



## Observatorio ININCO de la Comunicación y la Cultura



*ININCO Observatory of  
Communication and Culture*

*ININCO Observatoire de la  
Communication et de la Culture*

*Osservatorio ININCO della  
Comunicazione e della Cultura*

*Observatorium ININCO von  
Kommunikation und Kultur*

*Observatório ININCO de  
Comunicação e Cultura*

*El Observatorio ININCO de la Comunicación y la Cultura (OICC) fue creado en el año 2005, bajo la coordinación del Sociólogo Carlos Guzmán Cárdenas y adscrito a la línea de investigación "Sociedad de la Información, Políticas Culturales y Economía de la Comunicación y la Cultura". Su objetivo general es:*

*Contribuir al fortalecimiento de la capacidad nacional para acumular y procesar información comunicacional y cultural, darle valor agregado, producir y usar estadísticas, indicadores y conocimientos acerca del estado y las dinámicas culturales y comunicacionales nacionales, regionales e internacionales, que servirán para apoyar los procesos estratégicos de planificación y toma de decisiones, orientar y evaluar políticas así como la acción de diversos actores, encontrar causalidades y realizar análisis prospectivos de las distintas actividades que emergen de la sociedad venezolana.*

**Observatorio ININCO  
de la Comunicación y la Cultura**  
observatorioininco@gmail.com

Twitter: @visionininco

Telf. (58-212) 605.04.45

[www.facebook.com/groups/observatorioininco/](http://www.facebook.com/groups/observatorioininco/)

**Coordinador General**  
**Soc. Carlos E. Guzmán Cárdenas**





## CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS (Venezuela)

Nacido en Caracas, Venezuela. Doctorante en Humanidades, Magíster Scientarium en Administración (2002), Especialista en Gerencia de Proyectos de Investigación y Desarrollo (1997) y Sociólogo por la Universidad Central de Venezuela (UCV). Profesor Agregado e investigador del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV). Director Editor del Anuario ININCO/ Investigaciones de la Comunicación. Diseño, Coordinación General y docente de la Maestría en *Gestión y Políticas Culturales* de la UCV. Responsable de la línea de investigación *Sociedad Informacional, Política y Economía de la Comunicación y la Cultura* del ININCO-UCV. Profesor de postgrado del Máster en Comunicación Social UCV y en la Especialización de Gerencia de las Comunicaciones Integradas, Universidad Metropolitana (UNIMET). Docente de pregrado en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Miembro de Comités Editoriales de Revistas Internacionales sobre Comunicación.

Correo electrónico: carloseguzman@cantv.net;  
cguzmancardenas@gmail.com;

## YOLANDA QUINTERO AGUILAR

Nacida en Trujillo, Venezuela. Magíster Scientarium en Administración, Universidad Central de Venezuela (UCV-2002). Especialista en Ciencias Administrativas, Mención Planificación Administrativa, (UCV-1997). Licenciada en Administración de Empresas, Universidad de los Andes (ULA-1990). Docente en la carrera de Licenciatura en Teatro-Mención Producción, del Instituto Universitario de Teatro (IUTET). Docente de "Administración Cultural" del Postgrado en Gerencia Cultural dictado por la Universidad Nacional Experimental "Simón Rodríguez" (1998-1999). Vice-Presidente de Innovarium Inteligencia del Entorno C.A., Investigadora en el campo de la planificación, administración y gerencia cultural. Ha participado en cuatro proyectos financiados, tanto nacional como internacional, en los últimos cinco años. Co-autora del libro: *"La dinámica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB"* (Convenio Andrés Bello, N° 10. 2005).

e-mail: yquintero@gmail.com



## Observatorio ININCO

### El mercado cinematográfico en Iberoamérica 1990-2009

*The film market in Iberoamérica 1990-2009*

Recibido: 13/ 03/ 2009

Aceptado: 06/ 04/ 2009

©De conformidad por sus autores para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que les corresponden como autores de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de los autores. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1 Octubre de 1993. Las imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico.

## RESUMEN

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS Y YOLANDA QUINTERO AGUILAR

### *El mercado cinematográfico en Iberoamérica 1990-2009*

El objetivo de esta investigación fue realizar una descripción de los rasgos que definen *el mercado cinematográfico*, cumpliendo con las exigencias del Observatorio ININCO de exponer algunas estadísticas e indicadores, que describan las particularidades que tiene en cuanto sector creativo e industrial específico. Proyecto de Investigación en Grupo, número 070066522007 (I Etapa) titulado "*Las Industrias Creativas y Culturales en Venezuela*" del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela, financiado por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CDCH-UCV).

**Descriptor:** Mercado cinematográfico / Iberoamérica / Venezuela

---

## ABSTRACT

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS Y YOLANDA QUINTERO AGUILAR

### *The film market in Iberoamérica 1990-2009*

The objective of this research was to conduct an overview of the features that define the film market, meeting the requirements of the Observatory ININCO exposing some statistics and indicators, which describe the particular as having creative and specific industrial sectors. Group Research Project, number 070066522007 (Stage I) entitled "*The Creative and Cultural Industries in Venezuela*" Research Institute of Communication (ININCO) Central University of Venezuela, funded by the Council of Scientific and Humanistic (CDCH -UCV).

**Key Words:** Film market / Iberoamérica / Venezuela

---

## RÉSUMÉ

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS Y YOLANDA QUINTERO AGUILAR

### *Le marché du film en Iberoamérica 1990-2009*

L'objectif de cette recherche était de mener une vue d'ensemble des caractéristiques qui définissent le marché du film, répondant aux exigences de l'Observatoire ININCO exposer quelques statistiques et des indicateurs, qui décrivent le particulier comme ayant créatives et spécifiques des secteurs industriels. Groupe de recherche du projet, le numéro 070066522007 (stade I), intitulé "*Les industries créatives et culturelles au Venezuela*" Institut de recherche de la Communication (ININCO) Université centrale du Venezuela, financé par le Conseil de la science et des sciences humaines (CDCH -UCV).

**Mots clés:** Marché du film / Iberoamérica / Venezuela

---

## RESUMO

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS Y YOLANDA QUINTERO AGUILAR

### *O mercado de cinema da Iberoamérica 1990-2009*

O objetivo desta pesquisa foi realizar um estudo das características que definem o mercado de filmes, atendendo às exigências da ININCO Observatório expondo algumas estatísticas e indicadores, que descrevem o particular como tendo criativas e setores industriais específicos. Grupo de Projeto de Pesquisa, número 070066522007 (Fase I), intitulado "*As Indústrias Criativas e Culturais na Venezuela*" Instituto de Pesquisa de Comunicação (ININCO) da Universidade Central da Venezuela, financiado pelo Conselho Científico e Humanístico (CDCH -UCV).

**Palavras-chave:** Mercado de filme / Iberoamérica / Venezuela

---

*“El cine no sólo se caracteriza por la manera como el hombre se presenta ante el aparato, sino además por cómo, con ayuda de éste, se representa el mundo en torno”.*

**Walter Benjamin**



El objetivo de este Informe es ofrecer una descripción de los rasgos que definen la industria del cine en Iberoamérica y cómo han ido evolucionando y consolidándose a lo largo del período **1990-2009**, cumpliendo con las exigencias metodológicas del **Observatorio ININCO de la Comunicación y la Cultura**<sup>1</sup> de exponer algunas estadísticas e indicadores, que describan las particularidades que tiene en cuanto sector creativo<sup>2</sup>, cultural e industrial en Iberoamérica. Para ello se detallan las características más sobresalientes pero siempre enmarcadas en las actividades propias de la investigación descriptiva, de tipo analítico-documental, con un **enfoque diacrónico**, antes que exhaustivo.

En tal sentido, en los siguientes apartados se presentan una serie de indicadores construidos y procesados, a partir de fuentes secundarias, por los investigadores Msc. Carlos Enrique Guzmán Cárdenas y Msc. Yolanda Quintero Aguilar.

Es importante destacar que nuestro análisis no se circunscribió exclusivamente a las cifras de un año, sino que estudiamos la evolución temporal del sector a lo largo de un período suficientemente amplio, que se inicia en 1990 y concluye en 2009, lo que significaría un período de diecinueve (19) años para la historia de la producción y exhibición cinematográfica en Iberoamérica. Conviene precisar que se entiende por **“salas de cine”** el número de recintos (pantallas) en cines o espacios al aire libre usados para la proyección de películas cinematográficas. Un cine puede tener una o más salas de cine (pantalla).



La información sobre el sector del cine -a pie de página de cada cuadro se citan las fuentes de origen de los datos- ha sido estructurada de la siguiente manera:



- Producción nacional cinematográfica. Largometrajes. Años 1990-2009.
- Estrenos largometrajes nacionales. Años 1990-2009.
- Salas de cine (pantallas). Años 1990-2009.
- Salas de cine (pantallas) digital. Años 2006-2009.
- Espectadores cinematográficos. Años 1990-2009. (x miles).
- Evolución de películas iberoamericanas y títulos importados exhibidos a nivel nacional. Años 2005-2008. En números y % de participación de las películas iberoamericanas.

<sup>1</sup> El Observatorio ININCO de la Cultura y la Comunicación fue creado en el año 2005, bajo la coordinación del Sociólogo Carlos Guzmán Cárdenas y adscrito a la línea de investigación *“Sociedad de la Información, Políticas Culturales y Economía de la Comunicación y la Cultura”*.

<sup>2</sup> Aunque el término industrias creativas (**CIs**) tiene múltiples significados y usos alrededor del mundo, en general se entienden como *aquellas que tienen su origen en la creatividad individual, las habilidades y el talento, y que buscan el bienestar y la creación de trabajos a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual (Creative Industries Mapping Document. London. HMSO. UK Department for Culture, Media and Sport. 1998)*. Esta propiedad intelectual se traduce en marcas registradas, patentes, modelos de utilidad, derechos de autor, derechos de reproducción etc.

## 1. PRODUCCIÓN NACIONAL CINEMATOGRÁFICA. LARGOMETRAJES. AÑOS 1990-2009.

AÑOS	Arg.	Bol.	Bras.	Chile	Col.	Cuba	RD	Ecu.	Esp.	Méx.	Parag.	Perú	Portg.	PR	Urug.	Venz.	TOTAL
1990	13	0	..	8	1	5	1	..	47	98	..	..	..	1	..	6	180
1991	12	1	..	2	..	3	1	1	64	32	..	..	..	1	..	6	123
1992	11	0	..	3	..	2	0	0	52	45	..	..	5	0	..	5	123
1993	15	0	..	1	1	2	0	0	56	53	..	..	14	1	..	6	149
1994	..	0	..	6	3	5	3	0	44	46	..	..	6	1	..	6	120
1995	24	3	..	2	3	3	1	1	59	14	..	..	2	0	4	12	128
1996	37	0	23	1	2	0	4	1	91	16	..	2	2	3	3	9	194
1997	28	0	22	1	4	4	4	0	80	15	..	..	4	3	7	5	177
1998	22	1	26	4	7	1	3	0	65	23	..	2	14	6	3	6	183
1999	27	1	31	4	3	2	1	2	82	37	..	4	13	2	3	4	216
2000	39	1	24	9	3	2	2	1	98	39	..	3	13	3	4	2	243
2001	39	0	30	14	3	5	1	3	107	21	..	..	17	2	5	..	247
2002	33	0	35	8	6	2	0	2	137	14	..	..	13	1	5	..	256
2003	67	1	27	8	6	4	7	2	110	29	1	7	17	4	3	3	296
2004	68	3	51	12	7	2	5	4	133	38	1	8	16	6	10	8	372
2005	69	3	53	13	8	4	4	..	142	47	3	4	17	7	6	7	387
2006	74	5	73	11	8	7	6	..	150	33	4	6	19	9	3	14	421
2007	96	1	75	12	8	3	5	..	172	43	..	6	12	8	5	14	459
2008	85	2	82	24	10	7	10	..	173	46	..	10	14	15	10	10	498
2009	101	..	84	15	6	5	12	..	186	54	..	6	14	8	6	6	503
<b>TOTAL</b>	<b>860</b>	<b>22</b>	<b>636</b>	<b>158</b>	<b>89</b>	<b>68</b>	<b>70</b>	<b>17</b>	<b>2.048</b>	<b>743</b>	<b>9</b>	<b>58</b>	<b>212</b>	<b>81</b>	<b>75</b>	<b>129</b>	<b>5.275</b>

Proceso: Cálculos Propios de Carlos E. Guzmán Cárdenas y Yolanda Quintero Aguilar con base a datos de AIMC, ANCINE, CAACI, CANACINE, CEED, CEDEM, CEIL, CNAC, CNCINE, CNEC, CONACINE, CORFO, DAC, FONDART, FNCL, ICAA, ICAM, IMCINE, INCAA, INEGI, OBS, OMA, PROFECO, RECAM, SICA, SCREEN DIGEST.

## 2. ESTRENOS LARGOMETRAJES NACIONALES. AÑOS 1990-2009.

Continúa

PAÍS	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Argentina	10	12	9	13	10	24	37	28	35	38
Bolivia	..	..	..	..	..	..	1	..	..	..
Brasil	7	8	3	4	7	12	23	22	26	31
Chile	..	..	..	2	2	1	2	1	4	3
Colombia	..	..	..	2	1	1	3	1	4	3
Cuba	..	..	..	..	..	..	..	..	..	4
España	..	..	41	50	32	48	73	81	63	74
México	..	..	..	..	..	..	..	..	8	..
Paraguay	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
Perú	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
Portugal	..	..	..	..	..	..	..	..	13	15
Uruguay	..	..	..	..	..	..	3	..	..	..
Venezuela	3	4	2	4	2	4	2	11	4	4
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>24</b>	<b>55</b>	<b>75</b>	<b>54</b>	<b>90</b>	<b>144</b>	<b>144</b>	<b>157</b>	<b>172</b>

PAÍS	Concluye									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Argentina	45	45	40	47	63	69	74	102	71	101
Bolivia	..	1	1	3	4	5	7	4	..	..
Brasil	24	30	35	26	46	51	70	82	79	84
Chile	12	19	8	10	14	19	11	12	24	15
Colombia	5	4	6	7	8	8	8	10	14	11
Cuba	3	1	3	5	2	2	3	..	..	..
España	93	102	122	108	117	128	142	..	..	..
México	..	..	20	25	18	26	33	43	49	54
Paraguay	..	..	..	1	0	1	2	2	..	..
Perú	..	..	..	7	8	4	10	4	10	9
Portugal	13	12	15	..	..	..	..	..	..	..
Uruguay	..	..	..	2	8	3	2	4	10	9
Venezuela	7	5	4	1	4	4	11	14	17	6
<b>TOTAL</b>	<b>202</b>	<b>219</b>	<b>254</b>	<b>250</b>	<b>292</b>	<b>320</b>	<b>373</b>	<b>277</b>	<b>274</b>	<b>289</b>

Proceso: Cálculos Propios de Carlos E. Guzmán Cárdenas y Yolanda Quintero Aguilar con base a datos de AIMC, ANCINE, CAACI, CANACINE, CEED, CEDEM, CEIL, CNAC, CNEC, CONACINE, CORFO, DAC, FONDART, FNCL, ICAA, ICAM, IMCINE, INCAA, INEGI, OBS, OMA, PROFECO, RECAM, SICA, SCREEN DIGEST.

### 3. SALAS DE CINE. (PANTALLAS). MOVIE THEATERS. AÑOS 1990-2009.

PAÍS	Continúa									
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Argentina	427	342	280	350	324	427	499	589	830	920
Bolivia	..	..	..	..	..	..	55	..	..	..
Brasil	1.488	1.511	1.400	1.250	1.289	1.335	1.365	1.075	1.300	1.400
Chile	163	154	141	135	143	142	128	141	208	255
Colombia	..	..	1.085	815	550	299	280	263	258	284
Cuba	..	..	..	..	..	..	..	..	..	422
España	1.773	1.806	1.807	1.791	1.930	2.108	2.377	2.551	2.988	3.257
México	1.327	1.171	1.206	967	998	1.126	1.191	1.378	1.428	1.659
Paraguay	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
Perú	..	..	..	72	..	..	..	..	115	115
Portugal	..	277	232	235	249	282	323	410	449	401
Puerto Rico	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
Uruguay	43	39	41	46	42	42	46	50	55	72
Venezuela	344	341	338	335	238	215	213	231	259	281
<b>TOTAL 90's</b>	<b>5.565</b>	<b>5.641</b>	<b>6.530</b>	<b>5.996</b>	<b>5.763</b>	<b>5.976</b>	<b>6.477</b>	<b>6.688</b>	<b>7.890</b>	<b>9.066</b>

PAÍS	Concluye									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Argentina	956	852	1.012	1.003	968	999	990	953	1.029	885
Bolivia	..	46	42	42	54	48	56	49	49	..
Brasil	1.480	1.620	1.650	1.817	1.997	2.045	2.095	2.120	2.278	2.213
Chile	260	240	248	262	271	292	273	268	299	300
Colombia	290	285	302	328	406	444	475	439	472	593
Cuba	416	406	376	360	334	365	368	296	..	..
España	3.527	3.770	4.039	4.253	4.390	4.401	4.299	4.296	4.140	4.083
México	1.752	1.817	2.755	3.197	3.248	3.536	3.700	3.936	3.920	4.480

Paraguay	..	..	19	..	..	57	25	26	..	..
Perú	115	115	115	199	209	261	262	291	285	170
Portugal	420	455	490	470	470	511	479	546	572	577 /P
Puerto Rico	..	..	237	300	..	..	..	..	..	..
Uruguay	74	65	74	85	85	90	110	110	148	70
Venezuela	288	311	326	349	369	394	402	405	414	451
<b>TOTAL 00's</b>	<b>9.578</b>	<b>9.982</b>	<b>11.776</b>	<b>12.665</b>	<b>12.801</b>	<b>13.443</b>	<b>13.534</b>	<b>13.735</b>	<b>13.606</b>	<b>13.822</b>

Proceso: Cálculos Propios de Carlos E. Guzmán Cárdenas y Yolanda Quintero Aguilar con base a datos de AIMC, ANCINE, ASOCINE, CAACI, CANACINE, CEED, CEDEM, CEIL, CNAC, CNEC, CONACINE, CORFO, DAC, FONDART, FNCL, ICAA, ICAM, IMCINE, INCAA, INEGI, OBS, OMA, PROFECO, RECAM, SICA, SCREEN DIGEST.

#### 4. SALAS DE CINE (PANTALLAS) DIGITAL. AÑOS 2006-2009.

PAÍS	2006	2007	2008	2009
Argentina	..	..	1	35
Bolivia	..	..	..	4
Brasil	12	13	27	97
Chile	..	..	3	16
Colombia	1	1	5	14
Cuba	..	..	..	..
Ecuador	..	..	5	11
España	21	33	50	238
México	8	10	25	180
Panamá	..	..	..	..
Paraguay	..	..	..	3
Perú	..	..	..	11
Portugal	5	15	26	135
Puerto Rico	..	..	..	..
Uruguay	..	..	..	6
Venezuela	..	..	..	3
<b>TOTAL</b>	<b>47</b>	<b>72</b>	<b>142</b>	<b>742</b>

Proceso: Cálculos Propios de Carlos E. Guzmán Cárdenas y Yolanda Quintero Aguilar con base a datos de FNCL, ICAM, OBS.

#### 5. ESPECTADORES CINEMATOGRAFICOS. AÑOS 1990-2009. (x miles).

Continúa

PAÍS	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Argentina	20.052	16.460	20.411	19.438	16.891	19.156	21.348	25.630	32.431	31.873
Bolivia	..	..	..	..	..	..	..	..	2.350	1.653
Brasil	95.101	95.093	75.000	70.000	75.000	85.000	62.000	52.000	70.000	69.954
Chile	..	..	..	..	..	..	..	4.196	7.536	9.633
Colombia	..	..	22.900	23.600	26.400	21.000	21.500	22.000	18.300	15.990
Cuba	..	..	..	1.117	..	..	..	..	..	5.847
España	78.511	79.096	86.302	87.704	89.097	94.600	104.265	105.044	107.468	126.236
México	137.589	113.109	89.900	73.181	68.047	69.900	67.520	80.585	88.935	88.841
Perú	..	..	..	..	..	..	..	..	6.100	6.100
Portugal	9.590	8.230	7.850	7.390	6.400	12.000	11.500	13.500	14.837	17.026
Uruguay	1.163	1.220	1.056	1.233	935	1.114	1.295	1.580	1.516	2.085
Venezuela	22.737	21.686	20.204	18.701	13.188	15.492	14.066	11.128	12.824	12.794
<b>TOTAL 90's</b>	<b>364.743</b>	<b>334.894</b>	<b>323.623</b>	<b>302.364</b>	<b>295.958</b>	<b>318.262</b>	<b>303.494</b>	<b>315.663</b>	<b>362.297</b>	<b>388.032</b>

PAÍS	Concluye									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Argentina	33.572	31.346	31.883	33.378	<b>42.200</b>	36.000	35.400	34.700	30.800	33.300
Bolivia	1.405	1.347	..	1.097	1.200	..	..	1.500	<b>1.700</b>	..
Brasil	68.045	74.884	90.866	102.900	<b>114.700</b>	93.490	91.270	88.586	89.900	112.700
Chile	9.340	9.981	10.124	10.667	<b>11.255</b>	9.758	10.600	11.210	11.900	..
Colombia	17.200	17.790	18.390	17.500	16.100	16.310	20.220	20.670	..	<b>27.300</b>
Cuba	<b>7.310</b>	4.699	3.196	3.253	..	1.080	..	..	..	..
España	134.507	143.289	139.805	137.472	<b>143.930</b>	127.650	121.700	116.930	107.008	109.986
México	90.229	139.076	152.431	137.015	..	163.00	161.500	174.300	<b>182.000</b>	178.000
Paraguay	..	..	..	..	..	590	..	500	..	..
Perú	6.260	6.300	7.600	9.800	13.200	13.600	15.700	16.300	18.500	<b>21.500</b>
Portugal	17.915	19.469	<b>19.480</b>	18.720	17.127	15.754	16.367	16.318	15.979	15.704
Uruguay	<b>2.563</b>	2.315	2.368	2.467	2.557	2.190	2.000	2.172	1.900	2.400
Venezuela	13.285	16.367	14.548	..	..	18.000	18.700	<b>23.272</b>	22.000	..
<b>TOTAL 00's</b>	<b>401.631</b>	<b>467.946</b>	<b>490.691</b>	<b>474.269</b>	<b>362.269</b>	<b>496.832</b>	<b>493.457</b>	<b>506.458</b>	<b>481.687</b>	<b>500.890</b>

Proceso: Cálculos Propios de Carlos E. Guzmán Cárdenas y Yolanda Quintero Aguilar con base a datos de AIMC, ANCINE, CAACI, CANACINE, CEED, CEDEM, CEIL, CNAC, CNEC, CONACINE, CORFO, DAC, FONDART, FNCL, ICAA, ICAM, IMCINE, INCAA, INEGI, OBS, OMA, PROFECO, RECAM, SICA, SCREEN DIGEST.

## 6. EVOLUCIÓN DE PELÍCULAS IBEROAMERICANAS Y TÍTULOS IMPORTADOS EXHIBIDOS A NIVEL NACIONAL. AÑOS 2005-2008. EN NÚMEROS Y % DE PARTICIPACIÓN DE LAS PELÍCULAS IBEROAMERICANAS.

Continúa

PAÍSES	ARGENTINA				BRASIL				CHILE			
	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008
Total de películas exhibidas	241	271	292	..	278	332	338	323	211	202	183	197
Total de películas nacionales exhibidas	69	74	102	71	51	70	82	79	19	11	12	24
% de películas Mercado Nacional	<b>28.63</b>	<b>27.30</b>	<b>34.93</b>	..	<b>18.35</b>	<b>21.08</b>	<b>24.26</b>	<b>24.45</b>	<b>9.00</b>	<b>5.44</b>	<b>6.56</b>	<b>12.18</b>
Total de Espectadores (X miles)	36.000	35.400	34.700	30.800	93.490	91.270	88.586	89.900	9.758	10.600	11.210	11.900
Total de Espectadores películas nacionales (X miles)	4.50	4.10	3.15	4.08	10.74	9.94	10.31	9.14	0.40	0.73	0.94	0.93
% de espectadores Mercado Nacional	<b>12.50</b>	<b>11.58</b>	<b>9.07</b>	<b>13.24</b>	<b>11.49</b>	<b>10.90</b>	<b>11.63</b>	<b>10.17</b>	<b>4.09</b>	<b>6.88</b>	<b>8.38</b>	<b>7.86</b>

Continúa

PAÍSES	COLOMBIA				MÉXICO				PERÚ			
	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008
Total de películas exhibidas	182	168	198	200	279	269	361	326	177	208	212	187

<b>Total de películas nacionales exhibidas</b>	8	8	10	14	26	33	43	49	4	10	4	10
<b>% de películas Mercado Nacional</b>	<b>4.39</b>	<b>4.76</b>	<b>5.05</b>	<b>7</b>	<b>9.31</b>	<b>12.26</b>	<b>11.91</b>	<b>15.03</b>	<b>2.3</b>	<b>4.8</b>	<b>1.9</b>	<b>5.34</b>
<b>Total de Espectadores (X miles)</b>	16.310	20.220	20.670	..	163.00	161.500	174.300	182.000	13.600	15.700	16.300	18.500
<b>Total de Espectadores películas nacionales (X miles)</b>	2.05	2.47	2.40	2.21	7.00	11.00	14.00	13.20	0.74	1.09	0.24	..
<b>% de espectadores Mercado Nacional</b>	<b>12.56</b>	<b>12.21</b>	<b>11.61</b>	<b>..</b>	<b>4.29</b>	<b>6.83</b>	<b>8.03</b>	<b>7.25</b>	<b>5.4</b>	<b>6.9</b>	<b>1.5</b>	<b>..</b>

PAÍSES	Concluye											
	ESPAÑA				URUGUAY				VENEZUELA			
AÑOS	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008
<b>Total de películas exhibidas</b>	1.730	1.748	1.776	1.652	192	197	182	172	159	221	158	183
<b>Total de películas nacionales exhibidas</b>	352	372	386	394	3	2	4	..	4	11	14	18
<b>% de películas Mercado Nacional</b>	<b>20.34</b>	<b>21.28</b>	<b>21.73</b>	<b>23.84</b>	<b>1.56</b>	<b>1.01</b>	<b>2.19</b>	<b>..</b>	<b>2.51</b>	<b>4.97</b>	<b>8.86</b>	<b>9.83</b>
<b>Total de Espectadores (X miles)</b>	127.650	121.700	116.930	107.008	2.190	2.000	2.172	1.900	18.000	18.700	23.272	22.000
<b>Total de Espectadores películas nacionales (X miles)</b>	18.60	18.30	15.25	14.23	0.30	0.8	0.73	..	1.14	0.75	1.52	0.81
<b>% de espectadores Mercado Nacional</b>	<b>14.57</b>	<b>15.03</b>	<b>13.05</b>	<b>13.30</b>	<b>1.4</b>	<b>0.4</b>	<b>3.4</b>	<b>..</b>	<b>6.33</b>	<b>4.01</b>	<b>6.53</b>	<b>3.68</b>

Proceso: Cálculos Propios de Carlos E. Guzmán Cárdenas y Yolanda Quintero Aguilar con base a datos de AIMC, ANCINE, CAACI, CANACINE, CEED, CEDEM, CEIL, CNAC, CNEC, CONACINE, CORFO, DAC, FONDART, FNCL, ICAA, ICAM, IMCINE, INCAA, INEGI, OBS, OMA, PROFECO, RECAM, SICA, SCREEN DIGEST.

### SIGLAS UTILIZADAS

**AIMC** Asociación para la investigación de medios de comunicación, España.

**ANCINE** Agencia Nacional del Cine, Brasil.

**ASOCINE** Asociación Cinematográfica de Panamá

**CAACI** Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica

**CANACINE** Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y el Videograma de México.

**CEED** Centro de Estudios Estratégicos para el Desarrollo, Universidad de Guadalajara, México.

**CEDEM** Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano, Argentina.

**CEIL** Centro de Estudios Interdisciplinarios Latinoamericanos, Uruguay.

**CNAC** Centro Nacional Autónomo de Cinematografía, Venezuela.

**CNCINE** Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador

**CNEC** Cámara Nacional Empresarios Cinematográficos, Bolivia.

**CONACINE** Consejo Nacional del Cine, Bolivia.

**CORFO** Corporación de Fomento de la Producción del Cine de Largometraje, Chile.

**DAC** Directores Argentinos Cinematográficos.

**FONDART** Fondo de desarrollo de las Artes y la Cultura de Chile.

**FNCL** Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano

**ICAA** Instituto de Cinematografía y de las Artes Visuales, España.

**ICAM** Instituto de Cine, Audiovisual y Multimedia, Portugal.

**IMCINE** Instituto Mexicano de Cine

**INCAA** Instituto Nacional de Cinematografía y Artes Audiovisuales de Argentina.

**INEGI** Instituto Nacional de Estadísticas, Geografía e Informática, México.

**OBS** Observatorio Europeo del Sector Audiovisual

**OMA** Observatorio MERCOSUR Audiovisual.

**PROFECO** Procuraduría Federal del Consumidor, México.

**RECAM** Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del MERCOSUR.

**SICA** Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina.

### **SIMBOLOGÍA**

.. Información no disponible.

### **GLOSARIO DE TÉRMINOS**

- **LARGOMETRAJE:** Obra cinematográfica cuya duración de proyección es superior a los setenta (70) minutos.
- **ESPECTADOR CINEMATOGRAFICO:** Toda persona natural que presencie o solicite para uso particular no comercial, obras cinematográficas fijadas en cualquier soporte.
- **PRODUCCIÓN DE PELÍCULAS:** La producción de películas, sean o no de ficción, utilizando película de celuloide o cinta de vídeo, para su proyección directa en locales de espectáculos o para su transmisión por televisión. Comprende la producción de cortos, documentales, películas o vídeos educativos, de entretenimiento y publicitarios.



---

Este artículo forma parte de los resultados parciales del proyecto en grupo (PG Código CDCH 070066522007) “**Las Industrias Creativas y Culturales en Venezuela**” del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela, financiado por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CDCH-UCV).