

Ed. Ciccus, 2004

por lo "diferente" en materia de calidad conceptual y artística, antes que la simple elección de películas según su país de procedencia.¹²⁴

A partir de 1996, y de manera similar a lo que sucedía entonces en otros países de la región, inversiones extranjeras y locales contribuyeron al crecimiento del sector de la exhibición comercial, particularmente en la ciudad de Montevideo, cuyo número de salas saltó de 19 en dicho año, a un total de 55 en 2002. A esta cifra deben sumarse 11 salas del circuito cultural, y otras 17 correspondientes a salas de películas porno. En el resto del país funcionan entre 20 y 25, ubicadas en su mayor parte en la franja costera, como el multicine de Hoyts en Punta del Este, algunas de las cuales sólo lo hacen en épocas de vacaciones.

Los grupos más importantes en el sector de la exhibición son la cadena de cine-shopping Movicenter que maneja 22 salas, representando además los intereses de la distribuidora Columbia TriStar, de la Sony; Hoyts General Cinema, en sociedad con Fox y capitales locales, controla un total de 5 salas en Montevideo y 8 en Punta del Este; y el Grupo Cine, de capitales locales, dueño de 10 salas en la capital del país. A ellos se suman el Grupo Hermida (6 salas), la Compañía Central Cinematográfica (5 salas) y otras pequeñas empresas.

Las *majors* manejan la casi totalidad de los títulos ofertados en el circuito comercial, tanto en salas de cine como en video. A través de la distribuidora local RBS, se programan los títulos de Buena Vista International, UIP (Universal, Paramount y United Artists); Diespel hace otro tanto con los productos de Warner; Hoyts, con Twentieth Century Fox;

MERCADO CINEMATOGRAFICO URUGUAYO. Año 2005

Salas	85
Total de estrenos	166
Estrenos uruguayos	5
Total de espectadores (millones)	2,4
Espectadores cine uruguayo (mlles)	s/d
Precio medio entrada (US\$)	2,8
Estimado recaudación (millones US\$)	6,5
Estimado recaudación cine uruguayo (mlles US\$)	s/d

Fuente: Elaboración propia con datos de INA, Cinemateca Uruguaya.

Movie Center, con los filmes de MGM, TriStar y Columbia. Algunas de estas distribuidoras, y otras como Grupo Cine y ENEC, se ocupan también de películas iberoamericanas y en particular de obras argentinas. A fin de cuentas, el mercado uruguayo forma parte de la región integrada por Paraguay, Argentina y en algunos casos, Chile, para la cual las distribuidoras locales adquieren en muchos casos los derechos de exhibición.¹²⁵

En el país se estrenan habitualmente entre 140 y 160 títulos anuales, a los que se agregan otros destinados a funciones especiales y festivales, con escasas posibilidades de exhibición comercial. En 2002, el 70% de dicha oferta correspondió a producciones norteamericanas, el 6,5% a películas francesas y el 10% a títulos procedentes de Argentina y México. En cambio, en el circuito cultural, integrado por las salas de la Cinemateca Uruguay (7 salas) y Cine Universitario y Cine Arte del SODRE (3 salas), la presencia del cine hollywoodense se redujo al 10% de las películas presentadas, mientras que el 90% restante se distribuyó entre un número elevado de países (Francia, 10%; Alemania, 9%; Italia, 6%; Argentina, 4%; otros de Europa, 19%; otros de América Latina, 17%). La presencia del cine local en dicho período fue de sólo 1,2% en cantidad de obras estrenadas.

2. PAISES ANDINOS

COLOMBIA

Las políticas adoptadas por el Estado colombiano en el último período aparecen en estos momentos como una renovada esperanza de que la cinematografía de este país, con probada creatividad por parte de sus realizadores, pueda lograr resultados positivos para la industria y la cultura audiovisual en el corto o en el mediano plazo.

A mediados de 2003, el Congreso de Colombia sancionó la Ley N° 814, que representa un nuevo impulso a la cinematografía de ese país y que, de ser debidamente aplicada y reglamentada, puede volver a ubicar su industria en un lugar destacado del espacio iberoamericano. El objetivo de esta nueva ley, que se apoya en los principios y propósitos de la N° 397 de 1997 y declara al cine de "interés social", es "propiciar un desarrollo progresivo, armónico y equitativo de la cinematografía nacional y, en general, promover la actividad cinematográfica en Colombia". Una finalidad que, según las primeras apreciaciones en 2004 y los resultados previstos para 2005, podría ser favorablemente satisfecha.

El Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC), tiene a su cargo el fomento de las actividades del sector, a tra-

124. Informe de Manuel Martínez Carril, Montevideo, 2002.

125. Luis Stolovich, Graciela Lescano, Rita Pessano y Paula Delgado, *La industria audiovisual uruguaya*, Ideas, Montevideo, 2004.

vés de una Secretaría Técnica, ejercida por el Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica "Proimágenes en Movimiento". Participan en el Consejo, el Director de Cinematografía del Ministerio de Cultura, junto a representantes de los productores, directores, distribuidores, exhibidores y miembros de los consejos departamentales y distritales de cinematografía. Su presidencia está a cargo del Ministro o Ministra de Cultura.

Diversos cambios de legislación y más de un altibajo han caracterizado el desarrollo de la actividad cinematográfica en este país cuya producción tuvo muy escasos antecedentes hasta mediados de los años '60 y que recién instaló una interesante capacidad realizativa a partir de 1980, año en que alcanzó a producir un total de 12 películas, promedio que mantuvo también en los dos años siguientes, para caer en 1983 a sólo 4 producciones. En esa década, diversos largometrajes dan a conocer la cinematografía de este país en el exterior, como lo habían hecho algunos filmes documentales de carácter social y político de finales de los '60 (*Carvalho, Camilo Torres, Chircales, Asalto*, etc.).

El hecho de contar este país con uno de los mercados más importantes de la región -sólo superado en los años '80 por Brasil y México- le permitió realizar en ese período una media de entre 8 y 10 largometrajes por año. Parte de esa actividad fue motivada por las ayudas brindadas a partir de 1971 con el Decreto N° 879, cuyo fin era establecer "sobrepuestos" en el costo de las localidades para el fomento del cortometraje y de la producción nacional. Durante esa década se rodaron alrededor de 600 películas de corta duración y se constituyeron unas 150 pequeñas empresas dedicadas a la producción cinematográfica.

Otro Decreto, el N° 2.288 de 1977, impuso la obligatoriedad de programar largometrajes en las salas del país, con un mínimo de entre 20 y 30 días por año. Un año después se creó, mediante el Decreto N° 1.244, el Fondo de Promoción Cinematográfica (FOCINE), como empresa industrial y comercial del Estado colombiano, dependiente a su vez del Ministerio de Comunicaciones. Su base de sustentación fue un impuesto ("sobrepuesto") a la taquilla, de manera parecida al que se intentaba también en esa época en Venezuela, y que venía aplicándose en Argentina desde hacía varios años.

A finales de los años '70, los costos de producción se elevaban a entre 150 mil y 200 mil dólares por película, cifra que requería para su amortización de aproximadamente un millón de espectadores, ya que el precio de taquilla era en ese entonces de 60 centavos de dólar, correspondiendo al productor un 25% o un 30% de las recaudaciones. Por otra parte, el mercado local de una película colombiana oscilaba entre 100 mil y 200 mil espectadores, como promedio. Sólo en casos excepcionales, como los experimentados en 1981 con los filmes *La abuela e Inmigrante latino*, las cifras lograron superar los 500 mil espectadores.

Estas dificultades de la producción local fueron atendidas por FOCINE, que se ocupó de financiar hasta un 70% del valor total de los proyectos aprobados, con bajas tasas de interés y plazos relativamente cómodos para el primer desembolso de las obligaciones contraídas. Ello permitió que,

entre 1978 y 1992, atravesando tormentas de distintos tipos (políticas, económicas y legales) el Fondo lograra participar en la producción de unas 200 películas, entre largos, medios y cortometrajes y documentales para difusión televisiva y cultural. Ejemplos conocidos de esa labor fueron, entre otros, *Canaguaro* (1981), *Cóndores no entierran todos los días* (1984), *Los habitantes de la noche* (1983), y *Rodrigo D* (1990). En su mayor parte estas producciones debieron recurrir a la participación de empresas de otros países, particularmente europeos, para amortizar sus costos.

Los cambios políticos y económicos sucedidos a partir de 1990, y diversas limitaciones en la formulación y ejecución de las políticas de FOCINE (se lo criticó por su excesivo "clientelismo") hicieron que el gobierno colombiano dispusiera su disolución a finales de 1992 (Decreto Federal N° 2.125). Desde entonces, el cine colombiano contaba solamente con la ayuda de Proexport, organismo estatal a cargo de la promoción de las exportaciones, y del Ministerio de Hacienda, apoyando algunas actividades en festivales cinematográficos locales. Decayó entonces la producción y recién en 1997, con la creación de la Dirección de Cinematografía del nuevo Ministerio de Cultura y el Fondo Mixto para la Producción Cinematográfica, volvió a retomarse la actividad del sector permitiendo que entre ese año y 2003 se estrenaran 28 largometrajes de ficción, de los cuales, casi la mitad, se ocupó de la violencia económica y política que vive el país desde hace varias décadas (*Golpe de estadio*, 1998; *La virgen de los sicarios*, 2000; *Bolívar soy yo*, 2002; etc.).

El Fondo para la producción de cine entró en vigencia efectivamente a principios de 1998 y estaba constituido con un aporte del 36,36% del sector privado y uno de 63,64% del sector público.

Se destacó el amplio respaldo del público local a las últimas producciones realizadas en el país, como sucedió entre 1993 y 1994 con *La estrategia del caracol* que convocó a 1,5 millones de espectadores. Asimismo, tres películas estrenadas en 1995 y 1996 (*La gente de Universal*, *Ilona llega con la lluvia* y *Edipo Alcalde*) superaron rápidamente los 300 mil espectadores cada una, aunque dichas cifras resultan insuficientes para amortizar los costos de producción que superaron en algunos casos los 2 millones de dólares.

Tomando como referencia el año 1999, las seis películas nacionales comercializadas en ese período, tuvieron una recaudación en salas de 1.545 millones de pesos, de los cuales 927 millones fueron destinados a las salas de exhibición, 154 millones a los distribuidores y 463 millones a los productores locales.¹²⁶

Las otras ventanas de comercialización (televisión, video, etc.) tuvieron un ingreso bruto estimado en 213 millones de pesos, el 29% de lo ingresado en las boleterías de las salas.

126. Ministerio de Cultura/Proimágenes en Movimiento/ Convenio Andrés Bello. *Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas*. Bogotá, 2003.

De las 17 películas locales estrenadas entre 2000 y 2003, sólo tres se realizaron en coproducción, representando en estos casos presupuestos dos o tres veces superiores a los de las realizadas con recursos locales. Tres títulos entre todos los comercializados en ese período superaron los 300 mil espectadores -8 no llegaron a los 20 mil espectadores- y 2 de entre los más exitosos invirtieron en gastos de publicidad y promoción el 35% de sus presupuestos. Apenas 5 de las 17 películas exhibidas tuvieron colocación en otras ventanas distintas a las de las salas de cine.¹²⁷

Entre 2004 y 2005 algunos títulos locales convocaron a un significativo volumen de público, como sucedió en el primero de esos años con *El rey* (285 mil espectadores) y *María llena eres de gracia* (340 mil), para culminar en 2005 con el impacto mayor de *Rosario Tijeras*, de Emilio Malle, que representó con algo más de un millón de entradas vendidas, uno de los éxitos mayores del cine colombiano. Esto representó para

PELICULAS COLOMBIANAS CON MAYOR NUMERO DE ESPECTADORES Años 1993-2005

Título	Año de estreno	Espectadores
La estrategia del caracol	1993	1.500.000
Rosario Tijeras	2005	1.053.000
Golpe de estado	1998	700.000
La vendedora de rosas	1998	690.000
Ilona llega con la lluvia	1996	517.000
La pena máxima	2001	500.000
La gente de la Universal	1995	450.000
Mi abuelo, mi papá y yo	2005	450.000
Te busco	2002	400.000
El carro	2002	400.000
La virgen de los sicarios	2000	390.000
El Rey	2004	385.000
María llena eres de gracia	2004	340.000

Fuente: Elaboración propia con datos de Cine Colombia. Dirección de Cinematografía, Proimágenes en Movimiento, CAB.

127. Ibidem.

dicho bienio, un total de 15 filmes locales estrenados y un volumen de casi dos millones de espectadores, con un promedio de 192 mil por película estrenada, una cifra media superior a la de casi todos los países latinoamericanos, pese a que 5 de los títulos estrenados (33,3% del total) no hayan sobrepasado los 10 mil espectadores cada uno en dicho período.

Según la Dirección de Cinematografía de Colombia, los costos de un largometraje de presupuesto medio eran en 2002 de aproximadamente 500 mil dólares.¹²⁸ Ellos se incrementaron en los años subsiguientes, representando un millón de dólares o más para las producciones que superaron la media.

Aunque las más importantes empresas televisivas del país, como Caracol y RCN crecieron según los parámetros del modelo productivo de Televisa, de México, se observa en los últimos años cierto interés, al menos de la primera de dichas empresas, en participar de algunos proyectos cinematográficos locales, ofertando sus poderosos medios de promoción y publicidad.

El comercio del cine iberoamericano en la TV abierta está restringido como en el resto de la región. Sólo cuando aparece algún título de gran atractivo, las empresas del medio acceden a la compra de sus derechos por montos que oscilan entre los 12 mil y 15 mil dólares (en casos excepcionales han llegado a los 25 mil dólares).¹²⁹

El probado interés del público colombiano por algunas de sus películas alentó la participación de diversas industrias culturales y del audiovisual -muy pocas- en el financiamiento o en la comercialización de películas locales. Es el caso de la Cadena Caracol (radio y televisión), coproduciendo o promocionando algunos títulos locales, y de Cine Colombia (CINECO), el más poderoso circuito de salas, disponiendo algunas pantallas para la difusión de cine colombiano e iberoamericano.¹³⁰

Pese a estos esfuerzos, se sostenía en una investigación efectuada en el año 2000, "el sector audiovisual colombiano no cuenta con un desarrollo armónico y equilibrado pues aún debe hacer frente a problemas como la falta de una legislación tributaria que favorezca verdaderamente la producción audiovisual, los altos costos de los insumos, la escasa preparación de personal técnico especializado y la inexistencia de condiciones adecuadas para incentivar la entrada de capitales extranjeros".¹³¹

La sanción de la Ley N° 184, de 2003, volvió a incentivar la producción filmica en el país de tal modo que, en 2004 se contabilizaba casi una veintena de títulos entre pendientes de estreno, en rodaje, post-produc-

128. Germán Rey, *Tendencias y perspectivas del mercado audiovisual en tres países de América Latina*, Informe para UNESCO, Bogotá, Octubre 2005.

129. Informe presentado por la delegación colombiana en la Reunión de Productores Iberoamericanos, marzo 1997, Guadalajara, México.

130. Ibidem.

131. Natalia Sandoval Peña, *Las Industrias culturales en América Latina en el marco de las negociaciones de la OMC y del ALCA*, en revista cultural digital "Pensar Iberoamérica", Organización de Estados Iberoamericanos, diciembre 2000.

PRODUCCION CINEMATOGRAFICA COLOMBIANA. Años 1996-2005

Año	Cantidad
1996	2
1997	4
1998	6
1999	3
2000	9
2001	3
2002	6
2003	8
2004	7
2005	8

Fuente: Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura, Proimágenes en Movimiento y CAB.

ción o a punto de filmarse. Se preveía que cinco o seis de ellos tuvieran su posibilidad de estreno antes de finalizar dicho año. Además existía la expectativa de estreno de 18 películas en 2005, como resultado de los estímulos aparecidos con dicha ley. Entre las mismas figuran títulos de los directores más conocidos de ese país, como Sergio Cabrera (*Perder es cuestión de método*), Lisandro Duque (*Los actores del conflicto*), Francisco Norden (*El trato*), Jaime Osorio (*Sin amparo*) y Víctor Gaviria (*Sumas y restas*). Otros 11 títulos figuraban a finales de 2004 en etapa de post-producción o de preparación de rodaje. Esto ubicaría a Colombia nuevamente entre las cinematografías más promisorias de la región en cuanto a calidad cultural e industrial.

La ley crea una contribución parafiscal a cargo de los agentes del sector, para lo cual se sustituye el impuesto que gravaba desde 1932 la boleta de cine en un 10% con destino a los municipios, por un 5% de los ingresos de los productores locales, y un 8,5% de los distribuidores y exhibidores por la comercialización de películas extranjeras, recursos sostenibles que ya no dependen del presupuesto nacional. Con estos recursos se constituye el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, al cual se agregan incentivos fiscales para quienes produzcan largometrajes o cortometrajes nacionales aprobados por el Ministerio de Cultura.

Los fondos recaudados podrán financiar un 70% de la producción de nuevos largometrajes y cortometrajes, y el porcentaje restante, a la capacitación profesional, conservación del patrimonio fílmico, instalación de laboratorios, promoción internacional y sistema de información y registro

cinematográfico. Tal como señala Gonzalo Castellanos, "la ley responde también mediante contundentes regulaciones a las condiciones hasta ahora insalvables de dificultad (del cine local) mediante atractivos beneficios dirigidos a interesar a las grandes empresas de distribución internacional en la apertura de mercados en el país y en el exterior para la cinematografía colombiana, a tiempo que regula novedosos y prácticos sistemas de cuotas de exhibición de los largometrajes nacionales (cuota de pantalla) en salas de cine y televisión, ante la expectativa de un crecimiento sostenido en la producción".¹³²

Con relación a este último punto, la ley autoriza a la Dirección de Cinematografía a dictar normas -previa consulta a los agentes del sector- sobre porcentajes mínimos de exhibición de títulos nacionales en las salas o en cualquier medio de exhibición, y faculta a la Comisión Nacional de Televisión a fijar anualmente un porcentaje de emisión de películas nacionales.

Cabe recordar que en 1985, el Decreto 2570, estableció la obligación de los exhibidores de presentar películas nacionales durante 30 días al año, cuota que podía cumplirse también con la exhibición de películas latinoamericanas procedentes de países que tuvieran reciprocidad con Colombia en este tema.

El mercado del cine colombiano muestra rasgos poco típicos en la región si se observa el fuerte decremento de salas que el país experimentó en los años '90, período donde las inversiones locales o transnacionales hicieron crecer el número de pantallas y de espectadores en muchos otros países. En 1992 Colombia contaba con 1.085 salas, las que se redujeron a la mitad dos años más tarde, y cayeron a uno de sus niveles más bajos en 2001, con apenas 285 salas para crecer en 2005 a 412 salas, según datos de Proimágenes.

De acuerdo con uno de los estudios más serios y completos que se han hecho en la región sobre la industria cinematográfica de un país, como fue el concluido en 2003 por el Ministerio de Cultura y el Convenio Andrés Bello, el mercado colombiano de cine de este país se ha visto afectado en el último período por la recesión económica y la aparición de medios alternativos para el consumo de cine (video, antenas parabólicas, TV por cable, etc.) y nuevas formas de aprovechamiento del llamado "tiempo libre". El crecimiento del número de espectadores ha sido negativo en la última década, pues la cifra para 1999 fue de 16 millones frente a casi 23 millones de 1992 (en 1983 la cifra había ascendido a 66 millones de espectadores).¹³³

La capital del país sigue marcando el liderazgo en materia de salas de cine con el 41% de todas las existentes en el país (123 pantallas), seguida

132. Gonzalo Castellanos, *Los componentes de la ley*, en "Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana." (ob. cit.).

133. Ministerio de Cultura/Proimágenes en Movimiento/ Convenio Andrés Bello (ob. cit.).

a mucha distancia por Medellín con el 15% (50 pantallas) y Cali, 8% (28 pantallas). Además, de los 1.160 municipios con que cuenta el país, solamente 51, el 5% del total, cuentan con salas de cine. Desaparecieron además las salas para más de 500 espectadores allí donde ellas se encontraban y el mercado se concentra, como en el resto de los países, en las que no albergan más de 150 o 300 en los conocidos *multiplex*.¹³⁴

Las salas del país son controladas por tres o cuatro empresas: CINECO poseía en 2005, cerca de 149 salas en todo el país, el 37% del total y el 63% de las recaudaciones ya que controla más de la mitad de las salas de estreno. Procinál maneja, entre Bogotá y Medellín, con 43 salas, el 13% de las salas y el 8% de las recaudaciones; Royal Films, con 42 salas, el 10% de las salas y el 6% de las recaudaciones, mientras la multinacional Cinemark, con igual número de salas, representa el 11% de los ingresos de boletería en todo el país.¹³⁵

Un 40,5% de las salas pertenece a pequeñas empresas independientes, cada una con un dueño, conformando empresas de tipo familiar.¹³⁶ CINECO forma parte de un gran conglomerado de empresas vinculadas a grupos financieros, industrias, negocios del espectáculo, publicidad, editoriales, cadenas de restaurantes, etc., con inversiones también en países vecinos (Ecuador, Panamá, Venezuela, etc.).

A finales de 1999 comenzó a operar en el país la transnacional Cinemark asociada con capitales locales procedentes de empresas de medios (Prodiscos, El Tiempo y Témpera) e instalando sus primeras multipantallas en Bogotá, Medellín y Cartagena.

En cuanto al número de películas exhibidas en 2003, CINECO representaba el 40% de las mismas; Procinál el 13%, Royal Films el 9% y Cinemark el 7%. Otros exhibidores de carácter "independiente" se reservaba el 31% restante.

Las *majors* operaron tradicionalmente con sus filiales locales: Columbia TriStar Films of Colombia (Columbia TriStar/Buena Vista/Disney); United International Pictures (United Artist, Paramount, Universal y MGM); Elephant Joseph (Warner Bros.); L.D. Films (Twentieth Century Fox) o bien con distribuidoras colombianas que representan sus catálogos y definen, por cuenta de aquellas, la programación de las salas más rentables del país. Su mayor incidencia en el mercado la ejercen en la actualidad cuando alguna de ellas, como CINECO -que distribuye títulos de Time Warner y Elephant- controla también importantes circuitos de salas.

La participación de las distribuidoras de las *majors* ha disminuido parcialmente en el último período: Columbia TriStar/Buenavista/Disney, pasó del 35% del mercado en 1998, al 24% en 2001; la UIP retrocedió también del 14% al 11% en ese mismo período.

134. <http://www.proimagenescolombia.com>

135. *Ibidem*.

136. Alejandro Pardo, *Estudio de prefactibilidad para la ampliación del mercado de la exhibición de cine en Colombia*, Corporación del Nuevo Cine Latinoamericano, Bogotá, 1997.

MERCADO CINEMATOGRAFICO COLOMBIANO - Período 1996- 2005

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Número de salas	280	263	258	294	290	285	302	328	400	412
Total de estrenos	273	252	243	232	204	203	180	195	200	192
Estranos colombianos	3	1	4	3	6	4	6	6	4	7
Total espectadores (millones)	21,5	22,0	18,3	16,0	17,2	17,8	18,4	17,5	13,7	11,7*
Espectadores de cine colombiano (miles)	984	157	1.238	338	425	877	672	523	885	1000
Precio medio entrada (US\$)	2,2	2,2	2,7	2,2	2,1	2,2	2,4	2,6	2,7	2,7
Estimado recaudación total (millones US\$)	35,0	36,0	36,5	35,5	36,2	40,0	44,4	45,6	35,2*	30,4*
Estimado recaudación cine colombiano (millones US\$)**	1,6	0,5	2,3	0,7	0,8	1,9	1,6	1,3	1,9	2,3

* Datos correspondientes sólo a la Asociación Cinematográfica de Distribuidores de Películas colombianas (ACDPC). Según Proimagenes, las recaudaciones de 2005 habrían sido de 122.410.468.134 pesos, lo que equivaldría a unos 52 millones de dólares si se estima un tipo de referencia de 1 dólar = 2.320 pesos para dicho año. ** Ante la falta de cifras de recaudación del cine local se ha estimado para las mismas un porcentaje aproximado al existente en la relación total espectadores/espectadores cine nacional.
Fuente: Elaboración propia con datos Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura, Proimagenes en Movimiento, MR&S (1998), Screen Digest 2003, Carlos E. Guzmán Carreras/INNOVARIUM, e informe presentado por delegación colombiana en la Reunión de Distribuciones Iberoamericanas, marzo 1996, Guadalajara, México.

Las compañías distribuidoras que representan en su casi totalidad al cine hollywoodense, de las majors o de los independientes de EE.UU., agrupadas en la Asociación Colombiana de Distribuidores de Películas Cinematográficas (ACDPC), ocupan habitualmente entre el 75% y el 80% de las entradas vendidas en las salas de cine del país (18,4 millones en 2002 y 17,5 millones en 2003).

Los ingresos de las productoras extranjeras se remesan totalmente al exterior, previo pago de un impuesto que varía por año (de 12% en 1993 a 7% en 1999) y se aplica sobre el 60% de lo remesado.

Por países de origen, las películas exhibidas entre 2000 y 2002, 590 en total, con un promedio de 196 por año, correspondieron en un 60% a Estados Unidos con 350 títulos estrenados, un porcentaje que en términos estimados se repetía en los años siguientes. A continuación se ubicaron Italia con 89 producciones (15%); Francia con 42 títulos (7%); México, 21 películas (3,5%); España, 19 películas (3%). México, junto con los otros países latinoamericanos que estuvieron presentes en la oferta cinematográfica (Argentina, Brasil, Cuba, Perú, Uruguay y Venezuela), con un total de 35 películas, ocuparon el 5,9% de los títulos estrenados en el país, menos que Italia y Francia, individualmente. A su vez, la producción colombiana significó, con sus 15 estrenos, el 2,5% de la oferta total.

Un 34,5% de las personas consultadas en una reciente encuesta efectuada en Bogotá, dice no concurrir nunca al cine y un 25,3% manifiesta que hace más de un año que no entró a una sala de exhibición. Un 21,7% elige las salas que tengan mejor calidad de imagen y sonido. Prefieren, en un 27,7% el género "acción" por encima de cualquier otro y les gustaría, en un 15%, que el cine nacional tratara la situación actual del país.

Los principales consumidores de cine son, a diferencia de otros países, las personas de menores recursos. En Bogotá el 70% de los asistentes a las salas corresponde a estos estratos, aunque sólo representa el 30% del total poblacional de los mismos.

ECUADOR

Una idea de la opacidad informativa que existe en muchos países de la región la da la Encuesta oficial de UNESCO sobre las cinematografías nacionales (período 1988-1999), en el que se afirma, por ejemplo, que Ecuador produjo en esa década un promedio de 4 largometrajes anuales y que, además, importó anualmente 510 películas para su exhibición en salas.¹³⁷ Cifras, en suma, que como sucede con este tipo de documentos, elaborados con la información gubernamental que proporciona cada país, poco o nada se corresponden con la realidad.

137. UNESCO, *Cine: Encuesta sobre los sectores cinematográficos nacionales. Cuadros y gráficos*. En <http://www.unesco.org/culture/industries/cinema>

Al igual que en la mayor parte de los países de la región, también en Ecuador las primeras filmaciones datan de principios del siglo pasado, con los consabidos desfiles militares y celebraciones oficiales, y empresarios y técnicos procedentes de Europa. De ese modo, inclusive las primeras cintas de ficción del cine mudo pudieron tener argumentos locales, pero fueron dirigidas por un italiano, un francés o un español.

Se afirma que el primer filme sonorizado en el país recién vio la luz en 1950, dos años después que Galo Plaza ascendiera al poder y entregara el litoral del país a la United Fruit para la explotación del banano y el envío por mar y hacia el norte de las riquezas nacionales de entonces. El filme referido, *Se conocieron en Guayaquil*, se convirtió en un éxito comercial sin precedentes, basando su publicidad en destacar la nacionalidad ecuatoriana de la obra, de igual modo que se hizo poco después con un segundo largometraje, *Amanecer en Quito*. Masas de espectadores recién llegadas a las ciudades principales de la sierra o de la costa, pudieron celebrar gracias a esas imágenes una primera forma de reencuentro consigo mismas.

La producción local no avanzó sin embargo más allá de esas producciones aisladas y debió esperarse la llegada del cine mexicano en los años '60, impulsado por la política gubernamental de ese país, para que rancheras y mariachis expresasen parte de los imaginarios locales, además de realizar algunas inversiones en coproducción de comedias de muy escasa calidad, para una población con más de 30% de analfabetismo, publicitadas también como "películas ecuatorianas".

La década del '70 fue la del inicio de la explotación del petróleo y Texaco y Gulf desplazaron en importancia a la United Fruit, requiriendo de imágenes que permitieran legitimar en la televisión y en los cines los acuerdos del gobierno con las multinacionales. A falta de recursos estatales en la actividad fílmica, fueron las grandes compañías extranjeras y algunas locales quienes financiaron en esos años documentales destinados a formar una conciencia pública sobre el papel fundamental que aquellas cumplían en favor "del desarrollo nacional".

A esto se agregó a mediados de esa década, la convocatoria internacional a presentar documentales sobre el hábitat de cada país en la Conferencia Mundial de Asentamientos Urbanos que se realizó en Vancouver, Canadá, en 1976. El gobierno se comprometió a cofinanciar dos cortometrajes para dicho evento, junto con algunos cineastas argentinos residentes en el país. Sin embargo, pronto prohibiría la difusión de los mismos dentro del país y haría otro tanto impidiendo su presentación en Canadá.

La descripción habla por sí sola sobre el panorama ecuatoriano, extensivo también a aquellos países en los que Estado dejó librada a su suerte cualquier proyecto cinematográfico local. Ello explica que desde 1924, en plena época del cine mudo, hasta finales de siglo, 1999, sólo se filmaran en el país 17 largometrajes. La mayor actividad productiva en este rubro corrió casi siempre a cargo de empresas extranjeras que utili-