

Cámara de Exhibidores Multisalas de Chile (CAEM)

## **Opinión de CAEM sobre los Sistemas de Cuotas de Pantalla**

**(Documento para contribuir al diseño de la Política Nacional Audiovisual )**

**mayo de 2007**

**Contacto:**

**Alejandro Caloguerea**

**Gerente CAEM Chile**

**acalo@vtr.net**

**09-8293076**

## 1. Introducción

La Cámara de Exhibidores Multisalas de Chile (CAEM), después de haber participado en las Mesas de Trabajo que discutió en el 2006 el borrador de trabajo de la Política Nacional del Cine y el Audiovisual y en la 1ª Convención Audiovisual, entrega su opinión sobre el tema específico del Sistema de las Cuotas de Pantalla.

En la última versión de este documento de trabajo de Política Audiovisual se hace un breve diagnóstico del sector y se propone una serie de objetivos y de medidas para lograrlos. En esta introducción queremos mencionar esta propuesta para luego analizarlas en lo relacionado con el sector de la Exhibición.

### a) Los objetivos centrales que propone la Política Nacional del Cine y el Audiovisual

El Consejo del Arte y la Industria Audiovisual (CAIA) viene trabajando en el diseño de la Política Nacional del Cine y el Audiovisual 2007 – 2010 que *“debe servir de **referencia a los sectores público y privado** en el país, que señala un horizonte estratégico para el desarrollo del audiovisual en Chile, guía las prioridades para la utilización de los fondos de fomento e incentiva una producción sostenida y sustentable, que renueve nuestro imaginario y fortalezca la cultura”*.

Según este documento: *“La perspectiva es **sentar las bases para el desarrollo de una auténtica industria del audiovisual en el país**, más allá de las especificidades de cada formato, pero brindando una particular atención al desarrollo del cine nacional. Ello supone la diversificación de las fuentes de financiamiento, el desarrollo de empresas dedicadas a la producción audiovisual, la prestación de servicios de locación y postproducción al extranjero, la asociación en el ámbito ibero y luso americano, el apoyo decidido a obras con decidida personalidad artística y la exploración en profundidad de nuevos mercados para el cine chileno”*.

### b) Rol que han jugado los sectores público y privado.

En el capítulo II (El fomento al cine y el audiovisual) del documento destaca el desarrollo en los últimos años del cine nacional como resultado de los instrumentos públicos de fomento, del esfuerzo creativo y económico de los cineastas nacionales y del desarrollo de las escuelas de cine. No se menciona el papel de los exhibidores en este resurgimiento, pero en el capítulo III.C. (En el ámbito de la Exhibición y de las Audiencias) se reconoce su aporte:

*“A fines de los años 70, el número de salas comerciales en el país llegaba a menos de 70, todas ellas con tecnología obsoleta, lo que impedía la presentación adecuada de películas habladas en español. Hacia 1995, el número de espectadores apenas se empujaba por sobre los cinco millones de espectadores anuales. En 1999, según el INE, el número de espectadores llegó*

a 11,7 millones, duplicándose en menos de cinco años, merced a cambios significativos en el mercado **por la irrupción de nuevas cadenas de exhibidores**”.

### c) Análisis de Objetivos y Medidas del documento

En el mismo capítulo III.C. (En el ámbito de la **Exhibición** y de las **Audiencias**) del documento de trabajo de la Política Nacional Audiovisual se definen los siguientes **objetivos**:

- Formar una nueva generación de chilenos con cultura cinéfila a través de la educación audiovisual en el medio escolar.

Las principales **medidas** que plantea el documento son:

- *Implementar, junto al Ministerio de Educación el uso de la malla curricular de artes visuales de la Jornada Escolar Completa (JEC): (apreciación cinematográfica, diaporama y creación de video) y un instrumento de evaluación del aprendizaje.*
- *Implementar un programa de perfeccionamiento del magisterio en el área audiovisual (CPEIP).*
- *Desarrollar un programa que permita la formación cultural y audiovisual de los estudiantes, que integre a las multisalas y salas de cine arte.*

Estas 3 medidas ya han sido abordadas a través del **Programa Escuela al Cine** creado en el 2006 por la alianza de Cineteca Nacional, la CAEM, y los SEREMI de Cultura y de Educación de la Región Metropolitana y de la V Región, y que se irá extendiendo a las demás regiones del país.

- Profundizar la cultura cinematográfica y garantizar la diversidad cultural audiovisual en las distintas ventanas nacionales.

Las principales **medidas** que plantea el documento son:

- *Generar una línea de apoyo a los distribuidores fomentando la llegada al país de cine de autor, de cine independiente y de nacionalidades y regiones que permitan acceder a la **diversidad cultural audiovisual**.*

Esta medida se ha ido cumpliendo en la práctica ya que en el año 2006 se estrenaron en Chile 206 películas de las cuales 105 (el 51%) eran independientes y 101 (el 49%) de las empresas asociadas a la MPA. Esto no es nuevo ya que en le 2005 el porcentaje de estreno de las películas independientes fue de 55%. Esto significa que **el propio mercado ha ido diversificando el origen** de las películas que se exhiben.

Por otro lado, las cadenas de multisalas asociadas a la CAEM han apoyado sistemáticamente a los **festivales internacionales de cine independiente** (HOYTS al SANFIC en Santiago, CINEMARK al Festival Internacional de Cine de Viña del Mar y CINEMUNDO al Festival de Cine del Norte en Antofagasta). Hoy en día la diversidad se ve reflejada en la realización de Festivales de Cortometrajes, Festivales de Documentales y muestras de proyecciones Digitales.

- **Estudiar medidas que permitan alcanzar una mayor elasticidad de las cadenas de exhibición para dar mayor espacio en las pantallas al cine chileno y al cine que expresa una diversidad cultural tanto de origen como de género.**

Es aceptado por todos, incluyendo directores y productores chilenos, que **Chile es uno de los pocos países donde se estrenan todas las películas nacionales en el circuito de las multisalas de cine.** Ni siquiera en Europa, donde existen medidas altamente proteccionistas, los productores cinematográficos locales tienen sus estrenos asegurados.

Además, en la Convención Audiovisual algunos directores y productores chilenos de cine opinaron que debería discutirse si estos estrenos deben estar asegurados ya que las películas chilenas de baja calidad provocan un desinterés del público por el cine nacional, por lo que deberían ser seleccionadas previamente por algún comité del consejo de la cultura.

**Por estas razones, la CAEM considera que una medida regulatoria, como la cuota de pantalla, es absolutamente innecesaria y además totalmente inconveniente** como explicaremos en el acápite 3 del presente documento.

- Desarrollo e incremento de audiencias en sectores marginados del espectáculo cinematográfico.

Las cadenas de exhibición asociadas a la CAEM han implantado una **política comercial que busca promover el acceso de todos los sectores socio-económicos** y que se refleja en acciones como:

- Tres días de la semana con tarifas muy rebajadas.
- Precios rebajados para jubilados y niños.
- Segmentos horarios con tarifas rebajadas.

Todas estas acciones han permitido contar con **precios accesibles** a una gran cantidad de personas de menores ingresos.

Además, estas cadenas han desarrollado e invertido en **complejos de multisalas en sectores periféricos** de Santiago como Puente Alto, Cerrillos, Maipú, Estación Central y Huechuraba.

## 2. Experiencia internacional de los sistemas de cuota de pantalla

### a) Vigencia de las cuotas de pantalla

Las cuotas de pantalla se fueron eliminando paulatinamente en **Europa**, que ha sido tradicionalmente el continente con mayor proteccionismo a los cines nacionales, debido a la falta de resultados reales en el desarrollo de las cinematografías locales y solo está vigente en España, donde se está discutiendo su permanencia en la nueva ley del cine.

En **América Latina** solo está vigente en Argentina, Brasil, Colombia, Venezuela y México. En Colombia se incluyó en la Ley del Cine del 2003 pero solo se ha implementado para la emisión de películas nacionales en TV y en México no se está aplicando.

En **Asia**, según nuestra información, solo rige en Corea del Sur donde se redujo en un 50% el año 2006, bajando de 146 a 73 días la cuota mínima para películas nacionales en las salas de cine.

### b) Efectos sobre el sector de la exhibición

Sobre la base de los antecedentes recogidos de la situación internacional del sistema de cuotas de pantalla hemos podido detectar los siguientes efectos:

- Jurídicos

- Son inconstitucionales ya que significan una **discriminación** a un sector en beneficio de otro.
- Constituyen una grave limitación al principio de **libertad de comercio** para las empresas de exhibición cinematográfica ya que las está obligando a ofrecer al mercado productos que no ha seleccionado voluntariamente y sin que medie un análisis de factibilidad comercial.
- Constituyen también una limitación a la **libertad de empresa**, ya que en algunas constituciones no existe un interés constitucional que las justifique, ni siquiera la protección de la cultura.
- Significan un perjuicio evidente al **derecho de los espectadores** a elegir libremente la programación que deseen, ya que por el sistema de cuotas se incluyen películas que muchas veces no tienen aceptación y por el sistema de la media de permanencia se las impone en semanas extras con casi nula asistencia.

- Económicos

- **Desincentiva las inversiones** en nuevos complejos de salas de cine debido a que disminuye el promedio de utilización de la capacidad instalada de las salas de cine al incluir películas que no vienen apoyadas

por campañas de promoción adecuadas para enfrentar la competencia con producciones extranjeras.

- Con esta medida el Estado traspasa parte del problema ocasionado por la falta de **competitividad** de productores y distribuidores de cine nacional a los exhibidores y se evita una mayor inversión estatal para que el cine nacional sea más competitivo. Esto significa una intervención en las relaciones comerciales de sectores privados.
  - El sector de la exhibición necesita contar con **cantidad mínima de películas de entretenimiento de convocatoria masiva** para asegurar la rentabilidad de subsistencia y esto se ve claramente afectado si se colocan cuotas de pantalla. El promedio de las películas nacionales en casi todos los países es muy inferior al promedio de las películas extranjeras como se ve en los Anexos N° 1 y 2 de este documento.
  - Constituyen en la práctica una **subvención impuesta** del sector de la exhibición cinematográfica a los sectores de la producción y la distribución sin retribución de ninguna especie y sin considerar la situación económica actual de este fundamental agente de la cadena de valor. En España se calcula que en los últimos 5 años esta subvención, por concepto de minoración de ingresos supera los 800 millones de euros (Ver el Anexo N° 3)
- Comerciales
    - No aseguran una mayor **participación de mercado** de las producciones nacionales ya que los elementos fundamentales para el éxito comercial de un largometraje para cine que son la **calidad** del largometraje y la **inversión promocional** con que se estrene no son consideradas en las cuotas de pantalla.
    - Por la experiencia comercial de los exhibidores, éstos pueden realizar estimaciones de los resultados comerciales posibles de cada largometraje tomando en cuenta los siguientes **factores de éxito comercial**:
      - Director
      - Reparto de actores
      - Resultado en su estreno en el país de origen
      - Premios en festivales internacionales
      - Crítica nacional e internacional.
      - Inversión publicitaria realizada internacionalmente o la presupuestada en el mercado local

Las cuotas de pantalla no toman en cuenta ninguno de estos factores de éxito ya que obligan a un estreno por su sola condición de producción nacional, y en algunos casos obliga a una permanencia mínima obligatoria de días en pantalla.

### 3. Caso chileno

Hasta el momento en Chile el sector de la Exhibición no se ha visto afectado por regulaciones emanadas de leyes audiovisuales como en otros países. Sin embargo en el año 2004 se dictó la Ley N° 19.973 que se refiere al cierre de los centros comerciales o malls en los días 18 de septiembre, 25 de diciembre y 1 de enero de cada año. Cuatro días después de publicarse tal norma, la Dirección del Trabajo procedió a interpretarla señalando que la misma se aplica a toda actividad que se desarrolle en un mall o incluso en instalaciones diferentes e independientes que adhieran a ellos. Así, los cines y teatros que operan en los mall se vieron forzados a cerrar sus puertas en los días indicados.

Esto significó una medida de discriminación arbitraria con respecto a las salas que no están en malls y que además no estaba en el espíritu de los legisladores cerrar establecimientos que estuvieran destinados a la recreación familiar y la cultura justamente en estas fiestas especiales, tal como se expresó durante la discusión de dicha ley.

Una eventual regulación en Chile al sector de la exhibición mediante cuotas de pantalla o medias de permanencia significaría, en nuestra opinión:

#### a) Una discriminación arbitraria

En el Artículo 19 párrafo 22 de la Constitución “*asegura a todas las personas 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*”.

#### b) Un cambio en las reglas de juego para las cadenas extranjeras

Las cadenas de multisalas han invertido desde sus inicios en el año 1993 una cantidad superior a los US\$ 100 millones, teniendo como escenario la no existencia de medidas regulatorias como la cuota de pantalla o permanencia obligada. La introducción de alguna medida de este tipo significaría un claro desincentivo a nuevas inversiones.

Las inversiones realizadas no han sido recuperadas y la estrecha rentabilidad ha sido permanentemente vulnerada por la masificación de una piratería industrial que se ha instalado en Chile en los últimos años.

#### c) Una forma de dirigismo cultural

Consideramos que una medida regulatoria que determine el tipo de películas que se deben exhibir, más que un apoyo al cine nacional, se convertiría en una suerte de dirigismo cultural que es absolutamente ajeno al tipo de democracia que Chile ha logrado construir.

#### 4. Propuesta de la CAEM

A partir de las conclusiones señaladas en el punto anterior deseamos proponer un conjunto de medidas que, teniendo como escenario un mercado libre de regulaciones que lo distorsionen, pueda permitir una mayor participación de mercado del cine chileno, y que al mismo tiempo ayude a aumentar la asistencia anual del público, la que se ha ido perdiendo a causa de la piratería industrializada y de la competencia creciente de otras alternativas de uso del tiempo libre.

##### a) Autorregulación comercial privada

Los productores, distribuidores y exhibidores deben lograr acuerdos privados que logren compatibilizar sus respectivos intereses sin que el Estado intervenga con elementos de distorsión económica, comercial o jurídica.

##### b) Aumento selectivo en el apoyo financiero del Estado al lanzamiento de largometrajes nacionales.

En los últimos años, el Fondo Audiovisual ha ido aumentando el monto de apoyo a la producción de los largometrajes de ficción. En el concurso 2007 han aumentado en un 108% los montos máximos a postular, es decir desde 60 millones en el año 2006 hasta un máximo de 125 millones.

Sin embargo, el apoyo de CORFO a la distribución permanece relativamente constante en UF 800 (unos \$ 14.800.000) por película y es uniforme para cada producción nacional y que no hace distinción en el potencial comercial.

Consideramos que se debería aumentar de forma importante y de manera diferenciada el monto de apoyo a aquellas películas que a partir de un análisis riguroso de los factores de éxito ya señalados, se definan que tienen las condiciones para convertirse en un éxito de taquilla.

##### c) Campaña nacional del cine

Proponemos una campaña de comunicación estratégica, financiada por el Estado y con la participación activa de todos los actores de la industria audiovisual mediante acciones permanentes que reposicionen **el cine como alternativa de alto valor en el uso del tiempo libre de los chilenos.**

##### d) Batalla contra la piratería

Además del proyecto de reforma a la ley de Propiedad Intelectual recientemente enviada por el Ejecutivo al Congreso, y que busca disminuir la piratería, creemos que es indispensable realizar una **campaña ética** contra esta práctica, ya que en Chile se ha instalado una aceptación del consumo de productos piratas como una actividad válida, y por lo tanto exenta de crítica social, tal como lo expresamos en un comunicado público de la CAEM el pasado mes de enero.

## ANEXO Nº 1

### Análisis comparativo del comportamiento de películas nacionales y extranjeras en Argentina

#### **Películas Nacionales**

Año	Cantidad	Atte	Cantidad	Porcentaje
<b>2004</b>	<b>29</b>	+ de 100.000	5	17.3%
		e. 100.000 y 10.000	1	3.4%
		- de 10.000	11	37.9%
		- de 1.000	12	41.4%
<b>2005</b>	<b>66</b>	+ de 100.000	4	6.0%
		e. 100.000 y 10.000	10	15.1%
		- de 10.000	22	33.4%
		- de 1.000	30	45.5%
<b>2006 *</b>	<b>49</b>	+ de 100.000	5	10.1
		e. 100.000 y 10.000	10	20.3
		- de 10.000	19	38.9
		- de 1.000	15	30.7

#### **Películas extranjeras**

Año	Cantidad	Atte	Cantidad	Porcentaje
<b>2004</b>	<b>223</b>	+ de 100.000	72	32.3%
		e. 100.000 y 10.000	84	37.7%
		- de 10.000	38	17.0%
		- de 1.000	29	13.0%
<b>2005</b>	<b>248</b>	+ de 100.000	71	28.7%
		e. 100.000 y 10.000	89	35.9%
		- de 10.000	37	14.8%
		- de 1.000	51	20.6%

## ANEXO Nº 2

Nº	TITULO ORIGINAL	Sello	Copias	Fecha Estreno	Acumulado Admisiones Año 2006
1	Ice Age 2 : The Meltdown	Fox	59	30/03/06	838.194
2	The Chronicles Of Narnia The Lion The Witch And T	Disney	58	05/01/06	641.104
3	Codigo Da Vinci	Columbia	79	18/05/06	573.733
4	Pirates Of The Caribbean : Dead Man's Chest	Disney	77	20/07/06	561.987
5	Over The Hedge	Paramount	60	06/07/06	356.885
6	El Rey De Los Huevones	Warner	45	31/08/06	319.470
7	Cars	Disney	55	22/06/06	316.724
8	Superman Returns	Warner	68	13/07/06	309.478
9	X Men 3 : The Last Stand	Fox	55	25/05/06	273.130
10	The Omen	Fox	30	06/06/06	194.705
11	Mission Impossible Iii	Paramount	60	04/05/06	190.082
12	Garfiel's A Tale Of Two Kittens	Fox	35	20/07/06	188.236
13	Rojo, La Pelicula	Imagen films	35	13/07/06	180.833
14	Poseidon	Warner	45	15/06/06	158.113
15	Happy Feet : El Pinguino	Warner	52	30/11/06	143.931
16	Open Seasons	Columbia	45	05/10/06	136.796
17	Flushed Away	Paramount	41	14/12/06	136.273
18	Click	Columbia	22	10/08/06	128.058
19	The Departed	Warner	28	16/11/06	122.208
20	Monster House	Columbia	33	07/09/06	110.275

Fuente: Cámara de Distribuidores Cinematográficos A.G (CADIC)

### ANEXO Nº 3

<b>CÁLCULO APOORTE EXHIBIDORES EN ESPAÑA (FECE)</b>								
Nº Películas	Españolas	UE	UE	EEUU	Total UE+EEUU	25% del Total (*)	Diferencia EEUU - UE con España	Minoración anual de ingresos
		(con España)	(sin España)					
2001	339	994	655	704	1.698	425	349.093 €	148.189.979
2002	350	986	636	736	1.722	431	393.903 €	169.575.242
2003	411	1020	609	734	1.754	439	425.517 €	186.589.205
2004	356	933	577	711	1.644	411	477.412 €	196.216.332
2005	343	910	567	602	1.512	378	371.383 €	140.382.774
								<b>840.953.531</b>
Media de Recaudación según origen	Españolas	UE	UE	EEUU	Diferencia EEUU - UE con España			
		(con España)	(sin España)					
2001	325.022 €	195.663 €	154.408 €	544.756 €	349.093 €			
2002	244.202 €	167.973 €	126.023 €	561.876 €	393.903 €			
2003	245.405 €	160.243 €	102.769 €	585.760 €	425.517 €			
2004	260.885 €	200.960 €	165.075 €	678.372 €	477.412 €			
2005	306.282 €	256.359 €	226.158 €	627.742 €	371.383 €			
(*) El 25% es el porcentaje mínimo de películas comunitarias que deben exhibirse en España por al cuota de pantalla								