



UNIVERSIDAD DE CHILE

INSTITUTO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

**EL COMERCIO DE SERVICIOS AUDIOVISUALES – INDUSTRIA
CINEMATOGRAFICA EN CHILE**

**Estudio de Caso para optar al Título de Magíster en Estrategia Internacional y
Política Comercial**

Alumno: Gloria Camila Zambrano Ortega

Profesor Guía: Dorotea López

Profesor Informante: Francisco Prieto

Santiago de Chile

Julio de 2015

ESTUDIO DE CASO

Pregunta de Investigación

¿Cómo perciben los informantes claves del Sector Audiovisual – Industria Cinematográfica de Chile la modificación propuesta a la ley de Fomento Audiovisual 19.981 sobre cuota de pantalla?

Hipótesis

La modificación a la normativa del Sector Audiovisual en Chile sobre la adición de cuota de pantalla y media continuidad, es percibida como negativa ya que consideran se reduciría la asistencia de usuarios al cine chileno, provocando una baja en los ingresos tanto para productores, distribuidores y exhibidores.

Capítulos

- I. Introducción.
- II. Sector audiovisual en la economía chilena.
- III. Normativa Chilena del Sector Audiovisual.
 - Normativa Vigente – Ley 19.981.
 - Evolución de la aplicación de la ley 19.981.
 - Normativa Internacional y TLC's de Chile con EEUU, México y Perú.

- IV. Las modificaciones del sector en materia de cuota de pantalla y media continuidad en Brasil, Argentina y España.
- V. Posiciones de los diferentes informantes claves del sector audiovisual en Chile y su influencia en el Sector.
- VI. Matriz FODA de la modificación al sector audiovisual en Chile y su impacto en el mismo.
- VII. Conclusiones – Recomendaciones.

Objetivos

Objetivo General

Identificar los efectos que los informantes claves consideran se daría con la modificación a la ley que regula al sector audiovisual en Chile con la adición de cuota de pantalla y media continuidad tanto a productores, como a distribuidores y a exhibidores de la industria cinematográfica Chilena.

Objetivos Específicos

- Entender la composición del sector audiovisual en la economía chilena.
- Comprender la normativa interna del sector audiovisual en Chile y lo estipulado en los compromisos internacionales que Chile ha suscrito.
- Analizar los resultados de las modificaciones a las cuotas de pantalla del sector audiovisual en Argentina, Brasil y España.
- Identificar la percepción de los informantes claves (Productores, Distribuidores, Exhibidores) del sector audiovisual respecto a la ley 19.981 y sus modificaciones.
- Identificar las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas de la aplicación de esta nueva modificación al Fomento Audiovisual en Chile en el Sector de Audiovisuales.

Introducción

El cine en Chile data para inicios del siglo XX, con producciones nacionales como documentales e internacionales tipo cinematográficas; para el año 1910 por motivo de la independencia se exhibe el primer largometraje *Manuel Rodríguez* como una reconstrucción histórica de los episodios de Manuel Rodríguez, héroe legendario de la independencia de Chile (filmada en los alrededores de Santiago con fecha de estreno 11/09/1910), impulsando este tipo de entretenimiento y el inicio del cine mudo chileno; para la década de 1920 se realizaron alrededor de 50 largometrajes chilenos, de los cuales la mayoría han desaparecido; así mismo, a finales de esta década la producción nacional cayó por dos motivos principales la gran depresión económica y la cantidad de distribuidoras que representaban a los estudios de Estado Unidos. Para la década de 1942, se da origen a la Corporación de Fomento (CORFO)¹ con la que se crea la Compañía Chile Films² como organismo empresarial para fomentar la producción y comercialización de películas nacionales, pero para el año 1949 se traspasó a entidades privadas. Finalmente entre 1940 a 1970 en Chile se produjeron 90 largometrajes nacionales, cantidad inferior a las producciones de España, Brasil, México y Argentina. (Ojeda, 2009)

Durante la dictadura del gobierno militar, se censuró y exilió a personas vinculadas al sector audiovisual de generaciones pasadas; además, con la llegada de la crisis a

1 CORFO: La Corporación de Fomento de la Producción (Corfo) es la agencia del Gobierno de Chile dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo a cargo de apoyar el emprendimiento, la innovación y la competitividad en el país, con el objetivo de promover una sociedad de más y mejores oportunidades para todos, contribuyendo al desarrollo económico y combatiendo la desigualdad en Chile.

2 El 16 de julio de 1942, a través del Decreto Supremo N° 2581 se creó Chile Films, filial de la Corporación de Fomento de la Producción CORFO, con el objeto de dar un impulso a la producción de películas chilenas. Los estudios de Chile Films eran los más avanzados de Sudamérica, lo que permitió que el cine nacional continuara su desarrollo con un impulso renovado.

principios de los ochenta se reestructuró el sistema, impulsando reformas económicas y sociales con el fin de disminuir participación como actor intervencionista del Estado en este sector. Este modelo de orientación neoliberal permitió la eliminación de diferentes tipos de regulaciones y la disminución de aranceles que generaron un ingreso al mercado nacional de la competencia extranjera con producciones mucho más competitivas. (Ojeda, 2009)

En Chile, la ley de Fomento Audiovisual 19.981 inició su proceso de trámite en el Congreso Nacional el 9 de Octubre de 2001 y fue promulgada el 3 de Noviembre de 2004, donde El estado de Chile apoya la producción y difusión de obras audiovisuales; la cual consta de tres capítulos así: I. Disposiciones Generales, II. Del Consejo de Arte y de la Industria Audiovisual, y, III. Del Fondo de Fomento Audiovisual. Esta Ley permitió la creación del Consejo del Arte y la Industria Audiovisual, siendo este parte del Consejo Nacional de Cultura y Artes; y la creación del Fondo de Cultura Audiovisual que tiene como objetivo principal otorgar ayuda financiera para la producción de Audiovisuales, lo que dio paso a aumentar el número de películas chilenas en salas de cine.

Para el 2012 se presenta mediante Boletín N° 8620-24 adicionar a la ley 19.981 un Capítulo IV sobre cuota de pantalla y media continuidad, entendiendo como cuota de pantalla “el número de obras audiovisuales de producción nacional o latinoamericana, que deberán ser exhibidas por un exhibidor audiovisual en proporción a las obras audiovisuales de producción distinta a las mencionadas, que se hayan exhibido por éste durante los seis primeros meses de cada año o durante los últimos seis meses de cada año, según corresponda”; y media continuidad “la

cantidad mínima de espectadores, contados dentro de los siete días siguientes al estreno oficial, que presencian exhibiciones de obras audiovisuales de producción nacional a las que se les haya asignado el beneficio de la cuota de pantalla..., que genera la obligación que recae sobre el exhibidor audiovisual de mantener la obra audiovisual de producción nacional en exhibición durante la semana siguiente en las mismas condiciones” (Boletín N° 8620-24, Cámara De Diputados de Chile, 2012).

De lo anterior, se tienen antecedentes de opinión de informantes claves tal como es la Cámara de Exhibidores Multisala de Chile CAEM, en su documento oficial “Opinión de CAEM sobre los sistemas de cuota de pantalla” – 2007; en el cual menciona la experiencia internacional en cuanto al manejo de cuota de pantalla en países como Argentina, Brasil y España, que desde su aplicabilidad han ocasionado efectos discriminatorios para beneficiar a un sector y afectar a otro como por ejemplo con las restricciones a la libertad de comercio, perjudicando de esta manera el derecho de elegir al espectador lo que quiera realmente ver, constituyendo una práctica de subvención impuesta del sector de servicios audiovisuales y afectando de esta manera el comercio de servicios.

Adicionalmente, esta modificación a la ley en su redacción actual, estaría contradiciendo lo resguardado en el Tratado de Libre Comercio (TLC) que ha suscrito Chile con Estados Unidos, Chile – México y Chile – Perú, debido a que dentro de las listas de reservas adjuntas a estos tratados no se evidencia la excepción a la industria cinematográfica, por tanto la imposición de cuota de pantalla en la

industria atenta contra la integridad de los acuerdos vigentes ya mencionados.

Por tanto, la motivación para realizar este estudio de caso surge al querer conocer cómo perciben los diferentes informantes claves del sector audiovisual en Chile – industria cinematográfica la ley 19.981 de Fomento Audiovisual y el impacto que podría generar su modificación con la adición del capítulo de cuota de pantalla y media continuidad; realizando un análisis de la normativa estipulada en el sistema multilateral de comercio, lo suscrito en los acuerdos bilaterales actuales que incluyan el tema de sector audiovisual; la posición de los diferentes informantes claves o grupos de interés y finalmente las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas para el comercio de servicios.

Capítulo II

Sector Audiovisual en la Economía Chilena

Los audiovisuales son un conjunto de servicios de producción y distribución de películas cinematográficas y cintas de video; los servicios de proyecciones cinematográficas, los servicios de radios y televisión; los servicios de transmisión de sonidos e imágenes, los servicios de grabación sonora y otros, arriendo de equipo, locaciones, casting y catering. (PROCHILE, 2010)

Para efectos de este estudio de caso, los datos e información se focalizarán en el sector audiovisual - industria cinematográfica.

Para dar inicio a este capítulo es necesario conocer los fondos de fomento a la Industria Audiovisual en Chile, a través de los diferentes fondos concursables, y su apoyo en las diferentes etapas de los proyectos audiovisuales nacionales.

Las principales instituciones que otorgan fondos son:

CORFO³, Corporación de Fomento a la Producción. Este es un organismo gubernamental que fomenta el emprendimiento en diversos enfoques sociales entre los cuales se destacan el apoyo al sector audiovisual chileno; este cuenta con una oficina encargada para este sector apoyando en dos etapas de los proyectos locales; la primera en el Desarrollo del Proyecto y la segunda en la Distribución Nacional.

³ <http://www.corfo.cl/inicio>

CONSEJO AUDIOVISUAL⁴, hace parte del Consejo Nacional de Cultura y Las Artes, encargado de apoyar en la preproducción, producción, realización y postproducción de obras audiovisuales, así mismo en la formación de profesionales, capacitación, difusión y exhibición.⁵

DIRAC⁶ – Dirección de Asuntos Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores; programa del Ministerio de Relaciones Exteriores enfocado en la búsqueda de apoyo en coproducciones con otros países y promoción de producciones locales. Por tanto su apoyo se focaliza en la etapa de distribución y promoción internacional.

Siguiendo la línea internacional, el apoyo que se percibe en las coproducciones, entendiéndose como las producciones de cine, televisión, música y teatro realizadas en común entre diversas empresas de diferentes países, es una buena herramienta que va más allá del criterio económico, es decir, además de contribuir culturalmente, amplía el número de asistentes y se desarrolla una participación más equitativa en el sector; lo que se ha querido lograr con el Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana del 11 de Noviembre de 1989.

Con la estructura financiera de respaldo al cine chileno explicada en los párrafos anteriores, es relevante conocer los diferentes actores y su representación dentro del sector; por tanto para comprender el mercado del sector audiovisual se puede

⁴ <http://chileaudiovisual.cultura.gob.cl/>

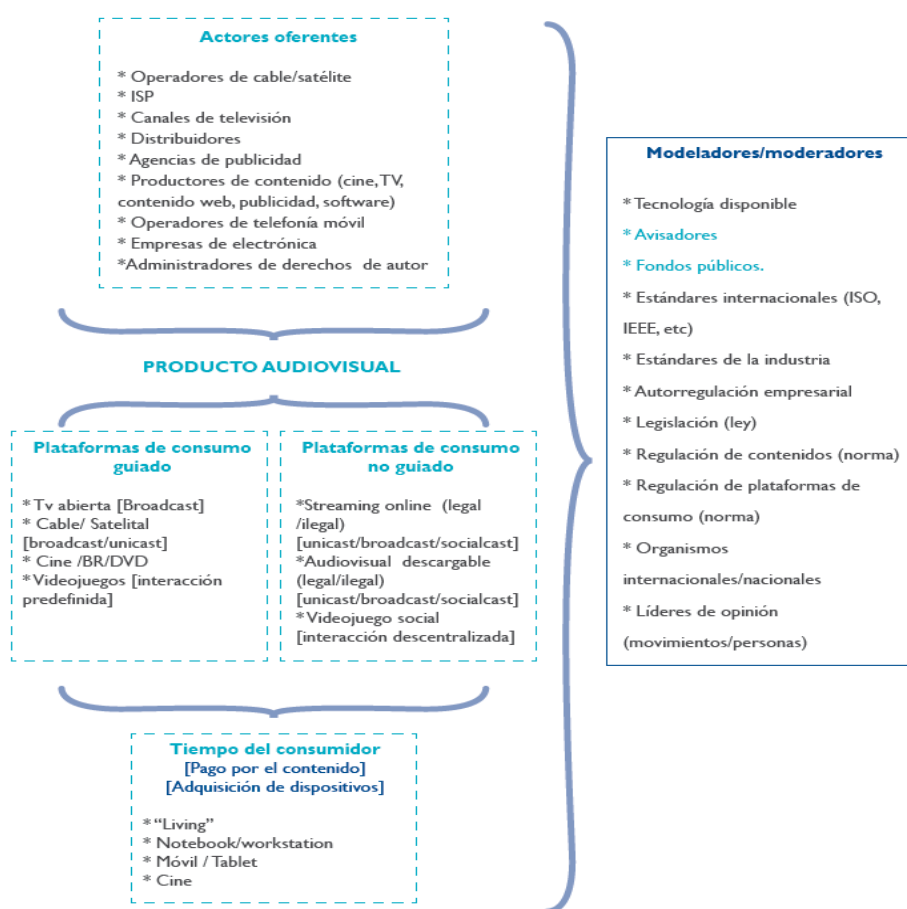
⁵ Actualmente, hay vigente varias convocatorias como líneas y programas de apoyo al sector audiovisual. Como ejemplo de proyecto ganador de talla internacional, está la convocatoria VII Bolivia Lab 2015, que tras recibir 28 proyectos, fue seleccionado por la organización de Bolivia Lab “El Otro Lago” de Francisca Silva. <http://chileaudiovisual.cultura.gob.cl/noticias-detalle.php?id=67>

⁶ http://dirac.minrel.gov.cl/prontus_dirac/site/edic/base/port/inicio.html

observar el gráfico de la publicación Panorama Audiovisual Chile 2012, en el que detalla claramente los actores con sus respectivos roles.

Gráfico N° 1

Mercado del sector Audiovisual – Panorama Audiovisual Chile 2012



Fuente: Panorama Audiovisual Chile 2012

El gráfico anterior explica la interacción de los diferentes actores oferentes del sector audiovisual productores, distribuidores y exhibidores, así mismo se incluyen las plataformas o ventanas para el consumo de producto audiovisual pantalla chica,

cable, web y pantalla gigante, siguiendo estándares de la industria y regidos por la norma de regulación de contenido y autorregulación del mercado.

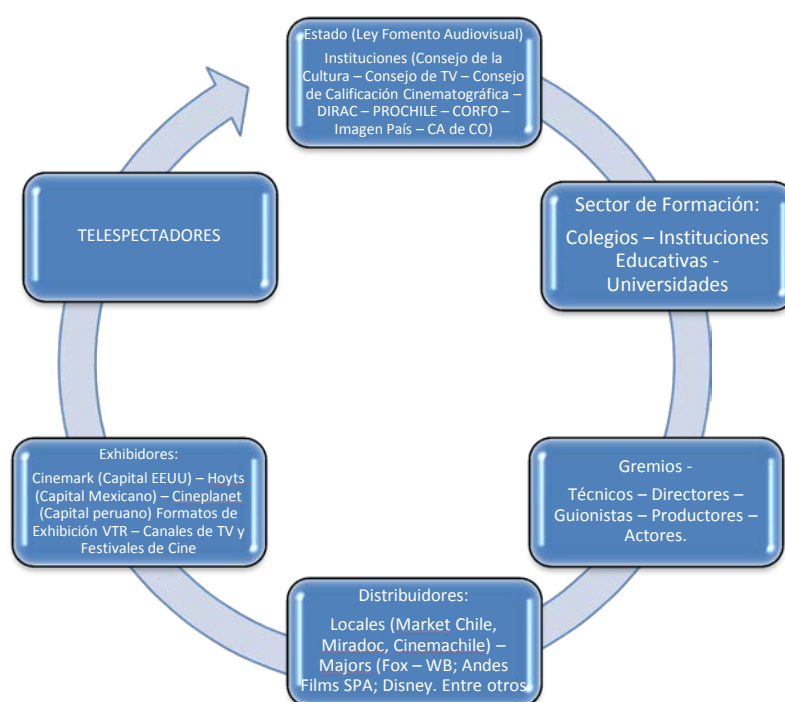
Teniendo presente los anteriores conceptos, y la información obtenida de las fuentes primarias respecto al mercado de audiovisuales, se presenta el siguiente esquema de cómo interacciona el sector de Audiovisuales de la Industria Cinematográfica en Chile; aclarando que la siguiente numeración no está relacionada con el nivel de importancia de cada actor o informante clave, únicamente se realizó de esta manera para dar una organización.

1. Instituciones – Estatales que apoyan al sector audiovisual: Consejo de la Cultura y las Artes – Clave, Consejo de Televisión, Consejo de Calificación Cinematográfica, DIRAC – Dirección de Asuntos culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores, Prochile, Corfo, Imagen País y Cámara de Comercio – Programa de Industrias Creativas.
2. Gremios: compuesto por profesionales técnicos, directores, guionistas, productores y actores
3. Sector de Formación: colegios, instituciones educativas y universidades
4. Distribuidores: Locales: Market Chile – Cinemachile – Miradoc; Majors: Fox – WB; Andes Films SPA (Sony/Columbia, Universal, Paramount); Disney – Cinecolor.
5. Exhibición: Cinemark, Hoyts y Cineplanet; Formatos de Exhibición VTR – Canales de Televisión que se rigen por la ley de televisión digital y Festivales de cines.
6. Telespectadores

En el gráfico N°2, se presenta la interrelación que tienen los diferentes actores dentro del Sector Audiovisual – Industria cinematográfica, bien sea formando parte del grupo de telespectadores, como del grupo de gremios, interaccionando entre sí.

Gráfica N° 2

Mapa del Sector Audiovisual – Industria Cinematográfica Chilena



Fuente: Elaboración Propia

Es importante señalar dentro de este mapa, la relevancia del cambio al cine digital. Actualmente los exhibidores Multisala en Chile cuentan con el 100% de digitalización, solo un 2% de salas independientes está pendiente el proceso de digitalización; lo anterior significa que antiguamente, las películas se entregaban en bobinas de 35 mm de celuloide (plastificado) en este sentido la presentación de la película se veía afectada porque se desgastaba con las veces de exhibición, implicaba

mayor personal en el área de proyección, mayor cuidado, así mismo se presentaban problemas técnicos con el proyector tales como rollos sueltos, desenfoque del lente y fallas en la automatización de la máquina, además del elevado costo que incurría la cantidad de rollos utilizados por película, su copiado necesario para ser exhibido y la distribución regional; con base en las anteriores oportunidades de mejora los exhibidores se vieron obligados a digitalizar paulatinamente sus salas con la adquisición de proyectores digitales de alta tecnología.

Actualmente, las películas para ser exhibidas deben ser entregadas en formato DCP – Digital Cinema Package, o en su defecto enviar los archivos vía satélite dependiendo del tipo de tecnología con la que cuente cada exhibidor.

Por tanto, el exhibidor para hacer frente a este tipo de tecnologías, optó por la solución entregada por los Majors Americanas (Fox, Warner, Sony/Columbia, Paramount, Universal) con la implementación de un VPF o Virtual Print Fee, que significa una tarifa o cuota en dólares que los distribuidores y proveedores de un contenido o producción deben pagar por asumir parte del costo de estos proyectores digitales, el pago de la VPF terminará una vez que el gasto de equipo está totalmente recuperado , o cuando el plazo de VPF expire.

Producciones locales 2000 – 2011

Con la información del financiamiento al sector audiovisual chileno, informantes claves definidos y sus desafíos, es relevante presentar el número de proyecciones locales exhibidas en la pantalla grande versus la asistencia promedio por película, en

un periodo previo a la entrada en vigor de la Ley de Fomento Audiovisual, hasta el 2011.

En este apartado es importante mencionar que las producciones nacionales son clasificadas por los distribuidores para definir la plataforma de exhibición, es decir dependiendo del contenido se presentan las obras locales en pantalla chica, pantalla gigante, festivales nacionales y/o festivales internacionales.

Tabla N° 1

Número de películas chilenas y promedio de asistencia

Año	N° Películas chilenas estrenadas	Promedio asistencia por Película
2000	10	15.749
2001	15	30.969
2002	9	50.946
2003	7	244.366
2004	11	110.321
2005	17	23.037
2006	12	62.442
2007	10	91.454
2008	22	42.720
2009	14	39.108
2010	15	23.416

2011	24	38.154
-------------	----	--------

Fuente: Cámara de Exhibidores Multisalas de Chile. CAEM.

Con los datos de la Tabla N°1 podemos observar que a partir del 2004 las producciones chilenas pasan a tener cifras estables de dos dígitos, siendo el 2004 el segundo año en mayor asistencia. Lo extraño, es que pese al aumento de producciones locales, el mismo no se refleja en la asistencia de los telespectadores que son la medida del éxito de las producciones cinematográficas; y esto se puede deber en cierta parte a que las labores de promoción y marketing local no han sido suficientemente fuertes para llegar al público objetivo.

Para el 2014, la industria cinematográfica chilena contó con aproximadamente 290 estrenos internacionales y nacionales; de los cuales 40 estrenos fueron producciones chilenas con el apoyo de las instituciones estatales encargadas del sector audiovisual en Chile⁷, las cuales se detallan en la Tabla N° 2; la asistencia total para el 2014 fue de 21.981.200 espectadores en un total de 375 pantallas aproximadamente en todo el territorio chileno. Por tanto las 40 producciones nacionales equivalen a un 13.8% del total de los estrenos, pero en asistencia a un 2.66%, lo que significa que se está produciendo un volumen mayor sin contar con la identificación del público objetivo.

Tabla N° 2

Estrenos 2014 - Cine chileno					
Rank	Título	Fecha de Estreno	Semanas	Pantallas	Asistentes

⁷ CORFO – Consejo Audiovisual – DIRAC.-

1	Fuerzas especiales	02/10/2014	10	61	321.146
2	Mamá ya crecí	13/02/2014	5	36	75.251
3	El sueño de todos	17/04/2014	7	85	35.974
4	Brillantes	27/02/2014	7	40	28.623
5	Video Club	30/01/2014	5	31	16.699
6	Un concierto inolvidable	08/05/2014	13	12	14.926
7	Maldito amor	30/10/2014	5	40	14.198
8	La danza de la realidad	19/06/2014	5	10	10.906
9	Neruda	17/04/2014	8	20	8.604
10	09	13/03/2014	2	25	6.564
11	Las analfabetas	15/05/2014	5	7	5.288
12	Crystal Fairy y el cactus mágico	24/04/2014	3	13	4.423
13	Matar a un hombre	16/10/2014	4	11	4.394
14	Soy mucho mejor que voh	01/05/2014	4	11	4.190
15	Hijo de Trauco	20/03/2014	6	18	4.060
16	Mejor estar solo	19/06/2014	3	12	3.637
17	Aurora	06/11/2014	3	9	2.691
18	El verano de los peces voladores	28/08/2014	3	6	2.190
19	Volantín cortao	30/10/2014	2	9	2.174
20	Genesis Nirvana	02/10/2014	3	7	2.118
21	Patagonia de los sueños	27/03/2014	2	9	2.045

22	El mago	22/05/2014	1	15	1.991
23	Aftershock	12/06/2014	2	21	1.873
24	La Visita	18/12/2014	2	7	1.712
25	Las niñas Quispe	11/09/2014	4	7	1.712
26	I am from Chile	10/04/2014	2	8	1.661
27	El incontrolable mundo del azar	26/06/2014	2	8	1.599
28	Tierra de Sangre	05/06/2014	2	13	1.502
29	El árbol magnético	07/08/2014	2	7	1.450
30	Raiz	21/08/2014	2	7	1.244
31	El gran circo pobre de Timoteo	04/09/2014	5	7	909
32	Los jetas	11/12/2014	2	3	635
33	Hembra	02/01/2014	2	1	100
34	Propaganda	03/04/2014	3	1	69
35	La Comunidad	29/05/2014	2	1	45
36	La invención de la patria	02/11/2014	1	1	38
37	Las cruces de Quillagua	10/07/2014	2	1	16
38	Vecinos del volcán	09/10/2014	2	1	13
39	El huaso	07/08/2014	2	1	4
40	Ver y escuchar	06/11/2014	1	1	3
	TOTAL				586.677

Fuente: Resultado Cine Chileno – CAEM 2014

Sector Audiovisual en la economía Chilena

En la Tabla N° 4, se presenta un mapeo de las industrias creativas en Chile y su participación en el PIB, el cálculo del aporte de la cultura a la economía chilena durante el periodo 2008 – 2010 en millones de pesos corrientes y en porcentajes:

Tabla N°4

Factor Análisis	2008	2009	2010
Valor agregado cultural	1.459.476	1.556.883	1.742.973
PIB Nacional	93.847.932	96.788.161	110.371.423
% del PIB en Cultura	1,56%	1,61%	1,58

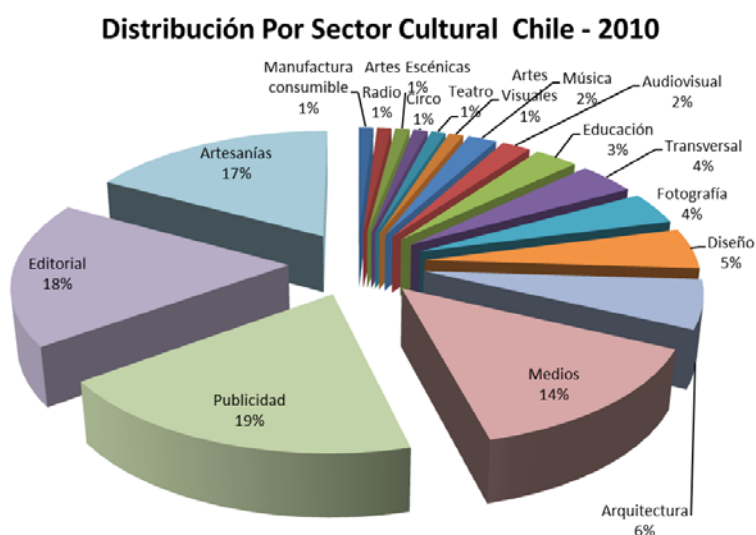
Fuente: Elaboración propia - Mapeo de las Industria Creativas en Chile - 2014

El término cultura dentro de este dato estadístico de la Tabla N° 4 incluye: artesanías, artes visuales/cine, fotografía, danza audiovisual, música, arquitectura, diseño, medios informáticos.

Según el informe de la Organización de los Estados Americanos (OEA), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Consejo Británico (British Council), demuestra la importancia de la contribución de las actividades culturales y creativas en las economías de las Américas. En él señala que las exportaciones mundiales de bienes y servicios creativos fueron de US\$640.000, de los cuales US\$87.000 millones, el 14 por ciento, se originó en las Américas; la contribución de las industrias creativas al PIB varía entre los diferentes estados de las Américas así; menos del 2 (1,58 exactamente) por ciento en Chile, más de 10 por ciento en Brasil y Estados Unidos (OEA, 2014).

A continuación presento la distribución del 1,58 como industrias creativas en el PIB de Chile, por sector cultural en el cual se puede observar que la mayor parte de la torta se encuentra repartida en; publicidad con un 19%, editorial con un 18%, artesanías con un 17%, medios con un 14% y finalmente audiovisuales (como materia de análisis del presente estudio de caso) con un 2%.

Gráfica N° 3

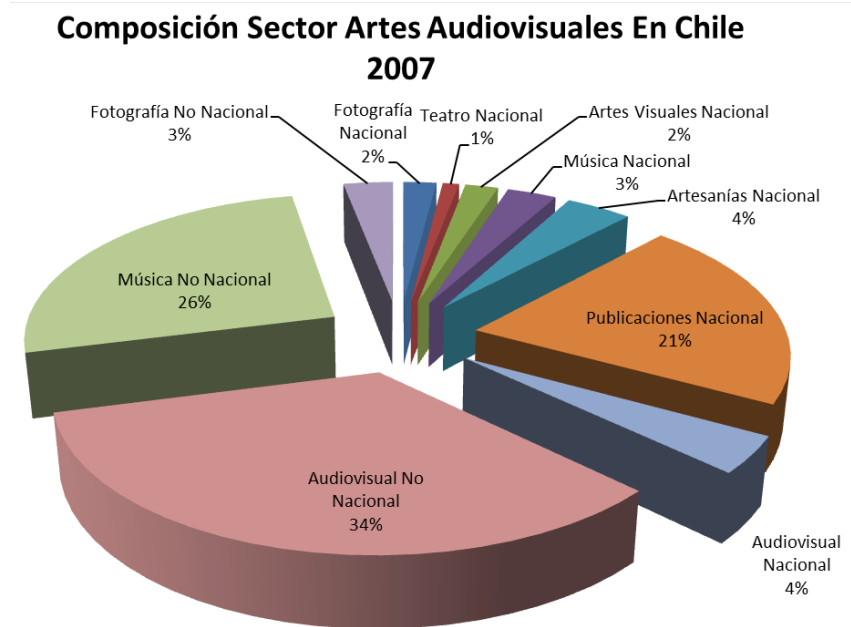


Fuente: El impacto económico de las industrias creativas en las Américas – OEA

2014

Para completar el mapeo del sector audiovisual en Chile que hace parte de ese porcentaje de participación, adjunto en el Gráfico siguiente la composición del Sector Artes Audiovisuales en Chile.

Gráfica N° 4



Fuente: El impacto económico de las industrias creativas en las Américas – OEA

2014

Lo anterior refleja que el audiovisual no nacional para el año 2007 representa el 34% del total, seguido por la música nacional, publicaciones nacionales con un 21%, artesanías nacionales 4%, fotografía no nacional con 3%, música nacional 3%, fotografía nacional con un 2%, artes visuales 2% y finalmente teatro nacional con un 1%.

Capítulo III

Normativa

Para el desarrollo de este capítulo, es necesario mencionar que el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros al Comercio (GATT) incluye el tema de audiovisuales en su artículo IV que comprende las disposiciones especiales relativas a las películas cinematográficas; pero, con las diferentes posturas de los países miembros se decidió crear un Grupo de trabajo encabezado por Alemania encargado de que lo estipulado es este capítulo sea aplicado a programas de televisión; sin lograr este objetivo. Posteriormente, el tema de barreras proteccionistas al tema cultural se acentúa durante el transcurso de la Ronda de Uruguay (1986-1994) con el establecimiento del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS) donde se expresaba el debate de la excepción cultural, debido a que muy pocos miembros de la OMC estaban comprometidos con este tema; siendo ya en el año 2000 que retomaron el tema de industria cultural y compromisos de algunos estados miembros como Brasil y Suiza quienes presentaron su propuesta en materia de servicios audiovisual conocida como “Services 2000”⁸, pero por la complejidad y sensibilidad del sector audiovisual y su liberalización, se ha tratado de manejar en otros foros, tal es el caso de Estados Unidos que tiene como política conseguir una liberalización al comercio de servicios audiovisuales en tratados bilaterales; así mismo lo estipulado en el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) donde la excepcionalidad en el tema cultural ha beneficiado a países de Europa y América

⁸ The Audiovisual Services Sector in the GATS Negotiations
By Patrick A. Messerlin, Stephen E. Siwek, Emmanuel Cocq

Latina, para posicionar su producción local frente al mercado internacional. (Ojeda, 2009)

De igual manera se analiza la relación entre industria cultural y política cultural, pero pese a que el tema no ha sido incluido en acuerdos de negociación comercial, incluye el marco de los acuerdos multilaterales (OMC). En primera instancia se hace referencia a que el origen de las controversias proviene por una parte la defensa de las sociedades y por otra parte la lógica del mercado, tales hechos se han presentado a nivel OMC y en los mismos acuerdos de integración; como sucedió con el tema de conflicto comercial e interés cultural en el Tratado de Libre Comercio América del Norte (TLCAN) en el cual Estados Unidos se comprometió a respetar lo presentado por Canadá y México en materia de industrias culturales, el conflicto se presenta cuando Estados Unidos y Canadá suscribieron un acuerdo antes del TLCAN en el cual se facultaba a Canadá en excluir el tema de industrias culturales, lo que ha permitido la liberalización del comercio entre ambos países ocasionado un detrimento no solo del mercado audiovisual canadiense sino también de las políticas públicas en materia de cultura. (Peña, 2000)

Similar reacción tuvo Francia, quien percibía como amenaza incluir el tema cultural en las negociaciones, lo que atentaba contra sus intereses nacionales; por tanto fue listada como excepción para preservar y promocionar su diversidad cultural.

Caso parecido al de Canadá, quien aceptaba los acuerdos siempre y cuando se respetara la preservación y promoción de la identidad cultural canadiense. Por lo que Sandoval, en su artículo incluye lo dicho por el Embajador Jeffrey Lang de Estados Unidos, quien expresa que el concepto Cultura es muy ambiguo para definirlo, lo que

generaba, molestias en la comunidad internacional; empezando por el mismo Estados Unidos que lo consideraban en contra del libre comercio y lo estipulado en el Sistema Multilateral OMC y GATT.

Normativa del Sector Audiovisual en Chile

La ley N° 19.981 de 2004, es una ley para el cine chileno, debido a que en años anteriores a la entrada en vigor de esta ley, el volumen de producción cinematográfica en Chile era una frecuencia de una película en la década, pasando a tres películas en los 90's y el boom fue en el año 2000 estrenando un promedio de 20 producciones cinematográficas al año, unido con la ley de fomento audiovisual que incentivó la producción, formalizando de esta manera la existencia de un distribuidor y exhibidor, es decir, se definen los informantes claves del sector.

Esta Ley de Fomento al Cine y al Audiovisual, por la cual se crea el Consejo del Arte y la Industria Audiovisual y el Fondo de Fomento Audiovisual.

Está compuesta por tres capítulos:

- I. Disposiciones Generales
- II. Del Consejo del Arte y la Industria Audiovisual, creado dentro del Consejo Nacional De La Cultura y Las Artes.
- III. Del Fondo de Fomento Audiovisual, administrado por el Consejo Nacional De La Cultura y Las Artes.

El 11 de Octubre de 2012, ingresa como Boletín N° 8620-24 proyecto de ley para sumarse a la actual Ley de Fomento Audiovisual, en el cual se obliga a los cines a exhibir aproximadamente un tercio de películas chilenas por semestre y la

continuidad de estas producciones en cartelera, por lo que si un exhibidor multisala no cumpliera con esto debería incurrir en multas de hasta 600 UTM (Unidad Tributaria Mensual)⁹.

Actualmente se encuentra en la Cámara de Diputados de Chile, proyecto ley en tramitación que solicitan agregar a la ley N° 19.981 un capítulo IV sobre Cuota de Pantalla, del cual se detalla las etapas para esta modificación en la Tabla N° 5 desde su ingreso como proyecto ley, la revisión por la Comisión de Cultura y finalmente dos actualizaciones con el retiro de patrocinio de dos diputados de la Cámara de Diputados; lo anterior es información relevante para conocer el estado que actualmente tiene esta posible modificación.

Tabla N° 5

Fecha	Sesión	Etapas	Sub-etapa
11/10/2012		Primer trámite constitucional / C. Diputados	Ingreso de proyecto
11/10/2012	89ª / 360	Primer trámite constitucional / C. Diputados	Cuenta de proyecto. Pasa a Comisión de Cultura

⁹ UTM: Unidad definida en Chile que corresponde a un monto de dinero expresado en pesos y determinado por ley, el cual se actualiza en forma permanente por el Índice de Precios al Consumidor (IPC) y se utiliza como medida tributaria. La UTM para el mes de Julio de 2015 corresponde a \$43.848 pesos chilenos. <http://www.sii.cl>

Fecha	Sesión	Etapas	Sub-etapas
17/10/2012	91ª / 360	Primer trámite constitucional / C. Diputados	Comunicación del Diputado señor Godoy, por la cual informa que ha retirado su patrocinio al proyecto.
07/11/2012	96ª / 360	Primer trámite constitucional / C. Diputados	Comunicación del señor Diputado Kort, por el cual informa que ha retirado el patrocinio del proyecto.
01/08/2013	52ª / 361	Primer trámite constitucional / C. Diputados	Comunicación de la señora Diputada doña Claudia Nogueira, por el cual informa que ha retirado el patrocinio del proyecto.

Esta modificación, como se había mencionado, sugiere un capítulo adicional a la actual ley donde incorpora los términos cuota de pantalla y media continuidad, obligando de esta manera a los exhibidores de audiovisuales mantener obras de producciones nacionales durante un periodo con una cobertura de complejos.

Como se puede observar en el cuadro anterior las etapas de la modificación ha tenido su última actualización el 01 de Agosto de 2013 con el retiro de patrocinio de la Diputada Claudia Nogueira, por tanto sigue como proyecto de ley en la Cámara de Diputados de Chile.

Dentro de este capítulo es importante mencionar que según informe en derecho respecto al Boletín 8620-24 elaborado por la firma de abogados Larraín y Asociados, en su apartado III sobre Garantías Constitucionales que se vulneran por el proyecto de cuota de pantalla en la Industria Cinematográfica, se considera que el proyecto ley hace una distinción entre los exhibidores, vulnerando algunos derechos del artículo 19 de la Constitución Política de la República de Chile.

En la Tabla N° 6, se enumera los posibles derechos que se podrían vulnerar con la entrada en vigor del capítulo IV sobre Cuota de Pantalla y Media Continuidad adicional a la ley 19.981 de Fomento Audiovisual en Chile.

Tabla N° 6

Numeral	Constitución Política de la República	Comentario
1. El derecho a la igualdad ante la Ley del artículo 19 No. 2.	<i>“La igualdad ante la ley. En Chile no hay persona ni grupo privilegiados. En Chile no hay esclavos y el que pise su territorio queda libre. Hombres y mujeres son iguales ante la ley. Ni la ley ni autoridad alguna podrán establecer diferencias arbitrarias”.</i>	Acto discriminatorio.
2. La libertad de expresión del artículo 19 No. 12.	<i>“La libertad de emitir opinión y la de informar, sin censura previa, en cualquier forma y por cualquier medio, sin perjuicio de responder de los delitos y abusos que se cometan en el ejercicio de estas libertades, en conformidad a la ley, la que deberá ser de quórum calificado. La ley en ningún caso podrá establecer monopolio estatal sobre los medios de comunicación social... La ley regulará un sistema de calificación para la exhibición de la producción cinematográfica”</i>	Imposición legal que limita la libre expresión de los exhibidores.
3. El derecho a desarrollar cualquier actividad económica del artículo 19 No. 21.	<i>“El derecho a desarrollar cualquiera actividad económica que no sea contraria a la moral, al orden público o a la seguridad nacional, respetando las normas legales que la regulen. El Estado y sus organismos podrán desarrollar actividades empresariales o participar en ellas sólo si una ley de quórum calificado los autoriza. En tal caso, esas actividades estarán sometidas a la legislación común aplicable a los particulares, sin perjuicio de las excepciones que por motivos justificados establezca la ley, la que deberá ser, asimismo, de quórum calificado”.</i>	El exhibir un porcentaje, perjudica el desarrollo de la actividad económica de los exhibidores, tener en cuenta que se rigen por las leyes económicas del mercado.
4. La no discriminación arbitraria en el trato que deben dar el Estado y sus organismos en materia económica garantizada en el artículo 19 No. 22.	<i>“La no discriminación arbitraria en el trato que deben dar el Estado y sus organismos en materia económica. Sólo en virtud de una ley, y siempre que no signifique tal discriminación, se podrán autorizar determinados beneficios directos o indirectos en favor de algún sector, actividad o zona geográfica, o establecer gravámenes especiales que afecten a uno u otras. En el caso de las franquicias o beneficios indirectos, la estimación del costo de éstos deberá incluirse anualmente en la Ley de Presupuestos”.</i>	La cuota de pantalla y media continuidad beneficia a un sector en detrimento de otro sector de la economía.
5. La libertad para adquirir el dominio de toda clase de bienes del artículo 19 No. 23.	<i>“La libertad para adquirir el dominio de toda clase de bienes, excepto aquellos que la naturaleza ha hecho comunes a todos los hombres o que deban pertenecer a la Nación toda y la ley lo declare así. Lo anterior es sin perjuicio de lo prescrito en otros preceptos de esta Constitución. Una ley de quórum calificado y cuando así lo exija el interés nacional puede establecer limitaciones o requisitos para la adquisición del dominio de algunos bienes”.</i>	Vulnera el derecho a la propiedad.
6. El derecho de Propiedad del artículo 19 No. 24.	<i>“El derecho de propiedad en sus diversas especies sobre toda clase de bienes corporales o incorporales. Sólo la ley puede establecer el modo de adquirir la propiedad, de usar, gozar y disponer de ella y las limitaciones y obligaciones que deriven de su función social... Nadie puede, en caso alguno, ser privado de su propiedad, del bien sobre que recae o de alguno de los atributos o facultades esenciales del dominio, sino en virtud de ley general o especial que autorice la expropiación por causa de utilidad pública o de interés nacional, calificada por el legislador...”</i>	Las potestades como titular reconocidas en el Código Civil, como en la Carta Fundamental.
7. La protección de la propiedad intelectual y la libertad de crear y difundir las artes del artículo 19 No. 25.	<i>“La libertad de crear y difundir las artes, así como el derecho del autor sobre sus creaciones intelectuales y artísticas de cualquier especie, por el tiempo que señale la ley y que no será inferior al de la vida del titular...”</i>	Limita la cantidad de obras a ser exhibidas.
8. La protección del contenido esencial de los derechos fundamentales del artículo 19 No. 26.	<i>“La seguridad de que los preceptos legales que por mandato de la Constitución regulen o complementen las garantías que ésta establece o que las limiten en los casos en que ella lo autoriza, no podrán afectar los derechos en su esencia, ni imponer condiciones, tributos o requisitos que impidan su libre ejercicio.”</i>	Limita el ejercicio de los derechos adquiridos de los exhibidores multisala.

Fuente: Elaboración Propia tomado de Informe en Derecho Boletín 8620-24

Normativa Internacional y Tratados de Libre Comercio (TLC)

En este apartado se revisan las listas de reservas como anexos de los TLC entre Chile con Estados Unidos y Chile con México, así mismo el Acuerdo de Libre Comercio entre Chile y Perú el cual modifica y sustituye al Acuerdo de Complementación Económica (ACE) N° 38¹⁰.

La selección de estos tres acuerdos, se elaboró teniendo en cuenta el capital de inversión extranjera en las tres cadenas de exhibición multisala presentes en Chile que son, Cinemark S.A capital Estadounidense, Hoyts S.A. capital Mexicano y Cineplanet S.A. capital Peruano.

En la Tabla N° 7, presento los anexos de las reservas del TLC de Chile con Estados Unidos en materia de comunicaciones Anexo I-CH-3 y lo referente a Industrias Creativas Anexo II-CH-11 (reserva de medidas futuras extremadamente acotada respecto de la obligación NMF).

¹⁰

http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=72&Itemid=95

Tabla N° 7

Anexos Tratados de Libre Comercio		
<u>TLC Chile - EEUU</u>		
Empresa Exhibidora	Cinemark S.A.	
Multisala		
Anexo	Anexo I-CH-3	Anexo II-CH-11
Sector	Comunicaciones	Industrias Culturales
Obligaciones Afectadas	Trato Nacional/ Trato NMF/ Presencia Local/ Requisitos de Desempeño/ Altos Ejecutivos y Directorios	Trato NMF
Resumen Descripción	Inversión y comercio transfronterizo de servicios	Inversiones y Comercio Transfronterizo de Servicios
	Servicios audiovisuales que protege las cuotas de pantalla para la programación de <u>Televisión Abierta</u> . "El Consejo Nacional de Televisión, podrá fija un requisito general de hasta un 40 por ciento de producción chilena en los programas que transmitan los canales de servicios de transmisión televisiva de libre recepción.	Chile se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida que otorgue trato diferente a países conforme a cualquier tratado internacional bilateral o multilateral existente o futuro con respecto a las industrias culturales, tales como acuerdos de cooperación Audiovisual. para mayor certeza los programas gubernamentales de apoyo, a través de subsidios, para la promoción de actividades culturales no están sujetas a las limitaciones u obligaciones de este tratado

Fuente: Elaboración propia - DIRECON - Detalle de Acuerdos

Con la información anterior, se puede observar que con la ausencia de una reserva específica del Anexo I-CH para cine y radio, no le permite a Chile establecer ningún tipo de cuota de pantalla en lo que se refiere a cadenas de exhibición y producción generada en los países con los cuales existen TLC's sin reserva en la materia. Lo mismo sucede si revisamos los acuerdos vigentes suscritos con México y Perú; por lo tanto, si se llegara a aplicar la modificación de agregar un capítulo de cuota de pantalla y media continuidad a la actual Ley de Fomento Audiovisual que obligue a los exhibidores a presentar cierto número de producciones cinematográficas chilenas, significaría que se viola lo estipulado en los TLC's vigentes. En este caso aquellos que ha firmado Chile con los Estados a los cuales pertenecen las tres cadenas exhibidoras multisala radicadas en Chile, Cinemark (EEUU), Hoyts (México) y Cineplanet (Perú).

Es importante mencionar que actualmente Chile en OMC no cuenta con lista de compromisos en materia de Servicios Audiovisuales, por lo que significa que no ha comprometido su apertura y estaría habilitado para tomar medidas restrictivas en este sector, caso contrario sucede con los acuerdos bilaterales suscritos con Chile. (World Trade Organization, s.f.)

Esta medida infringiría el principio del trato nacional¹¹ que debe dársele a las producciones cinematográficas extranjeras en conformidad a la legislación vigente y a los tratados internacionales suscritos por Chile, como base del sistema multilateral del comercio.

Lo anterior quiere decir que la modificación a la ley contraviene lo dispuesto en los TLC y que Chile podría ser demandado por la imposición de una cuota de pantalla.

¹¹ Principio según el cual cada Miembro concede a los nacionales de los demás el mismo trato que otorga a sus nacionales. El artículo III del GATT exige que se conceda a las mercancías importadas, una vez que hayan pasado la aduana, un trato no menos favorable que el otorgado a las mercancías idénticas o similares de producción nacional. En el artículo XVII del AGCS y el artículo 3 del Acuerdo sobre los ADPIC también se establece el trato nacional en materia de servicios y de protección de la propiedad intelectual, respectivamente. <https://www.wto.org>

Capítulo IV

Las modificaciones del sector audiovisual - industria cinematográfica en materia de cuota de pantalla y media continuidad en Brasil, Argentina y España.

Según la CAEM¹² en América Latina el Sistema de Cuota de Pantalla se encuentra vigente en Argentina, Brasil, Colombia (igualmente para pantalla chica, pero no ha sido necesario aplicar porque se exhibe lo que se produce) y México (no lo está aplicando).

1. Caso Argentina

Ley Argentina de Cuota de Pantalla – Resolución 2016 de 2004 “Cuota de Pantalla. Establece la cantidad mínima de películas argentinas que deben exhibirse obligatoriamente en cada una de las salas cinematográficas del país inscriptas en el registro que a tal efecto lleva el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales”.

Para el año 2004, durante el Gobierno de Néstor Kirchner, el INCAA – Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales de Argentina, lideró una nueva ley de cuota de pantalla para minimizar la participación de las producciones hollywoodenses, en el cual los teatros están obligados a presentar una producción nacional por pantalla por cuarto; es decir en un cine multisala de 12 pantallas debe exhibirse 48 producciones nacionales. Para el 2009 la ley fue modificada, en cuanto a continuidad de semanas de exhibición, por tanto las producciones deberían permanecer en cartelera un mínimo de dos semanas con el objetivo de incrementar la audiencia.

¹² Cámara de Exhibidores Multisala de Chile.

Por tanto como se puede comprobar en la Tabla N° 8 de la asistencia a salas de cine en Argentina, el sistema de cuota de pantalla y media continuidad no ha sido una solución eficaz para el sector, debido a que se observa que a partir del año 2004 de entrada en vigor la ley, la asistencia a los cines argentinos por producciones locales no ha aumentado.

Tabla N° 8

Asistencia a salas de cine en Argentina			
Año	Asistencia Total	Asistencia Cine Nacional	% cine nacional entradas
2000	32.098.354	5.880.971	18%
2001	30.688.924	3.875.009	13%
2002	31.793.441	3.285.319	10%
2003	33.767.254	3.263.505	10%
2004	42.891.649	5.693.271	13%
2005	35.885.470	4.198.351	12%
2006	34.978.704	3.712.250	11%
2007	33.718.665	2.950.990	9%
2008	33.361.504	3.774.519	11%
2009	33.330.077	5.386.829	16%
2010	38.024.225	3.357.398	9%
2011	42.501.846	3.133.121	7%

2012	46.390.981	4.460.213	10%
------	------------	-----------	-----

Fuente: Asistencia a salas de Cine en Argentina 2000 – 2012 – CAEM

Asistencia a salas de cine en Argentina							
Año	Asistencia Total	Cantidad de estrenos	Asistencia Cine Nacional	Cantidad de estrenos nacionales	% cine nacional Estrenos	% cine nacional entradas	Promedio público por estreno
2000	32.098.354	368	5.880.971	47	13%	18%	125.127
2001	30.688.924	370	3.875.009	67	18%	13%	57.836
2002	31.793.441	306	3.285.319	62	20%	10%	52.989
2003	33.767.254	338	3.263.505	77	23%	10%	42.383
2004	42.891.649	310	5.693.271	71	23%	12%	80.187
2005	35.885.470	326	4.198.351	82	25%	12%	51.199
2006	34.978.704	332	3.712.250	78	23%	11%	47.593
2007	33.718.665	346	2.950.990	83	24%	9%	35.554
2008	33.361.504	369	3.774.519	92	25%	11%	41.027
2009	33.330.077	339	5.386.829	83	24%	16%	64.902
2010	38.024.225	392	3.357.398	112	29%	9%	29.977
2011	42.501.846	428	3.133.121	151	35%	7%	20.749
2012	46.390.981	444	4.460.213	178	40%	10%	25.057

Año en que comenzó a regir la cuota de pantalla	2004
--	-------------

Tabla N° 9

Fuente: Asistencia a salas de Cine en Argentina 2000 – 2012 – CAEM

Un caso excepcional sucedió para el para el año 2009 que se puede observar que la asistencia al cine nacional es la más alta posterior a la entrada en vigor de la cuota de pantalla; fue por una película llamada El Secreto de sus ojos, coproducción Española – Argentina, con más de 2 millones de espectadores, logró ser el film de mayor éxito en Argentina para el 2009, logrando así en el 2010 ganar el Óscar a la mejor película extranjera.

Como Argentina presenta el caso de mayor trascendencia en cuanto a cuota de pantalla se refiere, fue necesario entrevistar a un Film Buyer – Negociador

independiente de La industria cinematográfica argentina, quien expresa que la ley de cuota de pantalla actualmente está sirviendo para que la gente viva a costa del estado, de los créditos y de la obligatoriedad de tener que exhibir las películas independiente de la calidad con las que estas se produzcan; por tanto la ley no está sirviendo para el fin para el cual fue creado, y la solución a corto plazo se relaciona con la creación de un comité en el cual estén representados todos los actores de la industria cinematográfica, y que se conforme una comitiva para calificar los libros presentados para hacer un número de películas por año más acotado y de mejor calidad

En Argentina, de acuerdo a lo expuesto por el Film Buyer, la ley existía y se cumplía después dejó de cumplirse porque había muy poca producción y de muy mala calidad y ni siquiera el instituto estaba preocupado de hacer cumplir la ley. Posteriormente comenzaron a existir cambios, pero igual iba en contra de la industria porque la ley protegía una parte de la industria muy pequeña y se dejó de invertir y hacer buenas películas.

Actualmente, Argentina cuenta con 900 pantallas, de lo que se puede decir que en los últimos cinco años entre 10 y 12% corresponde a la asistencia local pero el 92% de ese público ve generalmente entre 3 a 5 películas nacionales, que 5 películas interesan tanto las otras 60 películas suman ese 8% de asistencia lo cual demuestra poco interés en el resto del material, por ende en vez de hacer 60 películas por año habría tener que hacer 40 películas mejor elegidas con mejor aprovechamiento del aporte del estado, ya que de acuerdo a la ley de marketing internacional si un cliente

defraudado con una sola vez le cuesta otras siete veces volver para ganar la confianza.

Para terminar con esta experiencia internacional, es necesario que la industria cinematográfica se regule por el libre mercado de oferta y demanda, por lo que es fundamental la existencia de un Ente para calificar los proyectos y de esta manera no generar pérdidas, mejorando así la asistencia de público a esas salas a ver producciones locales.

Caso similar está ocurriendo en Chile, para la selección de exhibición de las producciones cinematográficas chilenas en la pantalla grande es relevante el aporte que pueden hacer los exhibidores multisala con la experticia que cuentan referente a la clasificación de contenido cinematográfico y la selección del público telespectador.

2. Caso Brasil

Para el año 2006, se realizó un análisis técnico sobre cuota de pantalla a aplicar en el 2007 con el fin de llevar en complejos de exhibidores multisala con mayor afluencia de telespectadores la totalidad de producciones locales; por tanto como se puede apreciar en la Tabla N° 10, la participación de espectadores en producciones nacionales brasileñas esta alrededor de 10%, y se observa una baja asistencia versus el número de estrenos por año.

Tabla N° 10

Proporción de público en películas brasileñas y total de estrenos brasileños y extranjeros 2009-2012

	2009	2010	2011	2012
Participación del público en títulos brasileños	14,3%	19,1%	12,4%	10,6%
Estrenos brasileños	84	74	100	83
Estrenos extranjeros	233	228	237	242
Total estrenos	317	302	337	325

Fuente: OCA- Observatorio brasileño de cine y audiovisual

En Brasil, ANCINE (Agencia Nacional Do Cinema), supervisa tanto en exhibidores multisala como en pantalla chica o de televisión que la comunicación audiovisual se esté llevando a cabo, es decir, que se respete el espacio de contenido audiovisual producido por productores locales. Esto se puede ver, como un mecanismo mediador entre los productores y exhibidores de contenido audiovisual.

3. Caso España

El caso de España, tiene una particularidad, debido a que la cuota de pantalla tuvo sus inicios en el año 1939 y las producciones cinematográficas españolas tenían una participación de 20,1% promedio del total de la asistencia a salas de cine y la cuota de pantalla en este país; posteriormente esta se sustituyó por producciones cinematográficas de los estados miembros de la Comunidad

Europea, por lo que la participación de público que ven cine español es el presentado en la Tabla N° 11, que resulta una asistencia promedio de 14% del total de la asistencia de los cines en España; inferior al porcentaje que se mantenía antes unirse como miembro de la Comunidad Europea.

Tabla N° 11

Asistencia a salas de cine y cuota de pantalla en España			
Año	Asistencia Total	Asistencia Cine Nacional	% cine nacional
2007	116.930.692	15.795.434	14%
2008	107.813.259	14.359.230	13%
2009	109.986.858	17.480.282	16%
2010	101.589.517	12.928.363	13%
2011	98.344.862	15.524.294	16%

Fuente: CAEM – Asistencia a salas de Cine y cuota de pantalla en España

Las observaciones hechas en la normatividad sobre cuota pantalla de los países de Argentina, Brasil y España, nos da una lectura clara sobre disminución porcentual de asistencia del público objeto a salas o multisalas de cine. Puesto que si la ley obliga a exhibir producciones nacionales en tiempo extendido de 8 semanas hasta llegar a reducirlas 2 semanas de exhibición, es por modificaciones que han sufrido estas normas, presentando como salvador en un incremento porcentual de usuarios de cine local.

Pero esto no ha sido solución eficaz, ya que la puesta en vigencia de la ley del sistema de cuota de pantalla, la asistencia de los espectadores al cine en estos 3 países no ha crecido sustancialmente, así los análisis técnicos digan establecer supervisión o vigilancia a los tiempos de exhibición de las producciones

cinematográficas en salas o multisalas de cine, no ha mejorado la asistencia del público objetivo.

Para terminar este capítulo, es importante saber cómo está siendo medida la producción cinematográfica chilena con respecto a otros países latinoamericanos, España y Francia.

A continuación se presenta un contraste de la producción cinematográfica chilena con respecto a las producciones nacionales de los siguientes países:

1. Colombia
2. Perú
3. Argentina
4. España
5. Francia

La elección de Colombia y Perú, se debe a que son países con un crecimiento y desarrollo económico similar al de Chile; Argentina, por ser su país vecino y además porque después de la entrada en vigor de una ley de cuota de pantalla, sus resultados han sido impactantes hasta ahora en el sector audiovisual de este país y finalmente España y Francia, por ser dos países que protegen y promocionan las producciones cinematográficas nacionales, con una participación importante respecto al número de habitantes.

Por tanto; en la Tabla N° 3 presento cifras relevantes para el comparativo de los países anteriormente citados referente a el número de población, PIB per cápita en millones de dólares, GBO – Gross Box Office o ingresos en bruto de la industria

cinematográfica en los países referidos en millones de dólares, asistencia de telespectadores a la industria cinematográfica en millones, precio promedio de una entrada al cine en dólares, número de salas o pantallas por país y lo más importante la participación del mercado nacional o producciones locales en el total de la industria cinematográfica en cada país.

Tabla N° 3

2013	Chile	Colombia	Peru	Argentina	España	Francia
Población millones	17,6	47,2	30,9	41,5	46,7	65,6
PIB Per Cápita M USD	16.043	7.831	6.797	11.679	29.409	42.991
Gross Box Office - GBO Ingresos brutos M	119,2	188,3	131,5	257,6	669,4	1,66 billones
Asistencia millones	20,2	43,3	34,6	46,1	78,2	193,6
Precio promedio de boletos USD	5,9	4,4	3,8	5,3	8,6	8,6
Pantallas - Salas	340,0	791,0	473,0	866,0	3.894,0	5.587,0
Participación del mercado nacional	8,1%	5,0%	11,7%	15,1%	13,9%	33,8%

Fuente: Marché Du Film - Focus World Film Market Trends 2014

Como se puede observar en la Tabla N° 3, Chile presenta un porcentaje de producciones relativamente alto respecto a su población, debido a las pautas comparativas con sus pares; en el caso de Colombia, el porcentaje equivale a las producciones cinematográficas que han sido exhibidas en su totalidad bien sea en pantalla chica televisión y pantalla grande exhibidores multisala con una asistencia importante tanto para Colombia y similar caso presentándose en Perú. En el caso de Argentina, el 2013 fue un año con mayor producción de material cinematográfico, 166 producciones de las cuales 2 estrenos Metegol y Corazón de León hicieron incrementar la participación del mercado nacional pasar de un 8% a un 15%; en España, el porcentaje de producciones nacionales ha ido decayendo debido a dos razones que argumenta la industria: la primera por la desenfrenada piratería y la segunda por la débil economía del país; a esto se debe agregar que por ser parte de la

Unión Europea (UE), el tema cultural pasa a formar parte de la Unión por tanto las pantallas son compartidas por producciones de países pertenecientes a la UE impactando de una u otra manera la participación del mercado de las producciones cinematográficas españolas.

De acuerdo a Marché Du Film – Festival de Cannes 2014, Francia ha decaído tanto en asistencia como en ingresos brutos fundamentadas en los mismos argumentos de España y adicionando que el cine francés no está cumpliendo con las expectativas de los telespectadores, por tanto se ve afectada negativamente la asistencia y los ingresos del sector audiovisual francés.

Capítulo V

Posiciones de los diferentes informantes claves del sector audiovisual en Chile y su influencia en el Sector.

La percepción de los actores sobre las normas que modifican la ley de fomento audiovisual chilena que rigen la industria adquieren importancia para la industria del cine en Chile, debido a que es fundamental sus opiniones para lograr un propósito en conjunto el de satisfacer las necesidades de los telespectadores, porque finalmente la audiencia es quien mide las producciones cinematográficas por su gusto; por tanto las posiciones que tomen los actores sobre las normas de ley de fomento Audiovisual chilena que rigen la industria cinematográfica y las modificaciones fundamentales que atañen a la cuota de pantalla en sala o multisalas de cine, afectan de una u otra manera a cada uno de los actores del sector audiovisual – industria cinematográfica.

A continuación se presentan las ventajas y desventajas que han sido identificadas por los entrevistados sobre la modificación a la ley 19.981 de fomento al sector audiovisual en materia de cuota de pantalla. Estas entrevistas se obtuvieron de informantes claves que hacen parte del sector audiovisual – industria cinematográfica de Chile, productores, distribuidores y exhibidores así mismo se obtuvo entrevista con un representante del sector audiovisual – industria cinematográfica de Argentina quien aportó la experiencia de la cuota de pantalla y media continuidad en ese país.

1. Ventajas que los entrevistados identifican:

- Se puede presentar un aumento considerable en las producciones cinematográficas locales de calidad, incrementando de esta manera la generación de empleo y diversidad en contenido para los telespectadores.
- Es una ley de cine que regula la producción, distribución y exhibición de obras audiovisuales para Chile, así mismo, define los informantes claves de la industria cinematográfica.
- Las políticas públicas incentivan el desarrollo cinematográfico en toda la cadena de producción nacional, por medio de las instituciones estatales que apoyan al sector audiovisual.
- Se mejora el sostenimiento de la producción, distribución y exhibición del cine local con la creación del Fondo de Fomento y el consejo de arte y la industria audiovisual.

2. Se destacan oportunidades para mejorar los componentes de la ley de Fomento Audiovisual y su posible modificación:

- Mejora de la calidad en las producciones cinematográficas nacionales.
- La audiencia o público objetivo chileno se actualiza y mejora su percepción sobre la producción cinematográfica de su país.
- Se establecen excelentes relaciones entre productores, distribuidores y exhibidores puesto que entran a conformar parte del Consejo del Arte y la industria cultural.

- Los actores de la industria cinematográfica podrían trabajar de manera conjunta para llegar a un consenso al momento de realizar posibles modificaciones a la actual Ley de Fomento Audiovisual.

Capítulo VI

Matriz FODA

Factores Internos

Fortalezas

1. Aumento en las producciones cinematográficas locales, con características de exportación. Con la Ley de Fomento Audiovisual en el 2004 se crea el Consejo del Arte y la Industria Audiovisual y el Fondo de Fomento Audiovisual administrados por el Consejo de Nacional de la Cultura y las Artes; importante apoyo para el crecimiento y expansión del cine chileno, debido a que se fortalecieron las diferentes etapas de las obras cinematográficas locales, como son la producción, promoción y comercialización de contenido.
2. Formalización a la conformación de actores definidos del sector tales como: Productor, distribuidor y exhibidor. En el capítulo I de la Ley de Fomento Audiovisual Chileno en el artículo 3 clasifica y define los términos y actores del sector audiovisual en la industria cinematográfica de Chile, aspecto clave para dar un orden y definir roles dentro de la industria.
3. Regulación del sector audiovisual, referente al financiamiento y apoyo técnico y profesional de las producciones cinematográficas locales desde su producción hasta su comercialización.
4. Conformación Multisectorial de Ministerio de Educación, Ministerio de Relaciones Exteriores - DIRAC, Consejo de Cultura. Debido a que el

desarrollo de las producciones cinematográficas locales han sido respaldadas por las instituciones estatales enfocadas en el sector audiovisual, mediante el apoyo del estado en sus etapas de formación de profesionales, fomento y promoción a nivel nacional e internacional de las producciones locales.

Debilidades

1. Falta de experticia técnica en la construcción del proyecto ley de cuota de pantalla, escasa asesoría en temas vinculantes los cuales vulnera los derechos consagrados en el artículo 19 de la Constitución Política de la República de Chile y los Tratados de Libre Comercio vigentes de Chile con EEUU, México y Perú.
2. Carencia en la formación cultural sobre la apreciación y apoyo a las producciones cinematográficas locales por parte del público. Si bien existe la formación de profesionales en el sector, es importante analizar las necesidades del público espectador, ya que ellos pagan por el contenido que quieren ver.
3. Falta de comunicación con sentido y significado fuerte entre los exhibidores y productores, puesto que se rigen por criterios económicos. Los Exhibidores se rigen por leyes económicas del mercado; mientras que los productores por el deber ser de la ley.

Factores Externos

Oportunidades

1. Se presenta un espacio para el desarrollo de Tecnología de la Información y la Comunicación (TICs), facilitando la tecnificación de áreas importantes de la cadena de producción cinematográfica local, un ejemplo es la grabación, actualmente con un teléfono móvil se pueden realizar tomas de video sin incurrir en costos adicionales de un full equipo de grabación.
2. Fortalecer el apoyo a las producciones cinematográficas locales por la televisión nacional pública. Con ayuda de la Ley de TV Digital se podría fortalecer el apoyo a la exhibición de obras cinematográficas locales, debido a que el servicio de TV busca extender el servicio a lo largo del territorio Chileno. Lo anterior puede resultar con un mayor beneficio para el productor al momento de comparar con la ocupación de este tipo de producciones en las cadenas de cine que se concentra en un 60% dentro de la región metropolitana y el resto en regiones.
3. Convenio de colaboración para el desarrollo y fortalecimiento de la industria cinematográfica chilena, entre las empresas exhibidoras y las asociaciones gremiales de producciones cinematográficas locales. Considerándose como una oportunidad para mejorar las relaciones entre los diferentes actores del Sector audiovisual.
4. Fortalecer comunicaciones claras entre el cine nacional y la audiencia. Es una oportunidad de mejora el lograr satisfacer las necesidades del público

telespectador, por tanto es necesario la búsqueda de nuevos telespectadores y su fidelización.

Amenazas

1. Leyes económicas del mercado que rigen a los exhibidores. Con la entrada en vigor de la modificación a la Ley de Fomento Audiovisual sobre cuota de pantalla y media continuidad, se obligaría a los exhibidores multisala a presentar cierta cantidad de producciones locales con un periodo de continuidad no acorde con los resultados del mercado, afectando negativamente su participación en el mercado, principal medida para que un complejo de una cadena de cine se mantenga o no en el mercado.
2. Disminución de la Audiencia, debido a que no se justifica la mantención de films que no atraiga al público telespectador, lo que ocurre por la falta de formación de público.
3. Negativa imagen del cine chileno dada tradicionalmente por los mismos telespectadores, lo cual contagia las nuevas producciones cinematográficas locales.

Como resultado del cruce de las variables de los factores internos y externos, presento las siguientes estrategias con el fin de mejorar la participación y toma de decisiones de los actores del sector audiovisual – industria cinematográfica en Chile:

1. Estrategia para maximizar las fortalezas y oportunidades: fortalecer las relaciones entre los actores de la industria cinematográfica chilena mediante

la participación de los mismos en la toma de decisiones para un cambio o modificación del sector.

2. Estrategia para minimizar las debilidades y maximizar las oportunidades:
Permitir el apoyo de profesionales con la experticia en temas normativos y operativos en el sector de audiovisuales - industria cinematográfica chilena.
3. Estrategia para maximizar las fortalezas y minimizar las amenazas:
Aprovechar la estructura multisectorial y la definición de los actores de la industria cinematográfica chilena y su rol para proyectar una nueva imagen del cine chileno a nivel local, nacional e internacional.
4. Estrategia para minimizar las debilidades y las amenazas: implementación y fortalecimiento de instituciones calificadas en promoción y publicidad comercial en particular de la producción cinematográfica chilena.

A continuación se presenta la siguiente Matriz con el cruce de las variables mencionadas anteriormente:

Tabla N° 12

MATRIZ FODA - LEY DE FOMENTO AUDIOVISUAL Y SUS MODIFICACIONES

<p style="text-align: center;"><u>Factores Internos</u></p> <p style="text-align: center;"><u>Factores Externos</u></p>	<p style="text-align: center;"><i>Fortalezas</i></p>	<p style="text-align: center;"><i>Debilidades</i></p>
	<p>F1. Aumento en las producciones cinematográficas locales, con características de exportación.</p>	<p>D1. Falta de experticia técnica en la construcción del proyecto ley de cuota de pantalla. (Viola la constitución y el TLC vigente entre EEUU y Chile).</p>
	<p>F2. Formalización a la conformación de actores definidos del sector tales como: Productor, distribuidor y exhibidor.</p>	<p>D2. Carencia en la formación cultural sobre la apreciación y apoyo a las producciones cinematográficas locales por parte del público.</p>
	<p>F3. Regulación del Sector Audiovisual.</p>	<p>D3. Falta de comunicación con sentido y significado fuerte entre los exhibidores y productores, puesto que se rigen por criterios económicos.</p>
	<p>F4. Conformación Multisectorial de Ministerio de Educación, Ministerio de Relaciones Exteriores - DIRAC, Consejo de Cultura.</p>	
<p style="text-align: center;"><i>Oportunidades</i></p>		
<p>O1. 1. Se presenta un espacio para el desarrollo de Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC), facilitando la tecnificación de áreas importantes de la cadena de producción cinematográfica local.</p>	<p>Estrategia para maximizar las F y O</p>	<p>Estrategia para minimizar las D y maximizar las O</p>
<p>O2. Fortalecer el apoyo a las producciones cinematográficas locales por la televisión nacional pública.</p>	<p>Fortalecer las relaciones entre los actores de la Industria Cinematográfica Chilena mediante la participación de los mismos en la toma de decisiones para un cambio o modificación del sector.</p>	<p>Permitir el apoyo de profesionales con la experticia en temas normativos y operativos en el sector de Audiovisuales - Industria Cinematográfica Chilena.</p>
<p>O3. Convenio de colaboración para el desarrollo y fortalecimiento de la industria cinematográfica chilena, entre las empresas exhibidoras y las asociaciones gremiales de producciones cinematográficas locales.</p>		
<p>O4. Fortalecer comunicaciones claras entre el cine nacional y la audiencia.</p>		
<p style="text-align: center;"><i>Amenazas</i></p>		
<p>A1. Leyes económicas del mercado que rigen a los exhibidores.</p>	<p>Estrategia para maximizar las F y minimizar las A</p>	<p>Estrategia para minimizar las D y las A</p>
<p>A2. Disminución de la Audiencia, no se hace justicia con el gusto del público.</p>	<p>Aprovechar la estructura multisectorial y la definición de los actores de la industria cinematográfica chilena y su rol para proyectar una nueva imagen del cine chileno a nivel local, nacional e internacional.</p>	<p>Implementación y fortalecimiento de Instituciones calificadas en promoción y publicidad comercial en particular de la producción cinematográfica chilena.</p>
<p>A3. Negativa imagen del cine chileno dada tradicionalmente por los mismos telespectadores, lo cual contagia las nuevas producciones cinematográficas locales.</p>		

Fuente: Matriz FODA Elaboración Propia

Capítulo VII

Conclusiones – Recomendaciones

Las conclusiones deben tener como referencia que este trabajo aborda un tema dinámico y cambiante en el contexto de la industria del cine tanto para productores, distribuidores y exhibidores como para usuarios del cine. Es preciso dejar constancia del mensaje obtenido del cuerpo constructor de la industria cinematográfica y de asistentes a exhibidores multisalas de cine, y, recomendaciones que fueron obtenidas durante todo el proceso de elaboración de este trabajo.

De acuerdo a los resultados de las entrevistas y la revisión bibliográfica se ha podido concluir que:

1. Se deben fortalecer las relaciones entre los actores de la industria cinematográfica chilena mediante la participación de los mismos en la toma de decisiones para un cambio o modificación del sector.
2. Permitir el apoyo de profesionales con la experticia en temas normativos y operativos en el sector de audiovisuales - industria cinematográfica chilena.
3. Aprovechar la estructura multisectorial y la definición de los actores de la industria cinematográfica chilena y su rol para proyectar una nueva imagen del cine chileno a nivel local, nacional e internacional.
4. Implementación y fortalecimiento de instituciones calificadas en promoción y publicidad comercial en particular de la producción cinematográfica chilena.

5. Por parte del productor y distribuidor se debe identificar el público objetivo para las producciones cinematográficas chilenas, con el interés de aumentar la aceptación de los telespectadores y ampliar de esta manera su visión comercial para beneficio de los diferentes actores del sector audiovisual.
6. Así mismo, con la existencia del actual Convenio de colaboración para el desarrollo y fortalecimiento de la industria cinematográfica chilena, entre las empresas exhibidoras y las asociaciones gremiales de producciones cinematográficas locales, se busca concientizar sobre su uso, logrando una armonización en el sector audiovisual – industria cinematográfica chilena.
7. Se debe tener en cuenta las experiencias internacionales y evitar de esta manera repetir las mismas equivocaciones, como se presenta en el caso de Argentina, donde los comités se ponen de acuerdo entre ellos y firman por compromiso, sin criterio y sin ese feedback del público; por tanto se sugiere en el caso de Chile la participación de exhibidores y distribuidores que conocen las necesidades del público por su contacto directo, logrando así hacer de manera democrática valer la participación de los principales players de la industria.
8. Buscar un equilibrio entre lo comercial y cultural, por tanto se requiere mejoras en la calidad de las producciones cinematográficas chilenas, con el objetivo de ser más competitivas en el mercado del audiovisual local, regional e internacional.
9. Finalmente, es fundamental mencionar la importancia para el presente estudio de caso, lo referente a la ausencia de una reserva específica sobre cine en los anexos de los TLC's vigente de Chile con Estados Unidos,

México y Perú, y la modificación a la actual Ley de Fomento Audiovisual Chilena referente a adicionar un capítulo sobre cuota de pantalla y media continuidad, esta posible adición no tendría validez debido a que estaría dentro del TLC y no fuera del el, por tanto su posible imposición no sería viable en la industria cinematográfica chilena.

Bibliografía

- Caloguerea, A. (2007). *Opinión de CAEM Sobre Los Sistemas de Cuota de Pantalla*. Santiago, Chile.
- Cámara De Diputados. (2012). Boletín N1 8620-24. *Boletín N1 8620-24*.
- Cámara de Diputados de Chile. (s.f.). <http://www.camara.cl>. Recuperado el 23 de Noviembre de 2014, de <http://www.camara.cl>.
- Castillo, J. I. (2004). *Aproximación al debate de la excepción cultural desde las nuevas tecnologías: posibilidades de la digitalización en la comercialización del cine Español*. Universitata Jaume I.
- Información Legislativa*. (Junio de 2004). Obtenido de <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/95000-99999/96178/norma.htm>
- Ley Chile*. (s.f.). Recuperado el Noviembre de 2014, de <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=232277>
- OEA, e. B. (2014). *El impacto económico de las industrias creativas en las Américas*.
- Ojeda, R. T. (Julio de 2009). *Cine, Neoliberalismo y Cultura*. Santiago: ARCIS.
- Organización de Estado Americanos*. (s.f.). Recuperado el Noviembre de 2014, de <http://www.oei.es/pensariberoamerica/colaboraciones04.htm>
- Peña, N. S. (2000). *Las industrias culturales en América latina en el marco de las negociaciones de la OMC y del ALCA: opciones para la elaboración de una política cultural latinoamericana que favorezca el crecimiento y el desarrollo del sector cultura*.
- PROCHILE. (2010). Obtenido de http://www.accionaudiovisual.uc.cl/prontus_accion/site/artic/20100129/asocfile/20100129155422/ra_1_vilches.pdf
- Sin Sentido - Blog*. (s.f.). Recuperado el Noviembre de 2014, de <http://ngbello.wordpress.com/2013/03/23/proyecto-de-ley-de-cine-chileno/>
- Universitat Jaume I*. (s.f.). Recuperado el Noviembre de 2014, de <http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi10/publ/4.pdf>
- World Trade Organization*. (s.f.). Recuperado el 22 de Noviembre de 2014, de http://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/gatt47.pdf

World Trade Organization. (s.f.). *WTO - Services*. Recuperado el 13 de Junio de 2015, de WTO - Services: [http://i-tip.wto.org/services/\(S\(ejo1wpcfml241po1ewtjcmcq\)\)/SearchResultGats.aspx](http://i-tip.wto.org/services/(S(ejo1wpcfml241po1ewtjcmcq))/SearchResultGats.aspx)

www.wto.org. (s.f.). Recuperado el 22 de Noviembre de 2014

Anexo I Entrevistas

Entrevista Alexandra Galvis Directora de Market Chile 27 de Marzo de 2015:

1. ¿Cuál es su apreciación sobre la aplicación de la ley 19.981 del Fomento Audiovisual en Chile y sus modificaciones? y ¿Porque es relevante esta ley?

Existen varias modificaciones. Pero si se analiza esta ley es una ley de cine para Chile porque de ese momento hacia atrás, el volumen de producción en Chile era una frecuencia de 1 película en la década, 3 películas en los 90's y el boom fue en el año 2000 unido con la ley de fomento audiovisual que fomentó la producción, esto se dio a la par de los países latinoamericanos, industria muy nueva, lo que hizo la ley fue formalizar la existencia de un distribuidor, exhibidor, por tanto hay actores definidos y dos la regulación mediante la creación del consejo antes manejado por CORFO (creador de Chile Films en los 40's) y por Ministerio de Relaciones Exteriores; en Chile hay una tradición de cineastas muy importante, lo que hizo la ley fue aumentar el volumen de producción actualmente se están estrenando 20 producciones cinematográficas al año.

Existen grandes directores, pero la industria va más allá; una de esas grandes importancias es la representación marca país, las instituciones educativas y los demás servicios dentro del desarrollo de las producciones cinematográficas.

La creación de la ley se hizo desde la perspectiva que no existía volumen de producción, generando un salto a la producción (un caso para ejemplificar en

el año 2011 se presentaron propuesta de 53 películas y se exhibieron 15 películas en pantalla grande), lo anterior habla de un sector que ya no tiene problemas en producir.

Actualmente el desarrollo de IT es una ayuda para crear productos más competitivos, por tanto este concepto se vuelve menos complejo al momento de hacer grabaciones y ediciones.

La creación del Consejo De Arte Y La Industria Audiovisual es lo más rescatable de la ley, debido a que desde el estado se aceptó que el trabajo audiovisual es multisectorial y que impactaba campos distintos en Chile, claramente se tiene al Ministerio de Relaciones Exteriores, (parte de imagen país e intercambio cultural), Ministerio de Educación, Consejo Nacional de Televisión, representantes de regiones, así mismo, en la misma constitución de la legislación dice que es multisectorial y que impacta a nivel económico a muchos sectores. Lo que más valor de la ley es el impulso a la producción, la creación de un fondo anexo a un consejo de trabajo el cual se ha encargado de modificar y actualizar el fondo de manera que el fondo no quedara estático en la ley, es decir, lo que te dice la ley es que el consejo es el encargado de fijar las políticas de ese fondo y la proyección de desarrollo económico que va a tener el sector, lo interesante es que el cine chileno especialmente lo hizo muy rápido en cuanto a volumen de producción, fue más amplio y con buenos directores y esto hace que el cine se haga un bien exportable y ahí empiezan a apoyar su promoción con fondos para la audiencia, fondos de exhibición, fondos para salas, y el consejo estaba muy estático en la producción internacional, por tanto se empieza con cinemachile con el

proyecto de marca sectoriales, quien ganó una licitación muy relevante de marca sectoriales, que se pedía desarrollar un cluster proyectando marcas paraguas; los sectores que ganaron turismo, vino y cine; entonces lo que hicieron dar fue un impulso para la internacionalización del cine Chileno, iniciando en Cannes en el 2006, ahora ya con 9 años de presencia de Chile en este Festival. CORFO y PROCHILE lo proyectaron con mirada estratégica para darle continuidad y el consejo en el 2010 comienza a hacer selección de productos para festivales internacionales.

2. ¿Porque cree que el cine no se vende solo?

No necesariamente debe existir un distribuidor para exhibir producciones chilenas, de hecho CORFO apoya de dos maneras al cine chileno, a través de un concurso de desarrollo que su apertura es en el mes de abril el cual entrega dinero para pagar el guion, presupuesto definitivo del proyecto y un tráiler, pero CORFO no apoya a la producción porque eso es tarea del Consejo, pero CORFO vuelve a la fase de comercialización que es la distribución, hasta ahora entrega un tope de 18 millones de pesos para producciones cinematográficas y para largometrajes de 0 a 18 millones de pesos a cambio de que el productor ponga un 30% del proyecto, por tanto exige que el trabajo de distribución lo debe realizar una entidad especializada o el mismo productor con experticia en distribución y comercialización del producto. El productor igual puede comercializar solo, pero no es recomendable porque hay grandes historias de fracasos, porque como distribuidor hay que ayudar a moldear el proyecto presentado por el productor por tanto necesita de ese

apoyo; además de la selección de público que identifica y conoce el distribuidor y no el productor. El distribuidor busca diferentes medios para promocionar las producciones locales, como trailers, eventos, etc., pero es importante mencionar de que las cadenas de exhibición se basan en leyes económicas por es necesario tener la plataforma de mediador entre los productores y los exhibidores.

3. ¿Desde el punto de vista económico, que resultados ha obtenido la industria cinematográfica chilena, a partir de la aplicación del proyecto ley?

Es central, para que exista fomento en la industria debe haber un elemento relevante como es la televisión pública, pero Chile como es mixta, está orientada a fines comerciales por tanto hace que no sea un socio natural para fomentar la producción y el fondo de una u otra manera está reemplazando lo que debiera estar haciendo la televisión chilena. Geográficamente hablando hay un 10% de cines a lo largo de Chile, la cobertura son únicamente un 10% equivalente a 300 salas y no por el 90% que llega por medio de la televisión, ahora bien, con la nueva ley de televisión digital se exige presentar mayor contenido cultural, y lo cuenta como contenido de producción local. Por tanto uno de los grandes desafíos es integrar a la televisión pública, ya que el Fondo ha sido el gran suplente a este gran ausente que es la televisión.

Además de que en Chile existe una Sobreoferta de Producción, 40 películas dividida entre 17 millones de habitantes, Argentina 100 películas dividido entre 41 millones de habitantes; por tanto se produce mucho versus el mercado objetivo, y de los chilenos que van al cine el promedio es de 1.2 la

asistencia anual, es decir cada chileno va 1.2 veces al cine. Por tanto el producto no se exhibiría mejor en las multisalas que en la pantalla chica, ya que hay una sobrecompra de novelas turcas. Siendo la televisión de propiedad estatal y viendo la participación de los cines donde el 60% de los cines se encuentran en la región metropolitana, prácticamente se está peleando la RM y no las demás regiones.

Con fundamento en lo anterior, el consejo se reformula y crea nuevos lenguajes para captar nuevo público y diseña nuevos medios.

4. Si la ley no implica que una película sin público permanezca igual en cartelera, qué relación tiene con la frase mencionada en varias oportunidades por los productores locales, no tener en cuenta el aspecto económico al momento de dar continuidad a una producción nacional en pantalla?

No existe cuota de pantalla, y el no estar eso regulado, según los productores como es el único aspecto que no está regulado precisan que por esta razón sus producciones no se puedan exhibir, pero el problema no es que haya o no cuota de pantalla, sino que este tipo de proyecto ley carecen de experticia técnica, por tanto se debe tener en cuenta dos aspectos relevantes; por un lado los exhibidores se rigen por la ley económica, criterio económico, pero del lado de los productores prima el deber ser de la ley con criterio morales, por lo que en esas dos discusiones existe un diálogo de sordos, entonces, si se propone un proyecto de cuota de pantalla debe contar con la experiencia técnica por un lado cómo hacer para que los privados exhiban y mantengan las producciones locales, y por otro que los productores exhiban su material;

pero gracias al convenio con su modificación del día 27 de Marzo de 2015, es una excelente muestra de la autorregulación de la industria en vez de una regulación por ley de cuota de pantalla. Para el 2013 Market Chile negoció con los productores locales, realizando la compra de espacios de los cines con dinero público, por tanto el gremio de productores reaccionó en contra de esta medida, pero fue el único medio para llegar a un convenio entre exhibidores y productores locales (No todos los gremios). El convenio firmado este año protege 17 salas en todo Chile y empezará a regir a partir del 02 de abril de 2015.

Lo anterior no asegura que los gremios (se desconocen en que están) soliciten por medio de modificaciones a la ley una amplitud de la cuota de pantalla y media de continuidad.

Otro tema relevante es la Formación de público, donde las películas son parte del fomento educativo; la formación de audiencia no solamente es de sala, el gran actor por tema de acceso y situación económica es Netflix; por tanto si se quiere formar audiencia, hay que tomar diferentes medios como, los colegios, las instituciones universitarias, el mismo Ministerio de Educación, ya que es un proceso educativo.

5. ¿Qué oportunidades ha identificado para la compañía que usted representa, desde la aplicación del proyecto ley y sus modificaciones?

Enorme, definitivo, sobre todo por el incentivo del fondo, la empresa ya tenía una trayectoria con productores del cine chileno, pero es importante mencionar que se pasó de estrenar 2 o 3 en los 90's a 20 actualmente; y apoyando al cine chileno se creó BF Cine Huérfanos, fue la primera vez que

el fondo apoyo en el año 2011 como distribuidor y exhibidor, que anteriormente estaban como productores, y ese año entregaron 53 producciones locales, pero filtrando para ser presentadas a nivel comercial y cultural. Para finales de ese año por cuestiones políticas no se renovó el fondo y se tuvo que cerrar BF Cine Huérfanos, y se volvió a presentar una licitación como fondo de distribuidor donde concursaron nuevamente y abrieron Market Chile.

6. ¿Cuáles serían los proyectos a corto, mediano y largo plazo de la dirección de Market Chile en desarrollo del proyecto ley 19.981 – Fomento Audiovisual en Chile y sus modificaciones?

A corto plazo sería filtrar más y mejor las películas, dando un buen servicio a los productores, mediano y largo plazo conseguir mejores y variadas plataformas con cine chile, trabajando con televisión, consumo de cine chileno en Facebook, cine al aire libre donde no hay salas de cine chileno mediante giras a los largo del territorio Chileno. Se trata de tener distintas alternativas como la exhibición en VTR por tanto con la última función presentada en cine, pasa a ser exhibida inmediatamente a VTR. Finalmente, la idea es ser una plataforma para la comercialización del cine chileno. Llevar más cine chileno al extranjero, pero es tema de ayudar a la exportación pero con productos comercializables en el exterior, así mismo buscar espectadores o mercado objetivo para cada producción.

Entrevista Patricio Fuentealba – Representante Cinecolor – Disney 10 de Abril de 2015:

1. ¿Considera usted que el cine es una industria cultural que requiere de políticas públicas de estímulo y protección, y si es así como lo explicaría?

El cine es otra manifestación cultural, que grafica un momento de la historia de un país y retrata su idiosincrasia. Al manejar o generar recursos económicos y humanos se transforma en una industria que necesita desarrollarse y conquistar a sus potenciales clientes.

Las políticas públicas son necesarias para incentivar el desarrollo cinematográfico en toda la cadena de producción de una obra nacional. Primero profesionalizando a cada uno de los miembros de determinada área, con el fin de obtener niveles de excelencia tanto en las etapas de pre producción, post producción, distribución y comunicación.

Paralelamente desarrollar políticas que contribuyan a la generación de audiencias a nivel de educación pre escolar, escolar y universitaria o de formación profesional.

Creo que las políticas de protección no necesariamente garantizan que se generen obras cinematográficas de calidad o que sean del gusto del público. Por lo mismo no se generan obras que puedan competir de igual a igual en un mercado altamente agresivo.

2. ¿Qué ventajas y desventajas identifica usted con la aplicación del proyecto ley 19.981 – Fomento Audiovisual en Chile y sus modificaciones, a la compañía que representa?

En términos generales nosotros no estamos trabajando con títulos nacionales por ahora, por lo cual no hemos percibido ventajas en el acuerdo. Sin embargo, distorsiona la programación semanal ya que no necesariamente se hace justicia al gusto del público, que prefiere un título por sobre otro. Por lo mismo películas que no poseen sustento de audiencia pueden permanecer más semanas en cartelera que películas que obtienen mejores resultados.

3. ¿Qué impacto ha causado la implementación del proyecto ley a la compañía que usted representa?

En general somos bastante ponderados a la hora de evaluar el impacto de esa ley. Creemos que afecta pero de manera muy focalizada a nuestra compañía y en determinadas semanas de programación, pero su efecto más fuerte se refleja en los exhibidores.

4. En caso de no estar de acuerdo con la aplicación del proyecto ley y sus modificaciones en parte o en su totalidad ¿cuáles serían sus recomendaciones?

No sólo se debe garantizar permanencia de un título, sino que invertir en formación de audiencias y en la profesionalización de la industria cinematográfica nacional. Especializar en áreas importante de la cadena de producción cinematográfica a las personas que generan las ideas y materializan los proyectos al momento de llevarlos a la pantalla. Por sobre todo en materia de guiones y distribución.

5. ¿Esta ley tiene consecuencias futuras para la inversión de la compañía que usted representa?

Por ahora no tiene efectos mayores.

6. ¿Cómo representante de una cadena Major, tiene referencias de la aplicabilidad de esta normativa en otro país en el cual la compañía que usted representa se encuentre radicada? Si es así, ¿nos puede comentar como ha sido este proceso?

En términos generales en el resto de territorios donde nuestra compañía actúa, se utiliza la institucionalidad cultural para poder generar aporte de valor a la industria cinematográfica local, ya sea en la etapa de producción como de comercialización.

Entrevista Hernan Viviano – Representante Legal 20th Century Fox Chile – Warner Bros Chile 13 de Abril de 2015:

1. ¿Considera usted que el cine es una industria cultural que requiere de políticas públicas de estímulo y protección, y si es así como lo explicaría?

Considero que el cine local, no el cine en general, debe tener políticas públicas de estímulo. El cine ha sido, históricamente, una ventana donde los realizadores han mostrado eventos, formas, matices y ante todo han contado historias que refuerzan y en alguna manera definen la cultura local. Políticas de estímulo a la Producción, Realización, Distribución y Difusión son muy necesarias.

En lo personal no estoy de acuerdo con el proteccionismo. Creo que un film local, bien realizado, bien distribuido y bien difundido no necesita en lo más mínimo de ningún tipo de proteccionismo.

En la historia del cine, el proteccionismo ha generado más consecuencias negativas que positivas.

2. ¿Qué ventajas y desventajas identifica usted con la aplicación del proyecto ley 19.981 – Fomento Audiovisual en Chile y sus modificaciones, a la compañía que representa?

Respecto a las ventas y como menciono arriba, que existan leyes de fomento al cine es algo muy positivo. Ahora bien, se ha creado un Consejo del Arte y La Industria Audiovisual y ni los exhibidores, ni los distribuidores fuimos invitados a formar parte del mencionado Consejo.

Esto no es positivo. Tanto exhibidores como distribuidores podemos presentar una mirada diferente, profesional y muy necesaria respecto a los proyectos que se pueden o no fomentar de cualquier manera que sea.

Respecto a las Compañías que represento, léase 20th Century Fox, Warner Bros o Dreamworks Animation, las mismas no tendrán ninguna ventaja o desventaja con respecto a la ley, tal cuál está promulgada hoy día.

Nosotros estamos muy involucrados en el cine nacional, y la única ventaja que se podría obtener, es que el Cine Nacional mejore la calidad, la conexión con la audiencia y de esta manera puedan concurrir más espectadores chilenos a las salas de cine.

Si la consulta es en base al Proyecto de Ley que modificaría el Artículo 4, y que trata particularmente las Cuotas de Pantalla, en caso que se promulgue por supuesto que tendría una implicancia negativa en nuestro negocio. Actualmente las películas entran o salen de cartelera de acuerdo al potencial comercial que las mismas tienen y en base a los resultados que presentan en la taquilla.

El hecho de tener por ley un porcentual de pantallas ocupado exclusivamente por películas chilenas, sin importar demasiado el desempeño de las mismas, no es atinado y va en contra de cómo se manejó el negocio.

Hay que tener presente que en el caso de la Radio o la Televisión, las Emisoras hacen uso del “aire” que es de todos los chilenos. Las salas de cine, al menos las comerciales, son recintos privados y si existiese una cuota de pantalla se estaría usando un espacio 100% privado.

3. ¿Qué impacto ha causado la implementación del proyecto ley a la compañía que usted representa?

Como comento en el punto anterior, no ha causado ningún tipo de impacto. Ni positivo, ni negativo. Quizás a futuro, se mejore la calidad de las realizaciones en base al fomento.

Respecto a la posible Cuota de Pantalla, se explicita este tema más arriba. El Convenio, que no es Ley ni proyecto, no ha afectado en mayor medida a nuestras Compañías.

4. En caso de no estar de acuerdo con la aplicación del proyecto ley y sus modificaciones en parte o en su totalidad ¿cuáles serían sus recomendaciones?

Mi mayor recomendación es en la Creación del Consejo. Este debiese estar conformado por Profesionales consagrados, con trayectoria en la Industria, y 100% eximidos de participar en proyectos donde tengan algún tipo de contribución o que puedan generar un conflicto de interés. Este ha sido siempre el problema del fomento. A quién se le da el dinero, por qué, y quién se lo entrega.

Tiene que haber total transparencia con los fondos públicos, que obviamente son de todos nosotros.

A su vez, debe haber un estricto control de qué se hace con los fondos y una campaña muy grande a nivel nacional de conexión con la audiencia.

Respecto a las Cuotas de Pantalla, nada ganamos con tener muchas películas chilenas en cartelera, si no se trabaja en la conexión con la audiencia y en difundir las películas como corresponde.

De hecho en todos los países latinos que cuentan con Cuota, la asistencia a películas nacionales no es directamente proporcional a las salas donde se exhibe. Es más, en la mayor cantidad de casos, el número baja significativamente. Por una sencilla razón, previo a la cuota, los Distribuidores/Productores, entendiendo que compiten en un mercado, realizan inversiones para que a las películas locales les vaya mejor.

Luego de la Cuota, como ya tienen un espacio “asegurado” dejan de invertir o bajan significativamente las inversiones, cuestión que genera una baja natural en la Asistencia a Salas para este tipo de películas.

5. ¿Esta ley tiene consecuencias futuras para la inversión de la compañía que usted representa?

En principio no. Pero hay que ver si finalmente se aprueba la Ley, con qué porcentajes de salas se contará y cuál será el número para mantenimiento de las películas nacionales.

Este tema está en sus albores y hay que ser cuidadoso con los análisis que se realizan.

Respecto al fomento, no hay ninguna consecuencia negativa. Positivamente y como menciono arriba, quizás a futuro se mejore la calidad de las realizaciones.

6. ¿Cómo representante de una cadena Major, tiene referencias de la aplicabilidad de esta normativa en otro país en el cual la compañía que usted representa se encuentre radicada? Si es así, ¿nos puede comentar como ha sido este proceso?

Puedo mencionar con mucho conocimiento de causa que la experiencia de la Cuota de Pantalla en Argentina fue nefasta para el Cine Nacional Argentino. En lugar de lo que se cree, cada vez se estrenan más películas, pero los resultados de las mismas son bajísimos.

Como menciono arriba, una Cuota, que no va de la mano de difusión y de conexión de audiencias no funciona.

La gente paga por lo que quiere ver.

De hecho un gran ejemplo de esto fue el Día del Cine chileno en el año 2010.

El Gobierno Chileno compró y regaló 150 mil entradas y al evento sólo concurrieron 8.000 personas.

La gente no fue, ni siquiera gratis.

El gran trabajo, no importa si uno labora en una Empresa extranjera o no, es generar una difusión de cada película de forma acorde y trabajar una campaña masiva que haga a las películas conocidas.

Si bien el Cine Nacional tiene una gran ventaja por sobre el foráneo (temática, cercanía, actores locales), resulta muy disparatado que los resultados no sean positivos.

Hay muchísimo trabajo para hacer como Industria para mejorar los resultados de las películas locales. Una Cuota de Pantalla, definitivamente no es la solución. La solución es trabajar entre todos los miembros de la Industria en generar una conexión natural con las audiencias, que actualmente concurren de forma masiva a las salas de cines, pero que no escogen el Producto Local. No porque el mismo no tenga lugar, de hecho lo tiene, no concurren porque o no se enteran de los proyectos, o no se conectan con los mismos.

Entrevista a Alejandro Caloguerea Gerente de la CAEM- Cámara de Exhibidores Multisala de Chile – 18 de Mayo de 2015.

1. ¿Considera usted que el cine es una industria cultural que requiere de políticas públicas de estímulo y protección, y si es así como lo explicaría?

El llamado cine independiente no es rentable en la mayoría de los casos en Chile y en el mundo. Por esa razón se han creado los **mecanismos de apoyo a la producción**, que permite producir películas de mejor calidad que si se hiciera con fondos propios del productor, y a la **distribución**, permitiendo contar con fondos mínimos para la promoción y publicidad.

2. ¿Qué ventajas y desventajas identifica usted con la aplicación del proyecto ley 19.981 – Fomento Audiovisual en Chile y sus modificaciones, a las compañías que representa?

El cine chileno es una parte importante de los contenidos que ofrecen las salas de cine nacionales, no tanto por la magnitud de su audiencia ni del porcentaje de la asistencia total, sino porque en ocasiones logra colocar películas con gran éxito. La mayoría de éstas son comedias (ver cuadro) o tienen temas locales que atraen a las audiencias (No, Violeta se fue a los cielos, Gloria, etc.)

Año	Título	Asistencia
1999	El chacotero sentimental	818.142
2003	Sexo con amor	990.696
2004	Machuca	656.579
2012	Stefan vs Kramer	2.088.375

2013 / 2014	El ciudadano Kramer	933.662
-------------	---------------------	---------

En los años en que ocurren estos éxitos la asistencia sube notoriamente, lo que mejora la tasa de ocupación de las salas nacionales.

Participación de cine chileno sobre asistencia total			
Año	Total Asistencia	Cine Chileno	%
2000	9.340.476	157.490	1,69%
2001	11.064.343	464.540	4,20%
2002	11.454.115	458.513	4,00%
2003	11.442.377	1.710.565	14,95%
2004	12.658.778	1.213.534	9,59%
2005	10.722.860	391.637	3,65%
2006	10.524.251	749.299	7,12%
2007	11.455.550	914.539	7,98%
2008	11.886.801	939.835	7,91%
2009	14.442.596	547.511	3,79%
2010	14.714.031	351.243	2,39%
2011	17.320.697	900.341	5,20%
2012	20.122.604	2.552.079	12,68%
2013	21.200.044	1.702.552	8,03%
2014	22.015.883	586.677	2,66%

3. ¿Qué impacto ha causado la implementación de la ley 19.931 a la compañía que usted representa?

En la medida que las películas llegan a la etapa de exhibición mejor “arropadas” calidad y con fondos para la promoción es indudable que el impacto es positivo.

4. Respecto a la modificación de la ley 19.981 mediante Boletín N° 8620-24 referente a agregar un capítulo IV sobre cuota de pantalla como representante de la CAEM estaría de acuerdo o no con esta adición? ¿cuáles serían sus recomendaciones?

El proyecto no presenta ninguna información de la situación del cine chileno que justifique la implementación de estos dos mecanismos de regulación del mercado en nuestro país. Por el contrario, podemos afirmar que en los últimos años se han dado las facilidades adecuadas para el estreno de un número creciente de películas chilenas en las cadenas multisala. En los 14 últimos años (2001 – 2012) han asistido 13.640.000 de espectadores a ver cine nacional.

Es importante considerar que las cadenas multisala han sido un factor clave en la **oferta de espacios de exhibición** en los últimos 21 años. Desde el año 1993, año en que quedaban solo **135** salas en todo Chile, en que se construyó el primer complejo multisala de cine, se han instalado **45** complejos con un total de **315** salas. Estas pantallas son las que han permitido que el cine chileno haya tenido esos 13.6 millones de espectadores.

La sola permanencia de las películas en las salas de cine no genera mayor asistencia si no va acompañada con una sólida campaña promocional que se inicie varias semanas antes del estreno y que se vaya reforzando en los días previos a su lanzamiento. Está comprobado además que el primer fin de semana es el más importante y que la mayor parte de los estrenos, incluyendo las con mayor asistencia, disminuyen su público a partir de la segunda semana.

Creemos que hay **otras fórmulas** para incentivar al público para que asista a ver cine chileno. En la actualidad se encuentra vigente una Línea del Consejo Audiovisual de **apoyo a la difusión del cine chileno**. Las cadenas multisala asociadas a la CAEM están dando todas las facilidades necesarias para la realización de las **campañas de difusión** de las películas chilenas.

Consideramos que la cuota de pantalla es **inconstitucional** ya que en un lugar privado como son las salas de cine el Estado estaría expropiando sin causa de una parte de su tiempo de exhibición; significa además una discriminación arbitraria a un sector en beneficio de otro (a los exhibidores respecto de los productores); coarta la libertad de expresión de los exhibidores ya que no podrán exhibir las películas que ellos determinen; impone a los exhibidores una carga que les priva de realizar una actividad económica lícita y puede disminuir la legítima utilidad que se obtiene en su negocio.

5. ¿Esta ley tiene consecuencias futuras para la inversión de las compañías que usted representa?

La **tasa de ocupación** de los complejos multisalas de cine tiene un promedio anual del 20%. Una regulación que pretenda obligar a los exhibidores a programar películas que bajen aún más esta tasa significaría el **cierre de muchos complejos** especialmente los que están ubicados en **regiones** ya que la mayoría tiene solo 6 salas, lo que haría insustentable el negocio.

6. ¿Cómo representante de la CAEM, tiene referencias de la aplicabilidad de esta normativa en otro país en el cual alguna de las compañías que usted representa se encuentre radicada? Si es así, ¿nos puede comentar como ha sido este proceso – lo más relevante?

Si observamos la experiencia internacional podemos constatar que existen solo 5 países que tienen cuota de pantalla en funciones: España, Argentina, Brasil, Venezuela y Corea del Sur. Opinamos que un **sistema de cuota de pantalla no es una solución eficaz** del problema porque podemos ver que no ha generado un aumento de la participación de los cines nacionales en el mercado cinematográfico. El más destacado es el caso de Argentina donde se implantó la cuota de pantalla en el año 2004 que tiene menos público para el cine nacional que en el año 2000.

Asistencia a salas de cine en Argentina			
Año	Asistencia Total	Asistencia Cine Nacional	% cine nacional entradas
2000	32.098.354	5.880.971	18%
2001	30.688.924	3.875.009	13%
2002	31.793.441	3.285.319	10%
2003	33.767.254	3.263.505	10%
2004	42.891.649	5.693.271	13%
2005	35.885.470	4.198.351	12%
2006	34.978.704	3.712.250	11%
2007	33.718.665	2.950.990	9%
2008	33.361.504	3.774.519	11%
2009	33.330.077	5.386.829	16%
2010	38.024.225	3.357.398	9%
2011	42.501.846	3.133.121	7%
2012	46.390.981	4.460.213	10%

Entrevista a David Saragusti Film Buyer – Negociador Independiente de Argentina 12 de Junio de 2015.

1. Como parte de un actor importante del sector audiovisual en Argentina, ¿cuál es su opinión referente a la ley de cuota de pantalla aplicada en ese país?

La ley de cuota de pantalla actualmente está sirviendo para que haya lamentablemente mucha gente que vive a costa del estado y que vive a costa de los créditos y de la obligatoriedad de tener que exhibir las películas y se pierden posibilidad de realizar películas que tengan calidad artística o comercial o de ambas y de gente que no tiene otro interés de acceder a crédito muy baratos que quizás no devuelven, la ley no está sirviendo para el fin para el cual fue creado, tendría que a ver solución con un comité en donde estén representados todos los actores de la industria cinematográfica, como sindicatos o cámara para calificar los libros presentados para hacer un número de películas por año más acotado y de mejor calidad. En vez de 80 proyecto mejor 40 en el año pero de mayor interés por motivos nacionales o de mayor interés en el público de entretenimiento y arte que el público demuestre que ese tipo de material les interesa, de esta manera la asistencia al cine local podría ir aumentando y no se perdería el famoso tema de no volver a asistir al cine nacional por la calidad de esta, calidad de un libro bien escrito, un guion bien adoptado con diálogos profesionales en escritura y no simplemente amateur (no profesional).

2. ¿Cuál ha sido el comportamiento de la industria cinematográfica antes y durante la aplicación de la ley de cuota de pantalla?

Antes: la ley existía y se cumplía después dejó de cumplirse porque había muy poca producción y de muy mala calidad y ni siquiera el instituto estaba preocupado de hacer cumplir la ley, en algún momento la resucitaron la ley y comenzaron a existir

cambios; iba en contra de la industria porque la ley protegía una parte de la industria muy pequeña, se dejó de invertir y hacer buenas películas, la ley obligaba a poner tres películas por trimestre pero no había nada nuevo, tuvo que ver con la crisis económica que se pasó La Argentina. Paso de 2.300 pantallas en los 60's luego se fueron cerrando pantallas o se les dio otros usos como supermercados, viviendas que ya para el año 80's se fueron cerrando tantos cines que en 1990 llegaron a 200 pantallas en todo el país proceso de baja de muchos años. Luego vino el sistema multipantallas con 8 pantallas con mucha oferta de película, con mejores butacas. Actualmente 900 pantallas. Entre 10 y 12% es lo que podemos hablar de los últimos 5 años de la asistencia al cine local pero el 92% de ese público ve generalmente entre 3 a 5 películas nacionales, que 5 películas interesan tanto las otras 60 películas suman ese 8% de asistencia lo cual demuestra poco interés en el resto del material, por ende en vez de hacer 60 películas por año habría tener que hacer 40 películas mejor elegidas con mejor aprovechamiento del aporte del estado.

Un cliente defraudado con una sola vez le cuesta otras 7 veces volver para ganar la confianza. Por eso es tan negativo las películas que no estén bien hechas. Se revierte con un muy buen ente calificador conformado por alguien de la exhibición, productor, distribuidor, director, de la cultura, y de esa manera leer los guiones y escoger los mejores para filmar una preselección.

3. ¿Qué ventajas y desventajas podría compartir sobre la aplicabilidad de la ley de cuota de pantalla en Argentina?

Una de las principales desventajas es que muchas pantallas dedicadas obligatoriamente a exhibir películas locales no tienen público para apreciar el cine local, por tanto se evidencia una pérdida en esas pantallas que por ley están obligados los exhibidores con baja ocupación lo cual genera menos recursos para crear nuevas producciones.

Como ventajas se pueden crear películas que sean más interesantes al gusto del público, elevando el nivel cultural de las personas con el fin de lograr un equilibrio entre calidad artística y comercial.

4. Usted cree que la solución en el mercado chileno para la industria cinematográfica sería tener una cuota de pantalla.

No, la industria debe regirse por la regulación del mercado, y mi insistencia en que exista el Ente para calificar los proyectos y de esta manera no generar pérdidas, mejorando así la asistencia de público a esas salas a ver ese tipo de películas.

En Argentina los comités se ponen de acuerdo entre ellos y firman por compromiso, sin criterio y sin ese feedback del público; en este caso exhibidores y distribuidores son los que mayor contacto tienen con el público, por tanto si se logra hacer de una manera más democrática donde esté representado por los principales players de la industria.