.cinemadifference.com](http://www.cinemadifference.com)

<sup>49</sup> [www.kyrnea.com](http://www.kyrnea.com)

<sup>50</sup> [www.retourimage.eu](http://www.retourimage.eu)

<sup>51</sup> <http://www.lestoilesenchantees.com/>

<sup>52</sup> [www.laligue.org](http://www.laligue.org)

<sup>53</sup> [www.resonance-culture.fr](http://www.resonance-culture.fr)

- *México*

### **POLÍTICAS DIRECTAS**

En este ámbito, resulta relevante la creación de la **Ley Federal de Cinematografía**<sup>54</sup> de **22 de diciembre de 1992** (reformada por última vez en abril de 2010) y de su **Reglamento**<sup>55</sup> de **desarrollo de 2001**, que tiene por objeto reglamentar, de acuerdo con la Ley Federal de Cinematografía, la promoción de la producción, distribución, comercialización y exhibición de películas, así como su rescate y preservación, procurando el estudio y atención de los asuntos relativos a la integración, fomento y desarrollo de la industria cinematográfica nacional.

A pesar de que esta ley, todavía en vigor, establece unas reservas de cuota de pantalla, según se desprende de las fuentes consultadas, en la práctica en México no se están aplicando las medidas recogidas en la ley<sup>56</sup>.

Destaca, por otra parte, la existencia de **FIDECINE**<sup>57</sup>, **Fondo de Inversión y Estímulos al Cine**, un fideicomiso de apoyo a la producción, postproducción, distribución y exhibición de largometrajes (75 minutos o más) de ficción y/o animación, que otorga apoyos vía capital de riesgo y crédito, cumpliendo así el objetivo de fomentar y promover permanentes de la industria cinematográfica nacional, con perspectivas de viabilidad técnica y financiera, permitiendo brindar un sistema de apoyos financieros, de garantía, de estímulos y de inversiones.

Otro instrumento a destacar es el llamado **Beneficio a la Distribución de Películas Cinematográficas Nacionales**<sup>58</sup>. Las empresas distribuidoras pueden solicitar este beneficio tal como se señala en el Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal del año en cuestión. Se trata de una ayuda para que las empresas distribuidoras puedan recuperar parte del coste de distribución.

### **POLÍTICAS INDIRECTAS**

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

Existe un **Fideicomiso de Promoción y Desarrollo del Cine Mexicano en el Distrito Federal (PROCINEDF)**<sup>59</sup>. Adscrito a la Secretaría de Cultura, PROCINEDF es el encargado de fomentar y promocionar el desarrollo permanente de la industria cultural cinematográfica mexicana en el Distrito Federal, así como brindar el apoyo y estímulos económicos al sector cinematográfico

---

<sup>54</sup> <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/103.pdf>

<sup>55</sup> [http://www.sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/7dc3f003-329b-42ba-abb3-b7921ad2eda6/reglamento\\_ley\\_fed\\_cinematografia.htm](http://www.sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/7dc3f003-329b-42ba-abb3-b7921ad2eda6/reglamento_ley_fed_cinematografia.htm)

<sup>56</sup> <http://caem.cl/Documentos/Opini%F3n%20CAEM%20-%20Sistema%20de%20Cuotas%20de%20Pantalla%20%2818%20mayo%202007%29.pdf>

<sup>57</sup> <http://www.imcine.gob.mx/media/31724.pdf>

<sup>58</sup> [http://www.conaculta.gob.mx/financiamiento\\_beneficios\\_2012/](http://www.conaculta.gob.mx/financiamiento_beneficios_2012/)

<sup>59</sup> [http://www.cultura.df.gob.mx/procinedf/index.php?option=com\\_content&view=featured&Itemid=43](http://www.cultura.df.gob.mx/procinedf/index.php?option=com_content&view=featured&Itemid=43)

incentivando la inversión pública y privada en beneficio de los productores, creadores, distribuidores y exhibidores de películas mexicanas.

Por otra parte, el gobierno federal ofrece a través del IMCINE el **Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad**, conocido como **FOPROCINE**<sup>60</sup>, que tiene como objetivo fomentar el desarrollo de la actividad cinematográfica nacional no contemplada en la Ley Federal de Cinematografía, mediante la operación de un sistema de otorgamiento de apoyos financieros a los productores de largometrajes.

### **OTRAS POLÍTICAS**

Dentro del Instituto de Cinematografía Mexicano (IMCINE) se impulsa la formación del sector audiovisual a través de un **espacio académico** donde se encuentra información de cursos, talleres, foros, seminarios y conferencias para las personas que trabajan en esta industria<sup>61</sup>.

#### **Clasificación: Caso mixto**

México muestra una tasa de crecimiento anual compuesta negativa (9,9%), para el periodo 2008 – 2012, en su cuota de cine nacional en base a espectadores, e incluso más negativa si miramos el crecimiento de su cuota en base a recaudación.

- *Nueva Zelanda*

### **POLÍTICAS DIRECTAS**

En el ámbito de la **exhibición y distribución**, destaca especialmente el Fondo conocido como **Screen Production Incentive Fund (SPIF)**<sup>62</sup>, el cual se encarga de establecer subvenciones que pueden alcanzar hasta un 40% de la inversión realizada por el productor, tanto para medianas como para grandes producciones.

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

### **POLÍTICAS INDIRECTAS**

En cuanto a actividades de **formación**, el programa **Mediasphere**<sup>63</sup>, a cargo del *New Zealand Film Archive*<sup>64</sup>, propone el establecimiento de una plataforma para que profesores, padres y estudiantes puedan acceder a la historia del cine neozelandés, visionar extractos de películas y en definitiva, incentivar a que éstos comiencen a apreciar el cine nacional. Además, se

---

<sup>60</sup><http://www.imcine.gob.mx/foprocine.html>

<sup>61</sup><http://www.imcine.gob.mx/espacios-academicos.html>

<sup>62</sup>[http://www.nzfilm.co.nz/sites/nzfc/files/Screen%20Production%20Incentive%20Fund%20Criteria%20October%202013%20FINAL\\_0.pdf](http://www.nzfilm.co.nz/sites/nzfc/files/Screen%20Production%20Incentive%20Fund%20Criteria%20October%202013%20FINAL_0.pdf)

<sup>63</sup><http://www.filmarchive.org.nz/mediasphere/>

<sup>64</sup><http://www.filmarchive.org.nz/>

proporcionan recursos útiles para que los alumnos realicen dinámicas en torno a los contenidos.

## **OTRAS POLÍTICAS**

Nueva Zelanda ha apoyado muy intensamente el fomento de **Industrias tecnológicas y de postproducción**, relacionadas con la cinematografía, principalmente en cuestiones vinculadas al I+D+i y los contenidos digitales, destacando la implementación ayudas como el **Fondo PDV** (Post, Digital and Visual Effects)<sup>65</sup>, enfocado a financiar la postproducción y los efectos visuales y digitales, pudiendo ver reembolsado hasta un 15% de los gastos realizados en este tipo de contenidos.

Adicionalmente, Nueva Zelanda otorga otro tipo de fondos destinados a la ayuda del cine nacional independiente, como el **Feature Film Finishing Grant**<sup>66</sup>, que tiene por objeto establecer ayudas económicas a este tipo de cine. Para ello, se establece una financiación de ayudas, que pueden alcanzar hasta 25,000 dólares neozelandeses por proyecto, para aquellos ciudadanos neozelandeses o residentes en el país que hayan producido de forma independiente un largometraje o un documental. Adicionalmente, también se ofrecen ayudas dirigidas a los **cortometrajes**<sup>67</sup>.

### **Clasificación: Caso de éxito**

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

Para esta labor, el gobierno neozelandés ha implementado medidas e incentivos fiscales, participando activamente en el crecimiento del consumo de cine nacional dentro del país, llegando a modificar a este respecto su propia legislación interna cuando ha sido preciso, como sucedió en el caso de *El Hobbit*<sup>68</sup>, con el objetivo de fomentar el nivel de coproducción.

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

A pesar de tener una producción nacional propia limitada, la recaudación nacional del país muestra una tasa de crecimiento anual acumulada positiva del 8,27% para el periodo 2008 a

---

<sup>65</sup> <http://www.nzfilm.co.nz/funding/feature-films/post-production-funding/post-digital-and-visual-effects-grant>

<sup>66</sup> <http://www.nzfilm.co.nz/funding/feature-films/post-production-funding/feature-film-finishing-grant>

<sup>67</sup> <http://www.nzfilm.co.nz/funding/short-films>

<sup>68</sup> <http://www.emol.com/noticias/magazine/2010/10/29/444303/nueva-zelandia-aprueba-ley-hobbit-para-permitir-realizacion-de-las-peliculas.html>

2012<sup>69</sup>, siendo mayor que la tasa media de recaudación total para el mismo periodo. Además las tasas de crecimiento de sus cuotas de cine nacional en su vertiente de estrenos y recaudación, se muestran positivas, lo que, sumado a la rápida evolución del sector cinematográfico dentro del país y al crecimiento de la industria en el mismo, configuran a Nueva Zelanda como un caso de éxito.

- *Reino Unido*

### *POLÍTICAS DIRECTAS*

En la actualidad, la **Films Act de 1985**<sup>70</sup>, ha derogado todas las reservas de cuota de pantalla, como el 45% que estableció el **Cinematograph Films Act de 1948**<sup>71</sup>.

Reino Unido dispone de una entidad cinematográfica conocida como el **British Film Institute (BFI)**<sup>72</sup>, un organismo creado con el objetivo de preservar el mantenimiento, comprensión y acceso a la cultura del cine británico en el país, cuenta con ayudas a la exhibición y la distribución, entre las que se encuentran el **BFI Audience Fund**<sup>73</sup>, el **Distribution Fund**<sup>74</sup> o el **Prints and Advertising Fund**<sup>75</sup>.

### *POLÍTICAS INDIRECTAS*

Medida de especial relevancia es la iniciativa **Film Forever**<sup>76</sup>, desarrollada por el BFI para el periodo **2012-2017**, y que tiene como objetivo el apoyo al cine británico y la financiación de sus películas<sup>77</sup>. Además, contiene otras medidas destinadas al **fomento de audiencias**, dotándose el BFI de una serie de recursos y materiales que permiten acercar a los centros educativos y profesores las metodologías y sistemas de formación en cultura audiovisual. En este ámbito, conviene destacar la guía práctica **"Using Films in Schools"**<sup>78</sup>.

Por otro lado, existen fondos a cargo del BFI, de diversa temática, como el **Film Fund**<sup>79</sup>, que ofrece apoyo económico con el objetivo de establecer políticas de apoyo tanto a cineastas de reconocimiento internacional como a aquellos talentos emergentes, dotando apoyos económicos para el desarrollo de largometrajes y el **International Fund**, que tiene por objeto el apoyo a coproducciones en las que participe Reino Unido y tengan a su vez, especial

---

<sup>69</sup> New Zealand Motion Picture Distributors' Association, 2013:

<http://www.mpda.org.nz/reports/weekly>

<sup>70</sup> [http://www.terramedia.co.uk/reference/law/UK\\_media\\_law/FilmsAct1985.htm](http://www.terramedia.co.uk/reference/law/UK_media_law/FilmsAct1985.htm)

<sup>71</sup> [http://www.terramedia.co.uk/reference/law/UK\\_media\\_law/cinema\\_and\\_film\\_laws.htm#CinematographFilms1948](http://www.terramedia.co.uk/reference/law/UK_media_law/cinema_and_film_laws.htm#CinematographFilms1948)

<sup>72</sup> <http://www.bfi.org.uk/>

<sup>73</sup> <http://www.bfi.org.uk/film-industry/bfi-audience-fund>

<sup>74</sup> <http://www.bfi.org.uk/film-industry/lottery-funding-distribution/distribution-fund/distribution-fund-how-apply>

<sup>75</sup> <http://industry.bfi.org.uk/prints>

<sup>76</sup> <http://www.bfi.org.uk/about-bfi/policy-strategy/film-forever>

<sup>77</sup> [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/78460/DCMS\\_film\\_policy\\_review\\_report-2012\\_update.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/78460/DCMS_film_policy_review_report-2012_update.pdf)

<sup>78</sup> [http://old.bfi.org.uk/education/teaching/using\\_film\\_in\\_schools.pdf](http://old.bfi.org.uk/education/teaching/using_film_in_schools.pdf)

<sup>79</sup> <http://www.bfi.org.uk/film-industry/lottery-funding-development-production>

relevancia fuera del propio país, tratando de impulsar, en concreto, el crecimiento y la relación cultural y comercial con países como Brasil, China y Estados Unidos<sup>80</sup>.

### **OTRAS POLÍTICAS**

El BFI ha elaborado múltiples programas, en forma de cursos y conferencias, de **capacitación de profesionales** del sector cinematográfico, ya no en aspectos creativos o de desarrollo, sino también en aspectos de educación, negocio, producción ejecutiva y marketing<sup>81</sup>.

Cabe destacar, así mismo, la existencia de otro tipo de fondos destinados a la producción con impacto en la creación de industrias auxiliares de postproducción y efectos especiales, donde los proyectos financiados se caracterizan por su alto grado de innovación o por la utilización de efectos visuales y digitales, destacando especialmente el **Development Fund**<sup>82</sup>.

#### **Clasificación: Caso de éxito.**

El análisis de los datos para Reino Unido nos permite conocer por qué este país se clasifica como **caso de éxito**, ya que cuenta con la realización de grandes producciones de impacto mundial y demuestra altas cuotas de pantalla, similares a las de casos de éxito emblemáticos como Francia o Corea del Sur y a una tasa de crecimiento acumulada positiva de sus cuotas de cine del 1,43% para el periodo estudiado, tras un pronunciado descenso de las cuotas en el año 2009.

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

## **4.1. Resultados del análisis de los supuestos**

### **a. Conclusiones del análisis de las experiencias internacionales analizadas**

Como conclusión basada en los porcentajes de éxito de las cuotas y aislando las medidas implementadas por país, se puede afirmar que los países que implementaron cierto tipo de políticas, obtuvieron una incidencia positiva:

- **Ayudas y subvenciones directas** -> el 100% de los países que tuvieron éxito las implementaron.
- **Legislación de cuotas de pantalla nacional o regional** -> de los seis países que tuvieron éxito, 4 países las implementaron.
- **Medidas para la formación de audiencias de cine nacional** -> el 100% de los países que tuvieron éxito las implementaron.

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

---

<sup>80</sup> <http://www.bfi.org.uk/film-industry/bfi-international-strategy>

<sup>81</sup> <http://www.bfi.org.uk/education-research/education/courses-conferences>

<sup>82</sup> <http://www.bfi.org.uk/news-opinion/news-bfi/announcements/bfi-s-programming-development-fund-now-open>

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

### b. Antigüedad de las instituciones

De acuerdo a la antigüedad de las instituciones cinematográficas, podría decirse que los casos de éxito tienden a ser aquellos cuyas instituciones son más antiguas [Reino Unido (1933) y Francia (1946)], y que una de las instituciones más recientes corresponde a un país de crecimiento mixto [Colombia (1997)].

### c. Levantamiento de datos y estandarización de medición de audiencias

Los datos recabados para el presente informe han sido ordenados y recopilados a partir de fuentes oficiales de cada uno de los países de análisis, recogiendo los datos de medición de audiencias de tres formas distintas en función del sistema de medición empleado por cada uno de ellos y de los datos disponibles: número de espectadores que visionaron películas nacionales vs el total de espectadores; recaudación de la taquilla por cine nacional vs el total de la recaudación total, número de estrenos nacionales vs totales y adicionalmente el número de producciones nacionales más vistas y de las mismas, aquellas en coproducción.

Tras dicha recopilación, se detectó que para algunos países era necesario acudir a estimaciones de cifras. Fue el caso de Reino Unido, Colombia y Francia.

A continuación se exponen las cuotas de audiencia en sus tres variables, para cada país y año estudiado, incluyéndose también los datos de Chile:

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

<b>Cuota Nacional de Cine - en recaudación y su TCAC</b>						
<b>País</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>TCAC</b>
Chile	7,52%	3,77%	2,09%	4,68%	11,71%	11,73%
Argentina	11,69%	15,60%	8,48%	6,60%	8,72%	-7,06%
Brasil	9,54%	13,60%	17,93%	10,85%	9,59%	0,13%
Colombia	11,67%	4,97%	4,95%	8,29%	8,85%	-6,67%
Corea del Sur	38,38%	51,52%	43,42%	51,13%	58,33%	11,03%
España	15,18%	18,42%	13,79%	18,47%	24,26%	12,43%
Francia	45,46%	36,86%	35,79%	40,93%	40,35%	-2,93%
México	7,33%	6,42%	5,49%	5,15%	4,41%	-11,92%
Reino Unido	31,80%	16,70%	24,00%	36,02%	32,10%	0,24%
Nueva Zelanda	1,68%	2,11%	6,26%	2,29%	2,09%	5,58%

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

**Fuentes:** Chile: "Distribución de Espectadores y Recaudación por Procedencia y Nacionalidad: películas exhibidas periodo 2001 – 2012", informe facilitado por el Consejo Nacional de las Culturas y las Artes (CNCA); Argentina: "Anuario de la Industria del Cine 2009, 2010, 2011, 2012", tomado de la página web del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA); Brasil: "Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA", tomado de la 4PROIMAGENES; Corea del Sur: "Korean Cinema 2012", tomado de la página web del Korean Film Council (KOFIC); España: "ICAA. Nº Estrenos 2008-2012 CRM: 0037911; Francia: "CNC Dossiers nº 326 – May 2013", tomado de la página web del Centre National du cinéma et de l'image animée (CNC); México: "Anuario Estadístico de cine Mexicano", tomado de la página web del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE); Reino Unido: "Statistical Yearbook 2013", tomado de la página web del British Film Institute (BFI); Nueva Zelanda: datos proporcionados por el Director Adjunto de la New Zealand Film Commission (NZFC).

#### **d. Número de estrenos nacionales y cuotas de cine nacional**

Existe la sospecha de que el incremento de películas nacionales estrenadas, incide en un registro de mayores cuotas de audiencia nacional. Con este ejercicio se pretende comprender si dicha relación se sostiene en los países analizados:



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

**Fuente:** Argentina: “Anuario de la Industria del Cine 2009, 2010, 2011, 2012”, tomado de la página web del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA); Brasil: “Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA”, tomado de la página web de la Agencia Nacional do Cinema (ANCINE); Colombia: “Cine en cifras”, tomado de la página web de PROIMAGENES; Corea del Sur: “Korean Cinema 2012”, tomado de la página web del Korean Film Council (KOFIC); España: “ICAA. Nº Estrenos 2008-2012 CRM: 0037911”; Francia: “CNC Dossiers nº 326 – May 2013”, tomado de la página web del Centre National du cinéma et de l’image animée (CNC); México: “Anuario Estadístico de cine Mexicano”, tomado de la página web del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE); Reino Unido: “Statistical Yearbook 2013”, tomado de la página web del British Film Institute (BFI); Nueva Zelanda: datos proporcionados por el Director Adjunto de la New Zealand Film Commission (NZFC).

#### e. Coproducción e incremento de audiencias

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

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

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

**Fuente:** El número de Acuerdos Bilaterales y Tratados Multilaterales se ha obtenido a través de las direcciones web oficiales de cada una de las entidades cinematográficas.

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

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

**El caso de Corea del Sur resulta ser una excepción a la regla.** A pesar de ser el país del mundo con mayor cuota nacional, son escasos los acuerdos y tratados firmados (2+1). En este caso, es probable que la alta producción coreana nacional venga determinada por factores políticos o culturales, si bien esta tendencia empieza a romperse, ya que en el año 2013, Corea ha comenzado a coproducir con EEUU como en el caso del largometraje Snowpiercer.

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

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

## 5. Recomendaciones de políticas públicas a implementar.

El benchmarking internacional realizado y las valoraciones de los expertos nacionales e internacionales, permiten realizar las siguientes recomendaciones de políticas públicas para su implementación en Chile. La selección de estas medidas se ha limitado a aquellas que puedan ser implementadas de manera efectiva por el CNCA u otros órganos administrativos actualmente existentes en el sector público chileno, que sean acordes a la Constitución Política y los Tratados Internacionales de los que Chile es parte y que, en base al análisis, se consideran viables y con posibilidad de generar un alto impacto.

### ***RECOMENDACIÓN UNO: POTENCIAR LA MARCA “CINE CHILENO” O “FILMS FROM CHILE”***

Los objetivos que persigue esta medida son variados, como por ejemplo romper con la percepción clásica del “cine chileno” como género, o fomentar la percepción del talento y la diversidad de la creación cinematográfica chilena, entre otros. La medida sería impulsada por el CNCA y se centraría en realizar campañas de difusión en los medios de comunicación dejando de manifiesto la calidad del cine de factoría nacional, los puestos de trabajo que genera, y su valor cultural y económico.

Si bien durante la realización del benchmarking internacional esta medida no fue identificada en ninguno de los países como un caso contrastado de éxito, tanto el panel de expertos nacionales como los expertos internacionales consultados concuerdan en que es una medida que se debería implementar. Actualmente Reino Unido ya ha iniciado una campaña en esta

línea y próximamente, España, cuya Secretaría de Estado de Cultura incluye este tipo de actividades en su plan estratégico, la implementará también.

#### ***RECOMENDACIÓN DOS: DESARROLLO DE UN PLAN ESTRATÉGICO NACIONAL PARA LA CREACIÓN Y FORMACIÓN DE AUDIENCIAS***

Esta medida tendría como objetivo el fomento de una valoración más positiva del cine chileno desde edades muy tempranas, lo que favorecería la creación de una masa crítica de espectadores que opten por el cine chileno antes que por *blockbusters* estadounidenses. Esta medida también dependería del CNCA y consistiría en utilizar las salas de cine, en horarios no comerciales, para organizar exhibiciones para jóvenes de Enseñanza Básica o Media, en las que se realicen análisis de las películas proyectadas y también se ponga el valor el trabajo artístico y técnico involucrado, las oportunidades profesionales existentes. De igual modo, se busca la “revalorización” por las generaciones más jóvenes de la experiencia y disfrute de la sala de exhibición cinematográfica. De manera adicional, en aquellas localidades que no dispongan de salas de cine, se propone potenciar aún más el desarrollo de proyectos de cineclub.

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

#### ***RECOMENDACIÓN TRES: FOMENTO DE LA CELEBRACIÓN DE ACUERDOS BILATERALES DE COPRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA INTERNACIONAL***

Con esta medida se pretende favorecer el acceso de las producciones nacionales a nuevas vías de financiación, fomentando la transferencia de tecnología entre Chile y terceros países, entre otras. La entidad que lideraría la iniciativa sería el CNCA, con el apoyo de la Dirección de Asuntos Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores y asociaciones de productores y profesionales del sector audiovisual.

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

#### ***RECOMENDACIÓN CUATRO: INCORPORACIÓN DE UN PLAN DE EXPLOTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN LOS CRITERIOS DE VALORACIÓN DE PROYECTOS PRESENTADOS A LOS FONDOS CONCURSABLES DEL CNCA PARA LARGOMETRAJES CINEMATOGRAFICOS.***

Con esta medida se persigue fomentar el desarrollo de planes de negocio, explotación y comercialización por parte de los productores de cine, fomentando la visión comercial de los planes de exhibición y distribución de los productores y distribuidores. Estos planes dependerían del género de la cinta, variando los criterios cuando se trate de una cinta con una visión intrínsecamente no comercial, como puede ser un documental.

La medida sería implementada por el CNCA y requeriría que los obligados presentaran un plan de explotación concreto, indicando aspectos tales como canales de comercialización,

existencia o no de preacuerdos, costos aproximados de una campaña de marketing, entre otros.

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

#### ***RECOMENDACIÓN CINCO: POTENCIAR LA FORMACIÓN DE PERFILES PROFESIONALES EN LOS ASPECTOS EMPRESARIALES DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA***

Esta medida se enfoca en la formación de profesionales en los aspectos no creativos de la industria, por medio de la creación de planes de estudio competitivos a nivel internacional que se centren en materias como el marketing o la producción ejecutiva, pero con un enfoque directo a la industria cinematográfica, lo que generaría el desarrollo de profesionales altamente cualificados, que ayudarían a desarrollar el tejido empresarial chileno, fomentaría el nacimiento de auténticos “emprendedores del cine”, preparados para los retos que presenta el sector y aumentaría la cantidad de profesionales chilenos que se involucren en producciones nacionales, internacionales o coproducciones.

La medida dependería, de forma conjunta, el CNCA y CORFO e incluiría desde actualizaciones de los programas universitarios existentes en cine, así como en educación continua y de postgrado, hasta la creación de nuevos programas que se adapten a esta iniciativa.

Este tipo de medidas han sido adoptadas en la mayor parte de los países considerados como casos de éxito y es vista como muy necesaria por parte de los entrevistados, tanto nacionales como internacionales, así como el panel de expertos.

#### ***RECOMENDACIÓN SEIS: FOMENTO DE UN TEJIDO INDUSTRIAL EN EL AMBITO DE LAS INDUSTRIAS DE LA POSTPRODUCCIÓN Y LOS EFECTOS ESPECIALES***

Los objetivos de esta iniciativa son variados y engloban, entre otros, la mejora del nivel del “arte final” del largometraje, crear un foco adicional de industrias de carácter nacional que ofrezcan estos servicios a nivel nacional e internacional o fomentar la aparición de nuevos largometrajes de género donde los efectos especiales sean fundamentales para la calidad del resultado final.

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

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

## 6. Apreciaciones Generales

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

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