

INNOVARIUM



**INNOVATEC - INNOVARIUM INTELIGENCIA DEL ENTORNO C.A.
OBSERVATORIO CULTURAL Y COMUNICACIONAL DE VENEZUELA**

**Centro
Nacional Autónomo de
Cinematografía**

**LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA EN VENEZUELA
Un análisis político-cultural y económico del cine**



**Dirección de la investigación:
Mgs. Carlos E. Guzmán Cárdenas**

**Asistentes de investigación:
Mgs. Yolanda Quintero Aguilar
Econ. Yaritza Guerra**

**Investigación realizada para
CENTRO NACIONAL AUTÓNOMO DE CINEMATOGRAFÍA**

CARACAS, VENEZUELA. MARZO 2004.

©©Working Paper Series Innovarium WPECOCULT04-001
Fecha de entrega: 31 Marzo de 2004

LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA EN VENEZUELA **Un análisis político-cultural y económico del cine**

AGRADECIMIENTOS

Teniendo en cuenta la diversidad del universo de la cinematografía, así como su dispersión, las tareas principales que han debido realizarse previamente a la elaboración de este estudio han sido las de delimitación del ámbito a medir, la búsqueda de fuentes de información, el análisis de la calidad de los datos existentes y la selección de los indicadores a utilizar en la presentación de los datos. En todas esas fases, y en todos los componentes básicos del proceso: *producción, distribución y exhibición*, se han aplicado criterios técnicos para su resolución, a fin de ofrecer una información objetiva y rigurosa del sector cinematográfico venezolano.

Es cardinal registrar que el desarrollo de esta investigación, fue operable por la información suministrada del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC) y de la Dirección de Investigación y Estadística de ese Organismo en las personas del Lic. Juan Carlos Lozada (Presidente del CNAC), Soc. Alfredo Caldera (Coordinador General CACI), Lic. Fanny Mendez (Coordinación General de Estadísticas CNAC) y Lic. Thibisay León Sandoval (Asesora Reforma de la Ley de Cine). Asimismo nuestro reconocimiento a la Lic. Mgs. Yolanda Quintero Aguilar quien se desempeñó como asistente de investigación del proyecto de estudio y la Econ. Yaritza Guerra por sus análisis econométricos.



Carlos E. Guzmán Cárdenas
Presidente
Innovatec-Innovarium Inteligencia del Entorno C.A.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

LA CULTURA SUMA: POLÍTICAS Y ECONOMÍA DE LA CULTURA.

Carlos E. Guzmán Cárdenas.

DATOS GENERALES DE VENEZUELA

SIGLAS UTILIZADAS

SIMBOLOGÍA UTILIZADA A LOS CUADROS ESTADÍSTICOS

LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA EN VENEZUELA.

CONTENIDO, NOTAS EXPLICATIVAS Y FUENTES DE INFORMACIÓN.

I.- PRODUCCIÓN Y COPRODUCCIONES CINEMATOGRAFICAS.

LA OFERTA: LAS PELÍCULAS.

- 1.1. Evolución de largometrajes y cortometrajes venezolanos producidos. Años 1990-2000. En números.
- 1.2. Evolución de largometrajes y cortometrajes venezolanos estrenados. Años 1990-2003. En números.
- 1.3. Financiamiento de apoyo a la producción cinematográfica nacional por parte del CNAC, según modalidad. Años 1994-2003. En números de proyectos y en bolívares (Bs.).
- 1.4. Coproducciones fílmicas, por país coproductor. Años 1973-2000. En números de largometrajes.
- 1.5. Permisos de rodajes otorgados a empresas extranjeras. Por país y en números. Años 1991-2000.
- 1.6. Participación en festivales y eventos internacionales del cine venezolano. Años 1995-2000. En números.
- 1.7. Evolución de películas venezolanas y títulos importados exhibidos a nivel nacional. Años 1984-2000. En números y % de participación de las películas venezolanas.

II.- COMUNICACIÓN AL PÚBLICO. EXHIBICIÓN CINEMATOGRAFICA. CINES Y SALAS DE EXHIBICIÓN (PANTALLAS).

- 2.1. Evolución del consolidado de cines (locales) y salas de exhibición (pantallas) a nivel nacional. Años 1997 – 2003. En números.
- 2.2. Cines (locales) y salas de exhibición (pantallas) por Entidad Federal. Años 1997-2003. En números.
- 2.3. Cines por el número de salas de exhibición (pantallas) en Venezuela, según el local. Años 1998-2003.
- 2.4. Evolución de las salas de exhibición (pantallas) a nivel nacional. Años 1984-2003. En números.
- 2.5. Evolución de las salas de exhibición (pantallas), por Entidad Federal. Años 1991-2003. En números.
- 2.6. Evolución de las salas de exhibición (pantallas), por Región Geográfica. Años 1991-2003. En números.
- 2.7. Evolución del número de salas de exhibición (pantallas) y butacas, según Entidad Federal. Años 1997-2003.
- 2.8. Cines (locales) y salas de exhibición (pantallas), según Centros Comerciales. Año 2003.
- 2.9. Capacidad de espacio disponible y ocupado total de salas de exhibición (pantallas) por Entidad Federal. Años 1991-2000. En números y % de ocupación.

- 2.10. Número de salas de exhibición (pantallas) que exhibieron películas venezolanas, por Entidad Federal. Años 1991-2000.
- 2.11. Número de salas de exhibición (pantallas) que exhibieron películas venezolanas, por Región Geográfica. Años 1991-2000.
- 2.12. Número de cines (locales), salas de exhibición (pantallas) y butacas de los tres grandes circuitos cinematográficos del país (CINES UNIDOS, CINEX y GRAN CARACAS), según Entidad Federal. Años 2001-2003.
- 2.13. Consolidado de número de cines (locales), salas de exhibición (pantallas) y butacas, según circuito de exhibición. Años 2001-2003.

III.- RECAUDACIÓN Y DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRÁFICA.

- 3.1. Recaudación bruta total (taquilla) a nivel nacional. Años 1984 - 2003. En bolívares (Bs.) y dólares (US\$).
- 3.2. Recaudación bruta total (taquilla) a nivel nacional, por exhibición de películas venezolanas y extranjeras. Años 1984 - 2002. En bolívares (Bs.) y porcentaje (%) de recaudación de las películas venezolanas.
- 3.3. Recaudación bruta (taquilla) en salas de exhibición (pantallas), según Entidad Federal. Años 1991 - 2003. En bolívares (Bs.).
- 3.4. Recaudación bruta (taquilla) de películas venezolanas, según Entidad Federal. Años 1991-2000. En bolívares (Bs.).
- 3.5. Recaudación bruta (taquilla) de películas venezolanas. Estrenos y Re-Estrenos. Área Metropolitana e Interior del País. Años 1991-2000. En bolívares (Bs.).
- 3.6. Recaudación bruta (taquilla) de salas de exhibición (pantallas), por Entidad Federal y turnos. Años 1991-2000. En bolívares (Bs.).
- 3.7. Recaudación bruta (taquilla) de películas venezolanas y extranjeras. Área Metropolitana e Interior del País. Años 1991-2000. En bolívares (Bs.).
- 3.8. Películas venezolanas con mayor recaudación (taquilla). Años 1990-2000. En bolívares (Bs.).
- 3.9. Precios promedio de entrada a salas de exhibición (pantallas), a nivel nacional. Años 1984-2003. En bolívares (Bs.) y en dólares (US\$).
- 3.10. Precios promedio de entrada a salas de exhibición (pantallas), según Entidad Federal. Años 1995-2003. En bolívares (Bs.).
- 3.11. Películas venezolanas con mayor rendimiento 1984 - 1998 (ingreso en millones de Bolívares a precios corrientes y margen en porcentajes de ingresos sobre costos).
- 3.12. Recaudación bruta (taquilla) de las películas más taquilleras en Venezuela, según compañía distribuidora. Años 1998-2001. En millones de bolívares (Bs.).

IV.- LA DEMANDA DEL CINE EN VENEZUELA. ESPECTADORES CINEMATOGRÁFICOS.

- 4.1. Número de espectadores a nivel nacional. Años 1984 - 2002.
- 4.2. Espectadores a nivel nacional, por exhibición de películas venezolanas y extranjeras. Años 1985-2001. En números y % de espectadores de las películas venezolanas.
- 4.3. Número de espectadores en salas de exhibición (pantallas), según Entidad Federal. Años 1991 - 2002.
- 4.4. Cantidad de espectadores de películas venezolanas por Entidad Federal. Años 1991-2000. En números.
- 4.5. Cantidad de espectadores de películas venezolanas. Estrenos y Re-Estrenos. Área Metropolitana e Interior del País. Años 1991-2000. En números.
- 4.6. Cantidad de espectadores en exhibición de películas venezolanas y extranjeras. Área Metropolitana e Interior del País. Años 1991-2000. En números.
- 4.7. Películas venezolanas con mayor número de espectadores. Años 1990-2000.

La demanda individual del cine en Venezuela.

- 4.8. Asistencia media por habitante (ASISTt). Años 1984-2002. En números y porcentajes (%).
- 4.9. Precio del cine (PRECIOt). Años 1984-2002. En números, bolívares (Bs.) y porcentaje (%).

- 4.10. Renta disponible per capita (RENTAt). Años 1984-2002. En números, bolívares (Bs.) y porcentaje (%).
- 4.11. Análisis del total de espectadores, recaudación e ingresos. Años 1984-2002. En números, bolívares (Bs.) y porcentajes (%).
- 4.12. Costo presupuestario de una entrada al cine por persona. Años 1984-2002. En números, bolívares (Bs.) y porcentaje.

V.- INDICADORES CONSOLIDADOS DEL MERCADO CINEMATOGRAFICO NACIONAL.

- 5.1. Comportamiento del mercado cinematográfico a nivel nacional, según salas de exhibición (pantallas), espectadores y recaudación bruta (taquilla). Años 1984 - 2003. En números y bolívares (Bs.).
- 5.2. Promedio de espectadores anuales y mensuales, por sala de exhibición (pantallas). Años 1984 - 2003. En números.
- 5.3. Comportamiento de películas venezolanas y extranjeras en el mercado nacional. Años 1984-2002. En número de películas exhibidas, recaudación bruta (taquilla) en bolívares (Bs.) y número de espectadores.
- 5.4. Cuadro consolidado del comportamiento de la Cinemateca Nacional por meses, según número de funciones, número de espectadores y recaudación bruta (taquilla en Bs.). Años 1995-2000.

VI.- INVERSIÓN PÚBLICA CULTURAL VENEZOLANA EN LA INDUSTRIA DEL CINE.

- 6.1. Evolución del presupuesto público asignado por el ViceMinisterio de Cultura-CONAC al Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). Ejercicios fiscales 1994-2003. Participación Nominal y Real. En bolívares (Bs.) y porcentajes (%).
- 6.2. Evolución del presupuesto público asignado por el Viceministerio de Cultura-CONAC al Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). Ejercicios fiscales 1994-2003. Crecimiento Nominal y Real. En bolívares (Bs.) y porcentajes (%).
- 6.3. Evolución del presupuesto público asignado por el ViceMinisterio de Cultura-CONAC a la Fundación Cinemateca Nacional. Ejercicios fiscales 1992-2003. Participación Nominal y Real. En bolívares (Bs.) y porcentajes (%).
- 6.4. Evolución del presupuesto público asignado por el ViceMinisterio de Cultura-CONAC a la Fundación Cinemateca Nacional. Ejercicios fiscales 1992-2003. Crecimiento Nominal y Real. En bolívares (Bs.) y porcentajes (%).
- 6.5. Proyectos recibidos y aprobados por el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). Ejercicios Fiscales 1997-2003. En números.
- 6.6. Número de proyectos cinematográficos aprobados por el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC), según modalidad. Ejercicios Fiscales 1995-2003. En bolívares (Bs.).
- 6.7. Modelo de síntesis de liquidación del productor cinematográfico al Centro Nacional de Cinematografía (CNAC).
- 6.8. Inversión en la comercialización nacional e internacional. Años 1999-2003. En bolívares (Bs.).
- 6.9. Evolución de las distribuciones asignadas de Subsidios otorgados por el ViceMinisterio de Cultura-CONAC a cine, fotografía y vídeo. Ejercicios Fiscales 2000-2003. En bolívares (Bs.) y porcentajes (%).

VII.- CONSUMO CULTURAL CINEMATOGRAFICO. HÁBITOS CULTURALES.

- 7.1. Última visita al cine. Año 1998. En porcentajes (%).
- 7.2. Asistencia al cine, según sexo, edad, nivel de instrucción y estrato social a nivel nacional. Año 2002. En porcentajes (%).
- 7.3. Asistencia al cine en los últimos seis meses, según sexo, edad, nivel social económico y grupos de edades de la familia. Región Capital. Año 2003. En porcentajes (%).
- 7.4. Lo mejor de ir al Cine. Año 1998. En porcentajes (%).

- 7.5. Lo que no le gusta de ir al Cine. Año 1998. En porcentajes (%).
- 7.6. Razones por las que no asisten al cine en los últimos seis meses, según sexo, edad, nivel social económico y grupos de edades de la familia. Región Capital. Año 2003. En porcentajes (%).
- 7.7. Frecuencia de asistencia al cine en los últimos seis meses. Año 1998. En porcentajes (%).
- 7.8. Frecuencia de asistencia al cine según sexo, edad, nivel de instrucción y estrato social a nivel nacional. Año 2002. En porcentajes (%).
- 7.9. Frecuencia de asistencia al cine en los últimos seis meses, según sexo, edad, nivel social económico y grupos de edades de la familia. Región Capital. Año 2003. En porcentajes (%).
- 7.10. Medio preferido para ver las películas. Año 1998. En porcentajes (%).
- 7.11. Principales razones para ver las películas en salas de cine. Año 1998. En porcentajes (%).
- 7.12. Factores que se toman en cuenta al seleccionar una película. Año 1998. En porcentajes (%).
- 7.13. En las oportunidades que usted ha ido al cine ¿ha visto alguna película venezolana?., según sexo, edad, nivel de instrucción y estrato social a nivel nacional. Año 2002. En porcentajes (%).
- 7.14. Última película venezolana vista en el cine, según sexo, edad, nivel de instrucción y estrato social a nivel nacional. Año 2002. En porcentajes (%).
- 7.15. Razones por las que no ha visto una película venezolana en el cine, según sexo, edad, nivel de instrucción y estrato social a nivel nacional. Año 2002. En porcentajes (%).
- 7.16. Lo que hace el venezolano los fines de semana. Año 2003. En porcentajes (%).
- 7.17. Actividades que realizan los venezolanos en los centros comerciales. La última vez que fue a un centro comercial ¿qué actividades realizó Usted?. Año 2003. En porcentajes (%).
- 7.18. Principales actividades que realizan los venezolanos en los centros comerciales, por edad. Año 2003. En porcentajes (%).

GLOSARIO. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

INTRODUCCIÓN

LA CULTURA SUMA: POLÍTICAS Y ECONOMÍA DE LA CULTURA.

Carlos E. Guzmán Cárdenas.

En la dinámica actual de las discusiones, encuentros y conferencias internacionales e intergubernamentales sobre la exigencia de diseñar políticas públicas culturales y comunicacionales, que promuevan y regulen, tanto la producción y comercialización de la cultura que se realiza en forma industrializada, como la distribución y circulación de productos y servicios artísticos, culturales y comunicativos nacionales, frente a los procesos de mundialización cultural y globalización económica en la recomposición monopólica de los mercados transnacionales -con una creciente desregulación de la intervención gubernamental- se ha hecho evidente en el contenido pragmático de los actores globales en compleja interacción con la dinámica de las prácticas discursivas presentes en los actores encargados de las políticas culturales a nivel nacional y local, que los resultados limitados de muchas de las políticas públicas aplicadas en las dos últimas décadas nos están indicando, en forma reiterativa, insuficiencias severas en los marcos conceptuales en los que nos apoyamos.

Hay demasiados vacíos a los que las políticas públicas culturales y comunicacionales no contestan en el marco de la Sociedad de la Información como una de las expresiones, acaso la más prominente junto con todas sus contradicciones, de la globalización contemporánea, que de manera más general aún, está ejerciendo un fuerte impacto en los patrones de interacción social con el surgimiento de una nueva estructura social dominante, que los expertos dan en llamar la *sociedad en red*, aunada a inéditas expresiones culturales y, que se denominan habitualmente, como la *cultura de la virtualidad real*. Por otra parte, los macro temas se diluyen en otros identificando tópicos repetidos en décadas pasadas; las discusiones, de tipo declarativo, se orientan con mayor tendencia a reflexiones teóricas y poca reflexión sobre casos de gestión cultural o proyectos culturales (Natalia Sánchez y Emilia Bermúdez, 2002: p.180), y surgen numerosas interrogantes sin respuesta clara. Urgen, en consecuencia, análisis rigurosos que lleguen a alternativas de acción efectivamente imaginativas y creadoras.

Tales referentes señalados, determinan acometer el diseño y la gestión de las políticas públicas culturales en Venezuela, como en el resto de los países latinoamericanos, desde otra óptica sin renuncias a temáticas anteriores. Lo ha afirmado con toda claridad Jesús Martín-Barbero (2001: p.112), al decir que "la incertidumbre que conlleva el cambio de época añade a la crisis de los mapas ideológicos una fuerte erosión de los mapas cognitivos que nos deja sin categorías de interpretación capaces de captar el rumbo de las vertiginosas transformaciones que vivimos."

El análisis de los cambios y fenómenos que caracterizan *la cultura en la que vivimos*, y la relación de esta con los inéditos elementos que configuran la denominada "nueva economía" requiere ir más allá de las barreras disciplinarias tradicionales, dado que, precisamente, uno de los rasgos fundamentales de la sociedad de la información y del conocimiento (en adelante, SIC), como una sociedad global que no coincide con ninguna de las sociedades nacionales actualmente existentes, es la interconexión entre los diversos sistemas sociales, económicos, políticos y culturales. En este sentido, la cuestión cultural del siglo XXI exige a los actores sociales, tanto públicos como privados, inmiscuidos en el desarrollo de las políticas culturales y comunicacionales, el planteamiento de diferentes direcciones de carácter **inclusivo**, y no excluyentes, que vayan más allá de una simple democratización.

Es precisamente este hecho el que le ha conferido su particular complejidad al caso venezolano. Los problemas culturales más agudos enmarcados en el desarrollo *asimétrico* de la urdimbre cultural se han puesto en evidencia para enfrentar los retos del siglo XXI, debido entre muchos aspectos, al agotamiento del modelo cultural "civilizatorio": "*más cultura para todos*", que trascendió a los ámbitos políticos, sociales y la comunidad cultural en su sentido más amplio, sin haberse generado oportunamente la búsqueda del consenso socio-cultural entre participación ciudadana y construcción de lo público, necesario para reorientar el rumbo social de nuestro país, donde la cultura por la que **vivimos** forme parte de un verdadero proyecto de desarrollo de la Democracia.

Por otra parte, la actuación de los agentes culturales públicos y privados, en términos generales, sigue obedeciendo al paradigma político-cultural de carácter difusionista y extensionista. Prevalece como cualidad central de las políticas culturales, el "*desarrollismo-incrementalista*", fundamentado en la tesis que interpreta al desarrollo cultural como un proceso de crecimiento institucional y programático, desprovisto de referencias de políticas, estrategias y planes en disonancia con la evolución del **consumo cultural** (los hábitos, prácticas y gustos) de las grandes mayorías.

Así tenemos, que el balance de las políticas públicas en materia cultural, en los inicios del siglo XXI venezolano, nos indica que no se ha modificado el escenario dominante de la década de los 90 como consecuencia, en primer lugar, de una concepción del desarrollo cultural sustancialista, tradicional y patrimonialista en contraposición a un marco conceptual que valora que *la vida cultural puede convertirse en un servicio público y privado económicamente rentable*, así como en *un instrumento catalizador de la identidad e integrador de la sociedad en su conjunto* y, en segundo término, como producto de una democratización difusionista-extensionista con un fuerte desequilibrio asimétrico del consumo cultural en el contexto venezolano de la pobreza con avances y retrocesos de la descentralización. Además, ha operado igualmente, la falta de una mirada prospectiva así como la desarticulación entre los problemas comunicacionales y culturales frente a los cambios que sería preciso operar en su seno como en el contenido de su acción. De esta suerte, en el caso de Venezuela, el Estado mantiene una visión avejentada sobre los subdominios del campo cultural industrial-masivo que suman la inmensa mayoría del peso económico de la cultura, sin políticas, planes y proyectos para incorporarnos a una nueva estructura de producción, circulación y consumo cultural en el contexto de la denominada sociedad de la información y del conocimiento, sin afectar nuestras identidades, diversidades y pluralidades culturales.

Adicional, nos encontramos, que no existen datos desagregados relativos a las características generales de la extensión así como el volumen de las actividades económicas relacionadas con el sector cultural; sobre el empleo cultural en general y de las industrias culturales y comunicacionales en particular, desconocidos e infraexplotados por los poderes públicos; las actividades relacionadas con la pequeña y mediana empresa (PyMEs), las empresas artesanales, nuevas tecnologías, el audiovisual y la sociedad de la información, lo cual dificulta la puesta en práctica de sistemas estadísticos culturales, nacionales y regionales, capaces de suministrar información sobre aquellos aspectos culturales susceptibles de ser cuantificados periódicamente y de apoyar el correspondiente proceso de elaboración y gestión de políticas culturales.

Y en ese sentido, mientras el eje actual de las discusiones sobre las características de las políticas públicas permanezca girando en torno a tendencias fundamentalistas, sin retomar en los puntos de la agenda cultural la formulación de una visión de transformación a largo plazo de **la vida pública** (Brill, Michael. 1992), así como el reconocimiento social de la **función económica de la cultura** como un importante campo de inversión, circulación de capital y generación de empleos, la verdad es que seguiremos con "más de lo mismo".

Esto significa, que es imprescindible reconsiderar en sus propósitos y ampliar en sus contenidos el vínculo entre políticas y prioridades culturales para contribuir a la determinación de cursos estratégicos de acción y, así poder determinar la actualidad y/o eficiencia de las políticas públicas culturales existentes. Hay que tener en cuenta que la política cultural es una estrategia estructural en la urdimbre misma y que el efecto positivo de tal estrategia debe situarse en una concepción del Desarrollo Humano¹. Se trata de un enfoque alternativo a los modelos economicistas, el enfoque del desarrollo humano que se centra en la gente y en la capacidad que tienen para orientar su vida, para desarrollarse y alcanzar la realización personal. Es central dentro de este enfoque, la atención al desarrollo de las potencialidades de las personas y a la igualdad en el acceso a los bienes y servicios esenciales así como los medios que faciliten su autorrealización.

El inicio del siglo XXI ha demostrado para Venezuela y América Latina, la impostergable necesidad de profundizar en los campos de la urdimbre cultural, a partir de nuevas teorizaciones y visiones, cuya gestión plantea requerimientos, oposiciones, desafíos y encuentros de diversa índole. En consecuencia, se requiere para alcanzar un *desarrollo humano cualitativamente distinto* como sostén del sistema democrático, una concepción política sustentada en una pluralidad de intereses que acentúen la interacción entre **cultura y ciudadanía**, al igual que reconocer la heterogeneidad dinámica de los diversos contextos socioculturales regionales y locales que caracterizan el lugar de la memoria y de la diversidad colectiva. Uno de los temas principales del debate en la formulación de las políticas públicas, será la lucha entre las exhortaciones de una ciudadanía cultural liberal versus una **ciudadanía cultural pluralística**.

Este "déficit" político cultural de nuestra democracia puede atribuirse, a la concepción clásica de ciudadanía de carácter liberal, una imagen muy restringida que deja de lado la multiplicidad de identidades políticas y culturales, sobre todo cuando es evidente que los ciudadanos no comparten una misma identidad y que en vez de uniformidad encontramos una pluralidad de identidades. Así mismo, la sensibilización política, en gran parte de la sociedad venezolana, hacia la necesidad de una democracia integral, que permita suprimir las relaciones de apropiación diferencial y excluyentes, hace pensar que en los próximos años la participación de *lo cultural como actor social y económico*, así como el diseño de políticas públicas culturales acordes con los códigos y relatos muy diversos de la población, serán tareas primordiales para la puesta en marcha de una **nueva "textura política"**.

De ahí partimos, la atención y el esfuerzo en la gestión de los procesos culturales deben estar dirigidos a proyectar una mirada prospectiva. Se trata de plantear, *¿cuál sujeto histórico será incorporado en las políticas públicas culturales futuras?*; lanzando hipótesis nuevas, permitiendo cuestionamientos totales, compensando lagunas. Por supuesto, también debemos encontrar puntos de anclaje, de articulación, sobre los que se puedan construir políticas de las que esta predefinición estaría destinada a la vez a la opinión pública y a los responsables de la gestión.

La ecuación economía-cultura para el análisis político cultural.

De manera que, nuevos enfoques de comparación deberán buscarse en la formulación de las políticas públicas, con la finalidad de mejorar la capacidad comprensiva de los procesos, prácticas y sistemas vinculados a la cultura en cualquiera de sus dimensiones o aspectos. Pero también, la cultura, aparece como un apreciable terreno de **innovación y competitividad**. Las industrias de la nueva economía –que incluyen a las industrias culturales y comunicacionales- son obligada referencia a la hora de medir el grado de avance de cualquier país. Así que, para contribuir a mantener una producción plural, de calidad, es necesario diseñar políticas públicas de

¹ "El desarrollo humano es libertad, pues significa el ejercicio de 'capacidades' que valoramos, que queremos para cada uno de nosotros. Las capacidades son entendidas como libertades, es decir, como actividades o estados considerados valiosos por las personas.(...) Si llevamos esta idea al colectivo, el desarrollo se concibe como un proceso –con participación estatal, civil e individual- de apertura de oportunidades para todos, a partir de las cuales las personas alcanzan estados y actividades valiosos" (INFORME VENEZUELA PNUD, 2002: p.34).

fomento dirigidas también a las industrias culturales, por su aporte a la economía y, especialmente, por su contribución a la promoción y divulgación de las más diversas expresiones de la cultura, entendidas en una perspectiva amplia.

Sin embargo, tal como apuntan David Melo y Omar López, investigadores del Convenio Andrés Bello, la mayoría de los responsables de la gestión cultural siguen centrando su atención en el sector de las artes subvencionadas, y no tienen en cuenta los potenciales niveles de comercialización de la cultura que manejan. Las industrias culturales, por su parte, se introducen cada vez con más vigor en el contexto de la liberalización de los mercados y los procesos de integración. Las industrias culturales han demostrado una elevada tasa de crecimiento a mediano y largo plazo, que algunos expertos cifran en un 10%, consolidándose de esta forma en la economía global como un área estratégica de producción, exportación y de creación de empleo².

Es decir, la cultura ya no se entiende sólo como una ocupación pública generadora de gastos, también, y cada vez con más intensidad, viene a formar parte de la economía privada, donde dispone de un fuerte potencial de crecimiento portador de elementos de *creatividad, innovación y producción* dentro del ámbito nacional, regional y local. El sector cultural no es solamente ese conjunto de actividades que ruegan por subvenciones y auxilios, aunque se reconoce que justamente ese grupo de trabajadores de la cultura es el que mayor atención requiere por parte de los gobiernos. Por supuesto, es evidente, que los gobiernos tienen un papel fundamental en la aplicación de políticas de fomento a la creatividad, pero se sugiere que no es posible delegar en ellos toda la responsabilidad en la protección y promoción de un proceso de desarrollo cultural que refleje la pluralidad de las visiones que coexisten en nuestras sociedades para que, tal como lo recomiendan los especialistas en políticas públicas en la materia, contribuya verdaderamente a generar un diálogo intercultural, a estimular la participación ciudadana, a fortalecer la conformación del tejido social, a construir una sociedad más democrática, para mencionar solamente algunos de los objetivos de las políticas culturales.

Aceptemos que la actividad cultural genera **externalidades positivas** como las derivadas del beneficio social producido por disfrute individual de los bienes culturales, o las debidas a la conservación de la herencia cultural para las generaciones futuras, o las que tienen que ver con la teoría del bienestar y se apoyan en la existencia de amplios sectores de la población sin ingresos adecuados. En consecuencia, las políticas culturales deben estar encaminadas a subvencionar aquello que produzca externalidades positivas con la intención de aproximarse a un punto de eficiencia que no sea posible por medio del mercado. Se sugiere dejar a las leyes del mercado aquellas actividades en las que el punto de eficiencia deseable sea determinado por las preferencias de los consumidores y las estrategias de los productores.

El mensaje primordial es que el sector cultural efectivamente genera recursos significativos a la economía, ofrece un valor agregado esencial en el mundo moderno (creatividad), cuantificable en términos económicos hasta cierto punto, genera empleo. Igualmente la dinámica de algunas actividades demuestran que los recursos destinados puede ser inversión económica y que muchos agentes culturales tienen el potencial de entrar en dinámicas de mercado. En esta moderna visión del desarrollo se han detectado una serie de elementos, principalmente de índole cultural, que contribuyen en forma importante a la superación de la pobreza y al desarrollo sustentable en los países. Estos elementos constituyen lo que se ha denominado **capital social**³.

² MELO, David y Omar López (s.f): "*Estudio de Economía y Cultura: impacto del sector cultural en Colombia*". Mimeografiado. El Convenio Andrés Bello y el Ministerio de Cultura de Colombia financiaron desde octubre de 1999 hasta junio de 2001 un grupo de investigación para evaluar el impacto económico del sector cultural en el país.

³ El concepto de capital social surge aproximadamente hace unos 10 años, siendo algunos de los investigadores responsables de su conceptualización, sociólogos y economistas que se orientaron a descubrir cuales otros factores, distintos a los económicos, podrían estar interviniendo o estar asociados a las diferencias de desarrollo de regiones y países especialmente en aquellos casos en que no se observa relación directa, sino que a veces hasta inversa, entre los recursos disponibles en un país o región y el nivel de bienestar de su población. Entre estos investigadores y autores podemos mencionar a James Coleman, Robert Putnam, Kenneth Newton, Stephan Bass, Amartya Sen y Bernardo Kliksberg. Estos autores enfatizan diversos aspectos del Capital Social y mayoritariamente coinciden en 1) el importante papel que juegan en el ámbito societal e institucional, los niveles de **confianza** entre los actores en una sociedad, 2) la existencia y la práctica, por parte de esa población, de **normas cívicas**, 3) el nivel de **asociatividad** que incide

Al respecto, de manera tradicional, la cultura ha sido percibida no como una oportunidad sino como un gasto. No obstante, las tendencias actuales apuntan hacia la comprensión de la cultura como una parte central del capital social (Kliksberg, Bernardo y Luciano Tomassini. 2000). En términos generales puede afirmarse que el capital social lo constituyen valores, actitudes y patrones conductuales compartidos por una población, lo cual asegura la cohesión social, facilita la interrelación y cooperación de los hombres entre sí y con las instituciones que conforman la sociedad. Se trata de actitudes que contribuyen a que las personas trasciendan las relaciones conflictivas y competitivas para lograr una cooperación y ayuda mutua, donde los esfuerzos se unan para lograr fines compartidos. De hecho, se evidencia que los países que han sabido apoyarse en la cultura y potenciarla, han generado a partir de la misma modelos organizacionales inéditos, conocimientos nuevos, redes de cooperación interna, creación de fuentes directas de empleo y numerosas industrias, entre otros beneficios.

Todo ello, ha enriquecido su perfil como sociedades y simultáneamente ha mejorado su "marca país" y competitividad. Para un país, la competitividad se traduce en la posibilidad que tienen sus ciudadanos para alcanzar un nivel de vida elevado y creciente (Enright, Michael; Antonio Francés y Edith Scott Saavedra. 1994: P.67). De modo que, frente a la agenda de problemas sociales y económicos que presentamos como país, la cultura no sólo no es un obstáculo, sino que puede ser un aliado formidable para el diseño de políticas públicas que promuevan las condiciones favorables para el desarrollo sustentable de la competitividad que hoy se requiere.

A su vez, el sector cultural se caracteriza por las cada vez más estrechas interrelaciones entre *la vida cultural* (instituciones culturales y socioculturales públicas, teatros, museos, centros de arte, enclaves artísticos urbanos o rurales, escuelas de arte, conservatorios, etc.) y la *economía cultural* (mercado musical, artístico, literario y editorial; producción audiovisual multimedia -cine, vídeo, CD; fotografía, diseño, artes plásticas y espectáculos, arquitectura, oficios relacionados con el arte, protección y restauración de monumentos históricos y turismo). Por ejemplo, la cultura contribuye ampliamente al desarrollo de contenido y de aplicaciones, lo que representa uno de los elementos clave de la competitividad en la sociedad de la información. En afinidad, la importancia creciente de la cultura está estrechamente vinculada a la reciente evolución del desarrollo económico.

En los últimos años, se argumenta que, los países occidentales más desarrollados se encuentran en un proceso de gestación de una nueva economía, que se caracterizaría por la aplicación generalizada de la información y el conocimiento, tanto en los procesos productivos como en las transacciones comerciales, designando a un conjunto difuso de elementos que tratan de recoger las características del nuevo entorno en el que se mueven los procesos económicos generadores de valor añadido. El avance de esta reciente economía sería producto de la difusión masiva de las tecnologías de la información y la comunicación⁴ (en adelante, TIC) en general, y el uso extensivo de la red Internet, en particular. De igual modo, la masiva incorporación a la actividad económica de las TIC, los efectos del proceso de mundialización económica y el cambio en los patrones de consumo de las familias -costumbres, actitudes, deseos, expectativas y preferencias de los usuarios o públicos metas, es decir, precisiones muy afinadas que nos señalan

directamente en el fortalecimiento del tejido social y por último, y muy importante 4) la presencia en la **cultura de valores** tales como respeto a la dignidad del otro, justicia, solidaridad y tolerancia para facilitar la convivencia.

⁴ Las TIC se definen como sistemas tecnológicos mediante los que se recibe, manipula y procesa información, y que facilitan la comunicación entre dos o más interlocutores. Por lo tanto, las TIC son algo más que informática y computadoras, puesto que no funcionan como sistemas aislados, sino en conexión con otras mediante una red. También son algo más que tecnologías de emisión y difusión (como televisión y radio), puesto que no sólo dan cuenta de la divulgación de la información, sino que además permiten una comunicación interactiva. El actual proceso de "convergencia de TIC" (es decir, la fusión de las tecnologías de información y divulgación, las tecnologías de la comunicación y las soluciones informáticas) tiende a la coalescencia de tres caminos tecnológicos separados en un único sistema que, de forma simplificada, se denomina TIC (o la 'red de redes'). Ver, COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (2002) "*Los caminos hacia una sociedad de la información en América Latina y el Caribe*". Bávaro, Punta Cana, República Dominicana. Conferencia Ministerial Regional Preparatoria de América Latina y el Caribe para la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. 29 al 31 de enero de 2003. CEPAL. LC/G.2195(CONF.91/3). 24 de diciembre. P.3.

cómo se está moviendo el usuario o beneficiario en orden a lo simbólico, en términos de oferta y demanda- sientan las bases de un importante proceso de transformación económica, que podemos condensar en la transición hacia una economía basada en el conocimiento⁵.

Paralelamente, tiene lugar un fenómeno de creciente digitalización en aquellos productos y servicios que se prestan a ello. Sería el caso de las industrias de contenidos (*content industries*); cinematográfica y audiovisual; fonográfica; empresas productoras de software (programas de ordenador) y servicios financieros por la red, entre otros. Así mismo, los avances tecnológicos hicieron irrumpir en el mercado nuevos medios de reproducción, difusión y explotación de los productos culturales y consiguientemente implican una expansión extraordinaria de las industrias culturales: editoriales, del entretenimiento, espectáculo, de los medios de comunicación.

Vale destacar, a manera de ejemplo, que el impacto de la tecnología ha sido más profundo en la industria del disco que en la del libro debido a la amplia difusión de aparatos para realizar copias para uso privado a muy bajo costo –desde los aparatos grabadores y reproductores de sonido hasta las computadoras personales– y a la utilización de Internet para acceder a música grabada en formato digital. En estos casos, o bien el producto permite ser digitalizado y distribuido a gran escala en este formato, o bien, se trata de bienes tangibles, cuya venta y distribución va acompañada de un amplio abanico de servicios de valor agregado (información, asesoramiento, soporte técnico, pago, etc.) suministrados a través de la red. Además, el dilema acerca de la expansión del mercado es más importante en la producción y distribución de expresiones intangibles fijadas en soportes tangibles como CD, libros o vídeos que en el caso de ser acercadas al público a través de un servicio como, por ejemplo, una obra de teatro en vivo.

Lo cierto, es que la tecnología se ha ido asentando en todas las parcelas de nuestras vidas, y la sociedad de la información⁶ comienza a ser un hecho. Cualquiera que sea la definición que se escoja, es preciso reconocer que su desarrollo no debe conjugarse en futuro, sino que tiene manifestaciones ya presentes en la realidad. Se puede apreciar que la tendencia en la economía al entrar el siglo XXI, se orienta hacia el crecimiento de los sectores en los cuales *el conocimiento es el insumo crítico principal*: la industria del software, la microelectrónica, la biotecnología, los nuevos materiales, las telecomunicaciones, la química fina y otros. En los bienes y servicios de estos sectores, es el componente substancial del costo (y del precio), en detrimento del componente material.

⁵ En los próximos años veremos consumarse la transición de una economía de capital a una **economía basada en el conocimiento**. Al respecto, Don Tapscott describe con gran acierto y precisión los doce (12) cambios globales de una economía digital, desencadenados por el creciente impacto de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, a saber: *conocimiento, digitalización, virtualización, molecularización, integración / interconexión en red, desintermediación, convergencia, innovación, proconsumidor, inmediatez, globalización y discordancia*. Sin embargo, al revisar los diferentes indicadores de los sectores que conforman las industrias culturales y comunicacionales así como las tecnologías de la información, no es difícil darse cuenta de las marcadas diferencias que existen entre Norte y Sur. Ver, TAPSCOTT, Don (2000) *“La creación de valor en la economía digital”*. Argentina. Ediciones Granisa S.A. 367 Págs. Título original: *Creating Value in the Network Economy*. Harvard Business Scholl Press. USA, 1999. Trad. Guillermo Masio; (1999) *“La era de los negocios electrónicos” Cómo generar utilidades en la economía digital*. Colombia. Ed. McGraw-Hill Interamericana, S.A. 412 Págs. Título Original: *Blueprint to the digital economy*. Alliance for Converging Technologies Corporation. USA, 1998. Trad. Cecilia Ávila de Barón; (1997) *“La Economía Digital”*. Colombia. Ed. McGraw-Hill Interamericana, S.A. 322 Págs. Título Original: *The Digital Economy*, The McGraw-Hill Companies, Inc. USA, 1996. Trad. Magaly Bernal Osorio; TAPSCOTT Don, David TICOLL y Alex LOWY (2001) *“Capital Digital. El poder de las redes de negocios”*. Madrid, España. Grupo Santillana de Ediciones. Colección taurusesdigital. 343 Págs. Título original: *Digital Capital, Harnessing the Power of Business Webs*. USA, 2001. Trad. María Córdor.

⁶ Tal como señalan algunas fuentes, no parece existir una concepción común sobre lo que podríamos entender por sociedad de la información. Desde sociedad de la información o **sociedad informacional** a **sociedad digital** o **sociedad interactiva**, hasta más recientemente, **economía digital**, lo cierto es que, todos estos términos son válidos para nombrar un nuevo escenario resultado de la convergencia de tecnologías y la eclosión de Internet, caracterizado por el uso intensivo de las tecnologías en la casi totalidad de los sectores económicos y sociales, que ha tenido como principal consecuencia "romper las reglas de la economía tradicional" -de ahí el término de nueva economía- haciendo posible desaparecer las limitaciones del tiempo y del espacio así como modificar radicalmente la cadena de valor a través de procesos de innovación permanentes. Para ahondar en el tema, recomendamos leer CASTELLS, Manuel (1998) *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. 1. La Sociedad Red. España, Alianza Editorial. 590 Págs. Del mismo autor (2001) *“La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad”*. España, Plaza & Janés Editores, S.A. 317 Págs.

El impacto económico de la cultura.

Del mismo modo, es meridiano, que las industrias de la sociedad de la información, que incluye a las industrias culturales –de contenidos–, los medios de comunicación, las telecomunicaciones (extensión telemática, redes) y tecnologías de información,

se han convertido en uno de los sectores más importantes y de más rápido crecimiento en la economía mundial. Están creando nuevos empleos y oportunidades; recientes productos y servicios finales, impulsando la adición económica y, mejorando la competitividad de los países en el comercio exterior. En lo particular, las industrias culturales y de la comunicación –denominadas en los Estados Unidos como *industrias del entretenimiento* y, en Europa, como industrias culturales y dirigidas sobre todo al *sector del ocio*– están inmersas dentro de esta sociedad de la información, principalmente porque el impacto que han tenido las TIC en relación con el sistema de producción⁷ cultural industrial-masivo, implica un aumento de la productividad y, esto se traduce, en aspectos ligados al trabajo cultural en términos de empleo así como establecer las importantes consecuencias que tiene para la elaboración de políticas culturales, tanto en el ámbito público como en el privado.

Las industrias culturales y comunicacionales (en adelante, IC)⁸, protagonizan una importante *reorganización tecnológica, económica y normativa* en un contexto mundial, caracterizada por una visible transformación de las estrategias de los agentes culturales⁹ y económicos, de su organización y de las relaciones de poder entre ellos. Los agentes culturales se diferencian no sólo por las diferentes funciones que cumplen en el proceso de producción, difusión, comercialización y consumo de los bienes y servicios culturales. Se distinguen también por la posición económica que ocupan en dicho proceso o, en otros términos, por las relaciones sociales bajo las que se inscriben en la economía cultural.

Pero también es cierto, que las tendencias internacionales de recomposición de los mercados culturales respecto a los sistemas de producción, distribución y comercialización, que

⁷ “Se entiende por producción cultural, (...) no sólo la producción artística tradicional –literatura, pintura, música, teatro y equivalentes– sino el conjunto de bienes y servicios relacionados tanto con lo que se ha llamado ‘alta cultura’ como con lo que resulta de las ‘industrias culturales’ o ‘cultura masiva’ –radio, televisión, revistas, discos, conciertos, recitales, videos, cable, etc.–, de la ‘cultura popular’ o ‘cultura folclórica’ –artesánias, eventos populares, por ejemplo ferias, ‘fiestas folclóricas’, etc.– y de las diversas instituciones ‘culturales’ –casas de cultura, museos, galerías, etc.–, sin tener en cuenta, por otra parte, todo lo relacionado con el ámbito de la educación” (ACHUGAR, Hugo 2000: p. 277).

⁸ “Todas las definiciones coinciden en considerar que se trata de aquellos sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor. (...), las industrias culturales incluyen la edición impresa y multimedia, la producción cinematográfica y audiovisual, la industria fonográfica, la artesanía y el diseño. Ciertos países extienden este concepto a la arquitectura, las artes plásticas, las artes del espectáculo, los deportes, la manufactura de instrumentos musicales, la publicidad y el turismo cultural. Las industrias culturales aportan un valor añadido a los contenidos al mismo tiempo que construyen y difunden valores culturales de interés individual y colectivo. Resultan esenciales para promover y difundir la diversidad cultural así como para democratizar el acceso a la cultura y, además, conocen altos índices de creación de empleo y riqueza. Abocadas a fomentar y apoyar la creación, que constituye su fundamental ‘materia prima’, pero también a innovar, en términos de producción y distribución, la indisoluble dualidad cultural y económica de estas industrias constituyen su principal carácter distintivo”. (UNESCO / CERLALC. 2002: Pp.11-12). La UNESCO define a las industrias culturales “...como aquellas que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos que son intangibles y culturales en su naturaleza. Estos contenidos están protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de bien o servicio. Son industrias trabajo y conocimiento-intensivas y nutren la creatividad a la vez que incentivan la innovación en los procesos de producción y de comercialización” (UNESCO, 2000).

⁹ En el proceso de producción, difusión, comercialización y consumo de los bienes y servicios culturales, interviene una multiplicidad de agentes, que cumplen diversas funciones. Esta diversificación de agentes es la expresión de una **división social del trabajo en la producción cultural**. Los principales agentes, según la función que desempeñan, son: el autor (creador, escritor, guionista, “letrista”, compositor, etc.); el intérprete (músico, cantante, actor, bailarín, etc.); el representante artístico; el productor (editor de libros, periódicos, fonogramas, videogramas, películas, etc.); el gestor cultural, público o privado; el industrial (fabricante de discos, duplicador de copias, procesador e impresor de textos, laboratorios de películas, estudios de sonido, multicopiador de videos, productor de insumos básicos, etc.); el propietario de medios (propietario de periódicos, concesionario de ondas radiales o televisivas); el editor-productor (compañías independientes de radio y televisión, por ejemplo); el distribuidor mayorista (distribuidor cinematográfico, videográfico, televisivo, editorial, etc.); el comerciante minorista (salas de cine, comercio de vídeo pre pago, librerías, discotecas, kioscos, etc.); las instituciones culturales (bibliotecas públicas, museos, sociedades literarias, asociaciones culturales, etc.); el consumidor (lector, radioescucha, televidente, espectador, etc.); el anunciante (empresas, instituciones, Estado); la agencia de publicidad; las fundaciones; las instituciones educativas, públicas y privadas, que forman a los propios agentes culturales (artistas, periodistas, comunicadores, bibliotecólogos, gestores culturales, etc.); etc.

vienen desarrollándose en las últimas décadas, confirman que las industrias culturales y de la comunicación latinoamericana se hallan rezagadas. En el período de los últimos quince años, se desvela, en los países latinoamericanos, un desarrollo bastante distorsionado entre producción y consumo cultural; tanto en comparación con los movimientos a escala mundial como por los desniveles internos en nuestra región, y dentro de cada país. Progresivamente se acentúa su lugar periférico en la comercialización¹⁰ de productos culturales. De modo que, es indudable que se hace imprescindible realizar un esfuerzo conjunto por parte del Estado Venezolano -como lugar del interés público- y del sector empresarial, mediante *aportes directos o con base en un sistema legislativo de incentivos económicos* que permita mantener, fortalecer y acrecentar cuantitativa y cualitativamente los mecanismos en la producción y difusión de los bienes y servicios culturales nacionales, como estrategia de una política pública innovadora, dirigida a reducir la creciente dependencia con los conglomerados comunicacionales y multimedia transnacionales.

La actividad de las industrias culturales tiene dos importantes implicaciones que, sin embargo, no están desligadas la una de la otra. Los límites entre el papel de las industrias culturales en el desarrollo de procesos sociales, por una parte, y como generadoras de producto económico, por otra, cambian vertiginosamente en el tiempo, se vuelven a dibujar con cada avance tecnológico y comunicacional. Dentro de un espíritu de respeto por la pluralidad en los contenidos y en las posturas ideológicas, respetando principios elementales de libertad de expresión o de defensa de la diversidad cultural, estado, empresa privada, organizaciones no gubernamentales, organizaciones sociales, individuos, tienen todos el reto y el compromiso de mantener una producción cultural plural: las industrias culturales tienen un alto potencial para contribuir en este propósito. En tal sentido, con este estudio pretendemos contribuir al reconocimiento de la importancia que el conocimiento del volumen económico de las industrias y actividades relacionadas con la cultura, tiene respecto de las políticas públicas, y haciendo énfasis en la situación de la industria cinematográfica nacional. Para ello debemos registrar las perspectivas de lo que significa el **sector cultural de la economía**¹¹.

El análisis económico de la industria del cine.

Por razones diversas, los economistas y especialistas del área cultural, no le han prestado a los aspectos económicos de las industrias culturales y del sector audiovisual -se incluyen las entradas de las salas de cine, la publicidad televisiva, las suscripciones a televisiones de pago y al cable, las cuotas por licencia de televisión, el *pay per view* y la venta y alquiler de vídeos- en particular, una atención semejante a la que merecen otros sectores quizá con menor dimensión y trascendencia social.

Sin embargo, es un lugar común que la industria audiovisual moviliza enormes cantidades de recursos (humanos, financieros, creativos, etc.), que sigue atrayendo el mayor porcentaje de la inversión publicitaria y que la naturaleza de su "mercado" no es indiferente a relevantes problemas

¹⁰ "El comercio mundial de bienes y servicios culturales ha crecido exponencialmente a lo largo de las dos últimas décadas. Entre 1980 y 1998 los intercambios comerciales de libros, revistas, música, artes visuales, cine y fotografía, radio, televisión, juegos y artículos de deportes han pasado de 95.340 a 387.927 millones de dólares de los EEUU. Sin embargo, el grueso de estos intercambios se realiza entre un reducido número de países. Así, por ejemplo en 1990 Japón, EEUU, Alemania y el Reino Unido concentran el 55,4% del total de las exportaciones de productos culturales, mientras que EEUU, Alemania, Reino Unido y Francia concentraban el 47% de las importaciones. Estos altos niveles de concentración de exportación e importación de bienes culturales no parecen cambiar radicalmente a lo largo de los años 90, aunque sí se atenúan y surgen nuevos actores: en 1998, China pasa a ser el tercer exportador mundial, y los nuevos 'cinco grandes' originan el 53% de las exportaciones y el 57% de las importaciones culturales". (UNESCO / CERLALC. 2002: Pp.11-12.).

¹¹ "Se pueden definir asimismo otras características relevantes de este tipo de industrias, como las economías de escala, la difícil cuantificación del valor agregado que se genera en la actividad creativa, la intensidad en la utilización de recursos humanos, los riesgos e incertidumbre que implican lanzar un producto al mercado debido a la necesidad de invertir en activos altamente específicos, por el lado de la oferta, y la esencia errática e impredecible de la demanda y el ciclo de vida corto de los productos. En este contexto, los productores cumplen un rol muy importante a la hora de asumir los riesgos que implica lanzar un producto al mercado. La demanda de este tipo de productos es, en su mayoría, altamente dependiente del ingreso -libros, discos, conciertos, televisión cerrada, etc.- como así también de los gustos, preferencias y modas de cada mercado, los cuales suelen ser cambiantes. En general, un autor no puede asumir este tipo de riesgos por sí mismo". (OMPI. 2002: p. 16).

sociales, económicos, políticos o culturales que afectan a las sociedades modernas. Además, desde muy recientemente se vienen produciendo cambios muy importantes y significativos en la industria audiovisual nacional; cambios que afectan a **la estructuración de su oferta**, a la naturaleza de los productos finales que reciben los espectadores y al grado en que pueden satisfacerse sus demandas.

Por otra parte, lo audiovisual entraña fundamentalmente una *dimensión cultural* y constituye una expresión creativa, especialmente de identidades; un medio fundamental de promoción de la democracia, pero también una actividad económica de creciente importancia; que en el contexto de la evolución tecnológica este sector todavía seguirá desarrollándose, tanto cuantitativa como cualitativamente. En este sentido, el sector público debe orientar con el ejemplo, invirtiendo en el desarrollo de la industria audiovisual nacional y fomentado la innovación en operaciones internas y externas de la cadena de valor. Esto implica un decidido esfuerzo por parte de todas las autoridades públicas para acelerar la competitividad e innovación de la industria audiovisual en Venezuela, en sus relaciones cotidianas con los *ciudadanos-consumidores* y las empresas, aumentando así la eficacia y calidad de sus servicios.

En el caso de la capacidad de competitividad de la Industria Cinematográfica¹² Nacional, tres asuntos importantes sobresalen como conclusiones. En primer lugar, el desplazamiento del cine de las salas¹³ públicas al hogar, por la retribución cada vez más atractiva que ofrecen los *productos sustitutos*¹⁴; que implica cambios en los hábitos de consumo (audiencia final / ciudadanos-consumidores) como en la estructura y financiamiento de la oferta (mercado). Tanto los modos de producir como *las modalidades de comunicación al público* de una obra cinematográfica¹⁵, están cambiando. El negocio moderno del cine no está en la taquilla de las salas de exhibición, sino más bien en sus productos sustitutos como el vídeo, en la TV-satélite y la cable-distribución¹⁶ de obras y, por ende, en los *derechos patrimoniales o pecuniarios* de transmisión terrestre, satélite o por cable. Los derechos pecuniarios más importantes sobre las obras audiovisuales son *el derecho de reproducción, el derecho de distribución y el derecho de comunicación al público* (p.ej. en salas de cine o por televisión). Esos derechos pueden ser objeto de cesión o de licencias a diversas personas y para diferentes territorios.

¹² **Cinematografía Nacional:** Todas aquellas actividades vinculadas con la producción, realización, comercialización, distribución, exhibición, fomento, rescate y preservación de obras cinematográficas nacionales en el territorio de la República.

¹³ **Sala de Exhibición (Pantalla):** Cada espacio destinado a la exhibición de obras cinematográficas que reúna las características y condiciones de servicio establecidas. **Sala de Exhibición Múltiple:** La constituida por varias salas de exhibición (Pantallas) agrupadas bajo una misma razón social.

¹⁴ Según Michael Porter (1999: P. 37), "los productos sustitutos que requieren una atención mayor desde el punto de vista estratégico son aquellos que a) manifiestan una tendencia favorable en su relación calidad-precio, en comparación con el producto del sector, o b) son fabricados por sectores que obtienen grandes beneficios." En el caso de la industria audiovisual, resaltan: Cable-distribución / transmisión de obras cinematográficas y audiovisuales por hilo, cable, fibra o cualquier dispositivo conductor; transmisiones sin hilo vía hertziana (TV terrestre y por satélite), videogramas en soportes de cinta magnética o de disco y la exhibición de obras cinematográficas y audiovisuales vía Internet.

¹⁵ Debemos distinguir entre una Obra Audiovisual y una Fijación Audiovisual, y dentro del concepto de Obra Audiovisual identificar a la Obra Cinematográfica. Una **Obra audiovisual** es la perceptible a la vez por el oído y por la vista, y que consta de una serie de imágenes relacionadas y de sonidos concomitantes, grabados sobre un material adecuado, para ser ejecutada mediante la utilización de mecanismos idóneos. Las obras audiovisuales son generalmente discriminadas, de acuerdo a la legislación autoral internacional, en dos grupos: **Obras Cinematográficas** y **Obras expresadas por procedimientos análogos a la cinematografía**, como las producciones televisivas o cualquier otra producción de imágenes sonoras fijadas sobre cintas magnéticas o discos, u obras consistentes en juegos de diapositivas acompañadas de sonido. La obra cinematográfica es toda fijación de imágenes asociadas y en movimiento con o sin sonido, aunada al concepto de **película cinematográfica como impresión de esas imágenes sobre una banda de celuloide, transparente y sensible a la luz, para fines de proyección sobre una pantalla**. La **fijación audiovisual** es la grabación sonora y la grabación visual simultáneas de escenas de la vida o de una representación o ejecución, o de recitación, en directo, de una obra sobre un soporte material duradero y adecuado, que permite que dichas grabaciones sean perceptibles. La fijación audiovisual de una obra representada, ejecutada o rentada, se considera generalmente una reproducción de dicha obra. También en este caso suele entenderse como fijación audiovisual la grabación de imágenes, aunque no estén sonorizadas. **El videograma, es toda clase de fijación audiovisual incorporada en cassettes, discos y otros soportes materiales.**

¹⁶ La **Televisión por Cable** es la distribución de señales portadoras de imágenes o de sonidos o de imágenes y sonidos, con el fin de ser recibidas por el público, por intermedio de hilo, cable, fibra o cualquier dispositivo conductor. Una característica técnica que distingue la Televisión por Cable de la televisión tradicional o hertziana, es el medio conductor de las señales, el cable, el hilo, la fibra óptica, que permite la distribución de múltiples señales simultáneamente, tanto provenientes de emisiones hertzianas, de frecuencia media, alta frecuencia o de transmisiones por vía satélite, posibilidad que conforme avanza la tecnología se vuelve infinitamente mayor.

En consecuencia, nos encontramos con el ascenso de la cultura privada a domicilio, es decir, el desplazamiento del cine de las salas públicas al hogar, que implica un menor número de espectadores cinematográficos, pero que contrariamente a la creencia de “ver menos películas” asistimos al crecimiento vertiginoso de una *tecnocultura cinematográfica* asociada a la TV-vídeo.

Las empresas norteamericanas han aprovechado mejor -y en términos de competencia- estos cambios tecnológicos y de hábitos culturales, logrando controlar tanto la Tv y el video como lo que queda de las salas de exhibición cinematográfica. Las distribuidoras, particularmente las norteamericanas pero también las europeas, están ampliando la cuota de mercado a base de comprar o construir salas de cine en los formatos *multiplex* o *multisalas* con el fin de programar sus propias producciones. Con el desarrollo de nuevas salas de cine (más confortables y tecnológicamente bien dotadas), se evidencia la redefinición de la industria cinematográfica y los servicios ofrecidos a los consumidores y consumidoras, cuya concepción actual apunta a lo que se ha definido como una “**propuesta de entretenimiento integral (cine + comida + juegos)**”. Con ello, esta opción recreativa, en tanto acto de consumo complejo, plantea al consumidor un conjunto de desafíos. Disponer de información relevante y suficiente para evaluar las alternativas propuestas, optar bien dentro de una oferta amplia, complementar la asistencia al cine con las demás actividades propuestas por la industria, resguardando su presupuesto, son algunos de ellos.

En segundo lugar, estas transformaciones de la oferta y el consumo van acompañadas de un cambio radical en la estrategia de inversiones y financiamiento para la producción, comercialización¹⁷ y exhibición¹⁸ del cine nacional. El nuevo sistema de exhibición se basa en múltiples salas de cine de tamaño reducido localizadas en los centros comerciales, ajustadas a una amplia diversidad de la oferta, a públicos cada vez más segmentados y a una demanda de calidad superior en términos de comodidad, sonido e imagen. Se basan en pantallas grandes (wall to wall), aislamientos acústicos y sistemas de sonido especial ultraestéreo. Además, están preparadas para proyectar películas con todas las modalidades de sonidos digitales y entre ellos el Digital Theatre System (DTS), el Dolby Digital y el SONY Dynamic Digital Systems (SDDS).

Este esquema comercial permitió racionalizar gastos y aumentar la rentabilidad del negocio para exhibidores y distribuidores a través de la centralización de actividades en complejos de multicines con menores gastos de personal y un mejor control de las recaudaciones. Con el nuevo sistema de pequeñas salas múltiples localizadas en amplios complejos o *shopping* se ha logrado un incremento de la demanda y de los ingresos asociado a grandes producciones cinematográficas tipo best-sellers, a operaciones de marketing de gran envergadura y a la venta de otros productos en las salas de cines. En USA, el 40% de la facturación de los cines no proviene de la taquilla, sino de la venta de productos alimenticios o del merchandising. La desaparición de los viejos cines y la irrupción de este nuevo modelo de comercialización son los ejes que están permitiendo las fuertes inversiones en la construcción de estos complejos por parte de grandes empresas globales. Un rol destacado lo tiene **CINEMARK**, la red norteamericana de salas de cine, y la tercera empresa del mundo en este sector de la industria que, con 2.800 salas en el continente americano, ha desarrollado un fuerte nivel de inversiones en la región.

Por último, las tendencias a la transnacionalización de la oferta cinematográfica y a la privatización de su consumo, se acentúan si el ente regulador por excelencia, es decir, el Estado venezolano, no participa en la producción, financiamiento y difusión de las obras cinematográficas nacionales. La intervención del Estado venezolano en el diseño de una política cinematográfica debe partir del reconocimiento del rol fundamental de las obras audiovisuales en la sociedad venezolana contemporánea, así como asegurar dentro del ámbito de la propiedad intelectual

¹⁷ Se entiende por **comercialización**, todas aquellas actividades con fines pecuniarios vinculadas con la distribución, exhibición y difusión de obras cinematográficas se realicen en el territorio nacional.

¹⁸ **Cadena Exhibidora**: Empresa exhibidora o asociación de empresas propietarias, administradoras, arrendatarias de varias salas de exhibición.

sobre las obras cinematográficas jurídicamente protegidas: *el derecho de reproducción, el derecho de distribución y el derecho de comunicación al público*. Y, sobre este último, *los derechos morales y patrimoniales de representación, proyección, exhibición y transmisión de las obras audiovisuales*.

Ciertamente, la actividad cinematográfica en Venezuela desde el año 1990, no escapó a los reclamos sobre la importancia de la aprobación de una Ley de Cine que proteja no sólo el aspecto de la producción, sino de la distribución y exhibición. Uno, de los logros más resaltantes del acontecer cinematográfico venezolano lo constituyó la aprobación (15/08/1993, Gaceta Oficial N° 4626 Extraordinario) y reglamentación (2/02/1994, Gaceta oficial N° 4.689 Extraordinario) de la **Ley de Cinematografía Nacional**, que tiene por objeto, según el Artículo 1°:

“...el desarrollo, fomento, difusión y protección de la cinematografía nacional y obras cinematográficas, entendidas éstas como mensaje visual o audiovisual, fijadas a cualquier soporte con posibilidad de ser exhibidas por medios masivos.”

Después de treinta años de introducida ante el parlamento, finalmente el día 8 de Septiembre de 1993 el Congreso Nacional (hoy, Asamblea Nacional) aprobó el texto jurídico cultural, que crea, a través de la Ley (ver, tabla n° 1), el **Centro Nacional Autónomo de Cinematografía** (en adelante, CNAC), organismo rector de la política cinematográfica del país y, que tiene, de acuerdo al **Artículo 9°**, como funciones:

- “1. Diseñar los lineamientos generales de la política cinematográfica y ejecutar dicha política.
2. Estudiar las medidas legales que favorezcan los objetivos del Centro y proponerlos a los poderes públicos.
3. Suscribir convenios destinados a desarrollar la producción, distribución, exhibición y difusión de obras cinematográficas nacionales.
4. Estimular, proteger y promover la producción, distribución, exhibición y difusión dentro y fuera del país, de las obras cinematográficas nacionales.
5. Incentivar y proteger las salas de exhibición cinematográficas.
6. Fomentar el desarrollo y mantenimiento de la infraestructura industrial cinematográfica.
7. Estimular la diversidad de la procedencia de las obras cinematográficas extranjeras y fomentar las de calidad.
8. Promover el mejoramiento profesional y el desarrollo de las instituciones de prevención y protección social del personal que labora en los sectores de la creación, industria, comercialización y difusión cinematográficos.
9. Colaborar con las instituciones correspondientes para que respeten las normas relativas a los Derechos de Autor de los creadores cinematográficos, así como de los titulares derivados.
10. Estimular la creación de las entidades, asociaciones o fundaciones que considere necesarias o convenientes para el mejor cumplimiento de sus fines y objetivos.
11. Fomentar la creación de fondos autónomos regionales para la realización, distribución, exhibición y difusión de la obra cinematográfica nacional; y
12. Las demás que le asignen esta Ley, su Reglamento y el ordenamiento jurídico.”

Sin embargo, el cine nacional, se sigue debatiendo entre una *lucha individualista* por hacer una película o entre las posibilidades que brinda el régimen de *coproducción* con otros países. Lo cual obliga ha reformular la Ley de Cinematografía Nacional vigente, sancionada en el año 93, para dotar al sector creador y productor de obras cinematográficas de medios financieros para impulsar su desarrollo con la creación de contribuciones parafiscales dirigidas a las personas que hacen vida cultural y económica en torno a la Industria Cinematográfica y Audiovisual.

Así tenemos, que desde un punto de vista puramente económico, existen argumentos para justificar subsidios financiados con recursos del presupuesto público, mediante impuestos sobre la boleta del cine o con contribuciones procedentes de los ingresos producidos por la televisión, que

se destinarían a la actividad cinematográfica nacional. En el sector del cine y del audiovisual se debe propiciar la **producción local** y el incentivo a las etapas de exhibición y distribución, no obstante, la operación de los mercados no siempre produce resultados eficientes en el campo del arte o la cultura, lo que obliga llegar a un *punto de eficiencia* que tome en cuenta los beneficios sociales de la producción además de los privados. Usualmente estas políticas se hacen en forma de impuestos o subsidios que concede el Estado.

Cuando una actividad cuya producción genera externalidades positivas, como la cultural, se deja sin subvencionar por parte del Estado, los precios a los que se transan sus productos no reflejan el verdadero beneficio social que su consumo supone, tan solo el privado, generando en muchos casos un consumo demasiado pequeño de los productos en cuestión. Lo que la teoría económica propone es que el Estado debe subvencionar el consumo de dichos productos o servicios en un monto que valore la diferencia subjetiva entre el beneficio social adicional que supone el consumo de una unidad más de un producto, en este caso cultural, y el beneficio privado adicional que ese bien le genera al productor. En otras palabras, el subsidio debe ser equivalente al beneficio adicional que el consumo de un bien cultural le reporta a la sociedad. Lo que logra tal tipo de subvención es llegar a un consumo mayor a precios menores de los bienes y servicios culturales. En ese momento se puede hablar de un nivel de consumo y/o producción socialmente eficiente; sin subvenciones no existe tal eficiencia a nivel social, sino solamente eficiencia en el nivel privado.

En cualquier caso, la industria del cine constituye un ejemplo histórico de la dinámica de transnacionalización comunicativa en los medios de comunicación de masas; este importante sector industrial mantiene una estructura oligopólica y transnacional. Lo cual, es indudable, que *la intensidad de la rivalidad* en la industria cinematográfica internacional exige una gestión y unos recursos financieros que superan con creces la capacidad nacional. La absorción de la industria del espectáculo por los conglomerados multimedia, industriales o financieros, es un rasgo característico de la diversificación expansiva que se produce en estas modernas corporaciones integradas.

Ahora bien, es innegable, que la *tendencia a la concentración de la exhibición* que fomentan las empresas líderes¹⁹ en la producción-distribución de películas cinematográficas, tanto en los ámbitos nacionales como en los internacionales, ha alterado por completo cualquier forma diversificada en la producción y consumo internacional. La integración vertical que se ha operado en la industria cinematográfica internacional, dominada por Hollywood, restringe el número de filmes que pueden ser vistos en las pantallas del mundo, aunque eventualmente pueda aumentar el número de éstas. *En las actuales condiciones de oligopolio, incluso un aumento en el número de salas de exhibición, sólo significa la ampliación del mercado para un idéntico y reducido número de películas.* Se trata, ciertamente, de una transformación radical de la lógica económica y de los patrones de comercialización y rentabilidad de la industria audiovisual transnacional. Dos procesos, en estrecha combinación; por un lado, la transnacionalización de la oferta cinematográfica (mercadeo), del otro lado, la privatización del consumo cinematográfico por la retribución cada vez más atractiva que ofrecen los productos sustitutivos (tv-vídeo).

En este caso, la ventaja competitiva de la industria audiovisual nacional, sólo puede ser realzada fuertemente, en la medida en que las estrategias competitivas traten de establecer una *posición provechosa y sostenible* contra las fuerzas que determinan la competencia en el sub-sector audiovisual de la industria cinematográfica tanto en el ámbito nacional como internacional. La estrategia competitiva, no es otra cosa, que la búsqueda de una posición competitiva favorable.

¹⁹ Warner Bros, Seven Art, Paramount Pictures Corp., Columbia Pictures Industries Inc., Universal Pictures, Twentieth Century Fox, United Artists. Estas siete grandes compañías -las antiguas "majors"- dominan junto con otras cinco denominadas "mini-majors" la producción-distribución del cine mundial. Las "mini-majors" son: Walt Disney Productions, American International Pictures Inc., AWC Embassy Pictures Corp., Allied Artists Pictures Corp., y Filmways Inc.(Orion). Podríamos añadir seis firmas de entidad menor, que tienen un carácter complementario: Ladd Corp., AFD, ABC, CBS, Buena Vista y Polygram.

Y en ese sentido, puede afirmarse que la competitividad de la industria audiovisual nacional, en lo referente al sector cinematográfico, continuará amenazada en tanto no se resuelvan y optimicen aspectos como:

1.- *Mejoramiento del gasto.* Políticas gubernamentales de financiamiento y promoción de la producción cinematográfica.

2.- *Requerimientos de capital.* La necesidad de invertir importantes recursos financieros para poder competir.

3.- *Consenso político sobre el carácter estratégico cultural y económico de la industria cinematográfica nacional y audiovisual en general.* El cine representa un medio excepcional para la expresión de la cultura de un país.

4.- *Finalización de la inseguridad jurídica para el desarrollo de la industria audiovisual.* Rebaja de los costos de producción.

5.- *Políticas pública de comercialización y difusión en el exterior.* La Industria Cinematográfica Nacional debe diseñar estratégicamente su *ventaja competitiva de alcance* para la promoción, comercialización externa-interna y distribución de las películas venezolanas. Es cierto, que cuanto más limitado sean los canales de mayoreo o menudeo y mientras más amarrados los tenga los competidores existentes, representantes de los "grandes", obviamente será más difícil para el Cine Nacional competir en este sector industrial oligopólico y transnacional. Esta barrera es tan alta para la Industria Cinematográfica que, para remontarla deberá crear sus propios canales de distribución. En Venezuela, el esquema tradicional Producción-Distribución-Exhibidor no opera en un ambiente de revitalización del cine nacional que se vierta en apoyo financiero y técnico a la producción y, mucho menos en facilitar la creación de un mercado estable de inversión. Para el cineasta, los mecanismos de distribución-exhibición le están cerrados.

6.- *Fomento a la innovación tecnológica y diferenciación del producto* cinematográfico, es decir, la identificación de las películas venezolanas con *ventajas competitivas de valor: calidad.*

Mientras no se lleguen a estas definiciones, difícilmente se podrá adelantar *estrategias competitivas*, políticas, planes y proyectos tanto de inversión como de investigación y desarrollo para los dominios de las industrias culturales y comunicacionales. Creemos que existen muchos impedimentos organizacionales, estratégicos y tecnológicos que obstaculizan el desarrollo de nuestras industrias culturales y comunicacionales nacionales. Pero existen razones que justifican una aproximación desde esta perspectiva: *es importante garantizar que la sociedad informacional no causará en la práctica nuevas divisiones sociales, sino que fomentará la integración y la cohesión.*

edad	N°	%	N°	%
Total	24.169.744		26.467.834	
0-4	2.797.567	11,57	2.833.317	10,70
5-9	2.751.023	11,38	2.787.477	10,53
10-14	2.678.361	11,08	2.745.788	10,37
15-19	2.460.374	10,18	2.670.037	10,09
20-24	2.249.613	9,31	2.447.618	9,25
25-29	1.932.177	7,99	2.235.291	8,45
30-34	1.826.960	7,56	1.918.190	7,25
35-39	1.676.569	6,94	1.811.367	6,84
40-44	1.378.725	5,70	1.657.801	6,26
45-49	1.180.062	4,88	1.356.240	5,12
50-54	946.008	3,91	1.151.035	4,35
55-59	698.720	2,89	910.150	3,44
60-64	518.199	2,14	658.849	2,49
65-69	411.489	1,70	474.030	1,79
70-74	315.146	1,30	359.612	1,36
75-79	198.478	0,82	256.912	0,97
80 y más	150.273	0,62	194.120	0,73

Fuente: INE. <http://www.ine.gov.ve/>. 2004.

Nota: IE Cifras Estimadas. Año 1990.

4. Población urbana y Rural, según grupos de edad. Años 2000-2005.

Grupo de edad	2000 <u>IE</u>					2005 <u>IE</u>				
	Población Total	Población Urbana		Población Rural		Población Total	Población Urbana		Población Rural	
		N°	%	N°	%		N°	%	N°	%
Total	24.169.744	21.055.245	87,11	3.114.499	12,89	26.467.834	23.461.907	88,64	3.005.927	11,36
0-4	2.797.567	2.362.415	84,45	435.152	15,55	2.833.317	2.431.880	85,83	401.437	14,17
5-9	2.751.023	2.339.445	85,04	411.152	14,96	2.787.477	2.407.500	86,37	379.977	13,63
10-14	2.678.361	2.295.009	85,69	383.352	14,31	2.745.788	2.389.601	87,03	356.187	12,97
15-19	2.460.374	2.134.367	86,75	326.007	13,25	2.670.037	2.359.953	88,39	310.084	11,61
20-24	2.249.613	1.977.067	87,88	272.546	12,12	2.447.618	2.181.943	89,15	265.675	10,85
25-29	1.932.177	1.694.491	87,70	237.686	12,30	2.235.291	2.001.322	89,53	233.969	10,47
30-34	1.826.960	1.625.388	88,97	201.572	11,03	1.918.190	1.717.156	89,52	201.034	10,48
35-39	1.676.569	1.507.150	89,89	169.419	10,11	1.811.367	1.641.376	90,62	169.991	9,38
40-44	1.378.725	1.241.645	90,06	137.080	9,94	1.657.801	1.519.927	91,68	137.874	8,32
45-49	1.180.062	1.068.622	90,56	111.440	9,44	1.356.240	1.243.499	91,69	112.741	8,31
50-54	946.008	843.921	89,21	102.087	10,79	1.151.035	1.048.492	91,09	102.543	8,91
55-59	698.720	611.728	87,55	86.992	12,45	910.150	821.430	90,25	88.720	9,75
60-64	518.199	439.623	84,84	78.576	15,16	658.849	578.970	87,88	79.879	12,12
65-69	411.489	356.903	86,73	54.586	13,27	474.030	418.201	88,22	55.829	11,78
70-74	315.146	272.139	86,35	43.007	13,65	359.612	316.198	87,93	43.414	12,07
75-79	198.478	168.765	85,03	29.713	14,97	256.912	225.966	87,95	30.946	12,05
80 y más	150.273	116.567	77,57	33.706	22,43	194.120	158.493	81,65	35.627	18,35

Fuente: INE. <http://www.ine.gov.ve/>. 2004.

Nota: IE Cifras Estimadas. Año 1990.

5. Población total, según entidad federal. Años 2000-2005.

Entidad Federal	2000 /E		2005 /E	
	N°	%	N°	%
Total	24.169.744		26.467.834	
Distrito Federal	2.284.921	9,45	2.290.792	8,66
Amazonas	100.325	0,42	105.567	0,40
Anzoátegui	1.140.369	4,72	1.241.768	4,69
Apure	466.931	1,93	562.947	2,13
Aragua	1.481.453	6,13	1.609.040	6,08
Barinas	583.521	2,41	647.677	2,45
Bolívar	1.306.651	5,41	1.481.482	5,60
Carabobo	2.106.264	8,71	2.401.753	9,07
Cojedes	262.154	1,08	298.020	1,13
Delta Amacuro	137.939	0,57	164.439	0,62
Falcón	747.672	3,09	789.476	2,98
Guárico	638.638	2,64	690.668	2,61
Lara	1.581.121	6,54	1.717.836	6,49
Mérida	744.986	3,08	805.487	3,04
Miranda	2.607.163	10,79	2.911.718	11,00
Monagas	599.764	2,48	638.902	2,41
Nueva Esparta	377.701	1,56	425.065	1,61
Portuguesa	830.441	3,44	943.755	3,57
Sucre	824.764	3,41	860.580	3,25
Táchira	1.031.158	4,27	1.104.609	4,17
Trujillo	587.280	2,43	604.120	2,28
Yaracuy	518.902	2,15	570.494	2,16
Zulia	3.209.626	13,28	3.601.639	13,61

Fuente: INE. <http://www.ine.gov.ve/>. 2004.

Nota: /E Cifras Estimadas. Año 1990.

6. Población masculina y femenina, según entidad federal. Años 2000-2005.

Entidad Federal	2000 /E						2005 /E					
	Población Total	Hombres		Mujeres		Población Total	Hombres		Mujeres			
		N°	%	N°	%		N°	%	N°	%		
Total	24.169.744	12.160.964	50,31	12.008.780	49,69	26.467.834	13.303.351	50,26	13.164.483	49,74		
Dtto. Federal	2.284.921	1.128.994	49,41	1.155.927	50,59	2.290.792	1.130.486	49,35	1.160.306	50,65		
Amazonas	100.325	52.311	52,14	48.014	47,86	105.567	54.977	52,08	50.590	47,92		
Anzoátegui	1.140.369	579.462	50,81	560.907	49,19	1.241.768	630.250	50,75	611.518	49,25		
Apure	466.931	238.402	51,06	228.529	48,94	562.947	287.074	50,99	275.873	49,01		
Aragua	1.481.453	740.002	49,95	741.451	50,05	1.609.040	802.439	49,87	806.601	50,13		
Barinas	583.521	300.396	51,48	283.125	48,52	647.677	333.026	51,42	314.651	48,58		
Bolívar	1.306.651	662.495	50,70	644.156	49,30	1.481.482	750.362	50,65	731.120	49,35		
Carabobo	2.106.264	1.053.924	50,04	1.052.340	49,96	2.401.753	1.200.436	49,98	1.201.317	50,02		
Cojedes	262.154	134.913	51,46	127.241	48,54	298.020	153.188	51,40	144.832	48,60		
Delta Amacuro	137.939	71.079	51,53	66.860	48,47	164.439	84.634	51,47	79.805	48,53		
Falcón	747.672	371.444	49,68	376.228	50,32	789.476	391.749	49,62	397.727	50,38		
Guárico	638.638	323.510	50,66	315.128	49,34	690.668	349.446	50,60	341.222	49,40		
Lara	1.581.121	794.259	50,23	786.862	49,77	1.717.836	861.871	50,17	855.965	49,83		
Mérida	744.986	377.817	50,71	367.169	49,29	805.487	408.010	50,65	397.477	49,35		
Miranda	2.607.163	1.312.836	50,35	1.294.327	49,65	2.911.718	1.464.398	50,29	1.447.320	49,71		
Monagas	599.764	308.616	51,46	291.148	48,54	638.902	328.363	51,39	310.539	48,61		
Nueva Esparta	377.701	190.182	50,35	187.519	49,65	425.065	213.769	50,29	211.296	49,71		

Portuguesa	830.441	431.357	51,94	399.084	48,06	943.755	489.697	51,89	454.058	48,11
Sucre	824.764	418.516	50,74	406.248	49,26	860.580	436.168	50,68	424.412	49,32
Táchira	1.031.158	516.967	50,13	514.191	49,87	1.104.609	553.104	50,07	551.505	49,93
Trujillo	587.280	295.768	50,36	291.512	49,64	604.120	303.876	50,30	300.244	49,70
Yaracuy	518.902	265.631	51,19	253.271	48,81	570.494	291.687	51,13	278.807	48,87
Zulia	3.209.626	1.592.083	49,60	1.617.543	50,40	3.601.639	1.784.341	49,54	1.817.298	50,46

Fuente: INE. <http://www.ine.gov.ve/>. 2004.

Nota: /E Cifras Estimadas. Año 1990.

7. Población urbana y rural, según entidad federal. Años 2000-2005.

Grupo de edad	2000 /E					2005 /E				
	Población Total	Población N°	Urbana %	Población N°	Rural %	Población Total	Población N°	Urbana %	Población N°	Rural %
Total	24.169.744	21.055.245	87,11	3.114.499	12,89	26.467.834	23.461.907	88,64	3.005.927	11,36
Distrito Federal	2.284.921	2.261.086	98,96	23.835	1,04	2.290.792	2.267.458	98,98	23.334	1,02
Amazonas	100.325	44.199	44,06	56.126	55,94	105.567	46.494	44,04	59.073	55,96
Anzoátegui	1.140.369	1.003.713	88,02	136.656	11,98	1.241.768	1.107.604	89,20	134.164	10,80
Apure	466.931	292.700	62,69	174.231	37,31	562.947	375.032	66,62	187.915	33,38
Aragua	1.481.453	1.430.466	96,56	50.987	3,44	1.609.040	1.564.793	97,25	44.247	2,75
Barinas	583.521	405.016	69,41	178.505	30,59	647.677	471.963	72,87	175.714	27,13
Bolívar	1.306.651	1.173.619	89,82	133.032	10,18	1.481.482	1.348.842	91,05	132.640	8,95
Carabobo	2.106.264	2.072.646	98,40	33.618	1,60	2.401.753	2.374.408	98,86	27.345	1,14
Cojedes	262.154	211.747	80,77	50.407	19,23	298.020	248.411	83,35	49.609	16,65
Delta Amacuro	137.939	75.655	54,85	62.284	45,15	164.439	94.735	57,61	69.704	42,39
Falcón	747.672	561.557	75,11	186.115	24,89	789.476	619.801	78,51	169.675	21,49
Guárico	638.638	482.579	75,56	156.059	24,44	690.668	524.293	75,91	166.375	24,09
Lara	1.581.121	1.301.380	82,31	279.741	17,69	1.717.836	1.448.722	84,33	269.114	15,67
Mérida	744.986	627.096	84,18	117.890	15,82	805.487	709.244	88,05	96.243	11,95
Miranda	2.607.163	2.502.650	95,99	104.513	4,01	2.911.718	2.822.886	96,95	88.832	3,05
Monagas	599.764	487.377	81,26	112.387	18,74	638.902	537.641	84,15	101.261	15,85
Nueva Esparta	377.701	371.206	98,28	6.495	1,72	425.065	421.319	99,12	3.746	0,88
Portuguesa	830.441	543.153	65,41	287.288	34,59	943.755	619.908	65,69	323.847	34,31
Sucre	824.764	665.123	80,64	159.641	19,36	860.580	723.972	84,13	136.608	15,87
Táchira	1.031.158	805.006	78,07	226.152	21,93	1.104.609	895.937	81,11	208.672	18,89
Trujillo	587.280	413.451	70,40	173.829	29,60	604.120	448.805	74,29	155.315	25,71
Yaracuy	518.902	426.412	82,18	92.490	17,82	570.494	484.372	84,90	86.122	15,10
Zulia	3.209.626	2.897.408	90,27	312.218	9,73	3.601.639	3.305.267	91,77	296.372	8,23

Fuente: INE. <http://www.ine.gov.ve/>. 2004.

Nota: /E Cifras Estimadas. Año 1990.

SIGLAS UTILIZADAS

- AVEP** Asociación Venezolana de Exhibidores de Películas
ASOINCI Asociación de Intereses del Cine
BCV Banco Central de Venezuela
BSA Business Software Alliance
CAVECECO Cámara Venezolana de Centros Comerciales
CAVETESU Cámara Venezolana de Televisión por Suscripción
CNAC Centro Nacional Autónomo de Cinematografía
CONAC Consejo Nacional de la Cultura
CONATEL Comisión Nacional de Telecomunicaciones
CTPJ Cuerpo de Investigaciones Científicas, Penales y Criminalísticas
IIPA International Intellectual Property Alliance
INE Instituto Nacional de Estadísticas

SACVEN Sociedad de Autores y Compositores de Venezuela
SAPI Dirección Nacional de Derecho de Autor

SIMBOLOGÍA UTILIZADA A LOS CUADROS ESTADÍSTICOS

% tanto por ciento o porcentaje.

Bs. Bolívares. Moneda oficial de la República Bolivariana de Venezuela.

- No hay datos o valor cero.

.. Información no disponible.

: Información no procedente. No aplicable.

/E Cifra estimada.

/P Cifras preliminares.

/R Cifra revisada.

LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA EN VENEZUELA.

CONTENIDO, NOTAS EXPLICATIVAS Y FUENTES DE INFORMACIÓN.

El objetivo de este estudio es realizar una descripción de los rasgos que definen la industria del cine en Venezuela y cómo han ido evolucionando y consolidándose a lo largo del período 1990-2003. Para ello se enunciarán las características más sobresalientes de los sectores de la producción, distribución y exhibición de cine, pero siempre con un enfoque descriptivo antes de que exhaustividad.

En tal sentido, en los siguientes apartados se presentan una serie de estadísticas procesadas a partir de los Anuarios Estadísticos 1991/1994, 1995/1997 y 1998/2000 del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC), así como de información suministrada por la Dirección de Investigación y Estadística de ese Organismo en lo que se refiere a algunos datos correspondientes a los años 2001, 2002 y 2003. La información sobre el sector del cine ha sido estructurada de la siguiente manera:

- Producción y Coproducciones cinematográficas. La oferta: Las Películas.
- Cines y salas de exhibición (pantallas).
- Recaudación y distribución cinematográfica.
- La Demanda del cine en Venezuela: Espectadores cinematográficos.
- Indicadores consolidados del mercado cinematográfico nacional.
- Inversión pública cultural venezolana en la industria del cine.
- Hábitos culturales. Consumo cultural cinematográfico.

Así tenemos, que el estudio se inicia indicando las características generales de la industria cinematográfica en su conjunto, prestándole atención a los sectores de la producción y la distribución. Sin embargo, esta investigación aporta un arreglo distinto, al estudiar los determinantes de la asistencia –el público- al cine en Venezuela -los consumidores de cine- y, para lograr este objetivo realizamos una estimación de la **demanda individual del cine** en nuestro país. Además se presentan los hábitos culturales del espectador de cine, *con qué frecuencia asiste a las salas y cómo varía dicha frecuencia de acuerdo con características socioeconómicas como la edad, el sexo, la formación o la clase social*, entre otras. Como es evidente, la conexión entre el cine y su público se realiza a través de la rama de la exhibición. En consecuencia, para poder centrarnos en esas relaciones, hay un paso previo que es ineludible dar: conocer el sector de la exhibición en Venezuela en su relación con el espectador. Hay un conjunto de indicadores cuyo nivel y evolución pueden reflejar el estado de la industria del cinematográfica. Entre esos indicadores merecen mención especial la oferta que se hace al público –ya sea a través del número de salas de exhibición (pantallas) y su distribución geográfica, como la cantidad de

películas nacionales e importadas que son exhibidas-; de igual modo, pero en otros apartados, la recaudación obtenida por el sector y el número total de espectadores cinematográficos.

Además, siempre que fue posible, se procedió a desglosar todas las cifras a nivel regional y estatal para descubrir si existen patrones de comportamientos comunes en todo el país o sí, por el contrario, existen algunas entidades federales en las que la relación con el cine presenta una intensidad particularmente alta o baja. Es importante destacar que nuestro análisis no se circunscribe 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 2003. Hablamos entonces de un período de trece (13) años, aunque en algunos cuadros se toman como año de referencia 1984 lo que significaría un período de diecinueve (19) años para la historia de la producción y exhibición cinematográfica en Venezuela.

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). El CNAC publica sus estadísticas con la mayor cantidad de información que les es posible recabar sin llegar a contar con el 100% de la información, por lo que durante el lapso 1991-2002, algunas cifras referidas a infraestructura y actividades de las mismas, no se corresponden a la totalidad de las salas de cine existentes en el país. En este sentido se tiene:

Año	Salas de Cine existentes	Salas de Cine con información	Porcentaje de Salas con información
1991	341	225	65,98%
1992	338	205	60,65%
1993	335	192	57,31%
1994	238	197	82,77%
1995	215	179	83,26%
1996	213	185	86,85%
1997	231	189	81,82%
1998	259	218	84,17%
1999	281	246	87,54%
2000	288	251	87,15%
2001	311	285	91,64%
2002	326	308	94,48%

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. Anuarios Estadísticos 1991/ 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Proceso: Cálculos propios. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

I.- PRODUCCIÓN Y COPRODUCCIONES CINEMATOGRÁFICAS. LA OFERTA: LAS PELÍCULAS.

El panorama actual del cine nacional nos dibuja debilidades para establecer un *sistema estable de producción*, teniendo como causas:

1. Los costos de los insumos importados por las fluctuaciones del dólar.
2. Incremento de los niveles salariales y de los esquemas de contratación.
3. Intensificación de los niveles de producción por razones de competencia internacional.

El desarrollo de la industria cinematográfica se ha basado en la búsqueda de la ampliación de los mercados para cubrir los costos de las producciones y responder a lo que el público demanda, en un ambiente de libre competencia. En Venezuela, la calidad de las producciones realizadas, que está necesariamente ligada a la apertura, la competencia y la corrección de aquellas distorsiones que reducen su acción, se ve afectada a la *estrechez del mercado interno*, marcada por la *enorme diferencia entre los costos de producción y la capacidad real de consumo* limitada a las **349 salas de cine (pantallas)** que existen en el país; variables que pueden resumir la *ecuación diferencial del cine nacional* para resolver uno de sus principales problemas estratégicos; que posee limitadas vías de financiamiento, estancando las posibilidades de comercialización y distribución en condiciones competitivas.

Las principales dificultades que retardan el estreno de una película iberoamericana en países distintos a los de origen son: *la fragmentación de los mercados nacionales, la debilidad de los circuitos comerciales independientes y las dificultades que han de afrontar las distribuidoras independientes para comercializar una película iberoamericana*. Se plantea como posible alternativa de solución para aumentar la cuota de pantalla de la región que se impulsen ayudas no sólo a la producción de películas, sino también a la distribución. Resulta imprescindible buscar los mecanismos de contacto comercial entre productores y distribuidores, y entre los distribuidores de los diferentes países. En la actualidad, como en muchas otras ocasiones, el mercado interno pasa una aguda crisis financiera, que afecta a todas las industrias culturales y comunicacionales que dependen de un presupuesto para la realización de sus actividades y solventar la capacidad real de consumo.

La producción global de largometrajes en América Latina y el Caribe, desde el inicio del cine sonoro hasta 1990, según estimaciones de Octavio Getino, se aproxima a 10 mil títulos, de los cuales México ha producido 4.500 (45%); Brasil alrededor de 2.500 (25%); Argentina 1.800 (18%); Cuba, 250 (2.5%); **Venezuela cerca de 200 (2%)**; Perú unos 100 (1%) y el resto de los países, 300 (3%). A esto, habrá que sumar la producción correspondiente al cortometraje. Ahora bien, si se observa la evolución productiva en los principales países de la región latinoamericana, en el último decenio del siglo XX, puede advertirse una gradual reducción de la producción cinematográfica.

1.1. Evolución de largometrajes y cortometrajes venezolanos producidos. Años 1990-2000. En números.

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Largometrajes	6	6	5	6	6	12	9	5	6	4	2
Venezolanos	4	1	2	4	4	8	7	3	6	3	1
Coproducidos	2	5	3	2	2	4	2	2	0	1	1
Cortometrajes Venezolanos	25	17	30	17	30	28	26	18	33	12	25

Fuentes: GUZMÁN CÁRDENAS, CARLOS E (2000). "Industria del Cine en Venezuela 1996-1999". En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. N° 112. Caracas, Venezuela. Cuarto Trimestre. Centro Gumilla. Pp. 100-112. Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. Anuarios Estadísticos 1991/1994; 1995/ 1997; 1998 / 2000.

1.2. Evolución de largometrajes y cortometrajes venezolanos estrenados. Años 1990-2003. En números.

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
--	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

N° Largometrajes Estrenados	3	4	2	4	2	4	2	11	4	4	7	5 <u>1</u>	4 <u>2</u>	1
N° Cortometrajes Estrenados	15	6	24	7	15	31	21	22	20	10	17	16

Fuentes: GUZMÁN CÁRDENAS, CARLOS E (2000). "Industria del Cine en Venezuela 1996-1999". En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. N° 112. Caracas, Venezuela. Cuarto Trimestre. Centro Gumilla. Pp. 100-112. Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. 2004. Anuarios Estadísticos 1991/1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: 1 Se suman al total de este año, 2 pre-estrenos. 2 Se suma al total de este año, 1 pre-estrenos.

El CNAC otorga financiamiento a aquellas actividades relacionadas con la producción nacional de carácter no publicitario o propagandístico. Esto se expresa con mayor claridad en el reglamento de esta institución dispuso que al menos un 60% del presupuesto total anual será destinado a tales obras cinematográficas. No obstante, es importante resaltar que el CNAC atiende con igual interés al resto de las etapas del proceso de creación del valor audiovisual: creación, promoción, distribución, exhibición y consumo. El CNAC ha asignado a cada proyecto en particular la categoría adecuada al financiamiento. Existen diferentes modalidades de otorgamiento de recursos:

- **Subvenciones.**
- **Préstamos.**
- **Asociaciones Financieras.**
- **Premios.**

Se apoyan así, bajo la modalidad de *subvenciones*, es decir subsidios, recursos a fondo perdido, los proyectos culturales, entre los cuales se encuentran los relativos a: *divulgación e investigación de la obra cinematográfica y publicaciones, mejoramiento profesional y formación de recursos humanos y apoyo a salas de arte y ensayo*. Igualmente, se otorgan subsidios a desarrollo de guiones en el área de proyectos cinematográficos, así como innovación tecnológica, en cuanto a estímulo de la base industrial cinematográfica.

Por otra parte, se patrocina bajo el carácter de *préstamo o crédito*, en cuanto a los proyectos cinematográficos: *las terminaciones de largometrajes (ya financiado por el CNAC); en el caso de proyectos culturales; los créditos a salas comerciales; y en relación a estímulo a la base industrial cinematográfica, todas las solicitudes*. Estos créditos son otorgados en un esquema preferencial mediante un plazo de 24 meses con un período inicial de seis meses de gracia y una tasa de interés promedio de las pasivas.

Desde una tercera figura, el Estado venezolano participa a través del CNAC como socio productor, mediante la modalidad de *participación financiera*, en los casos de apoyos a: *largometrajes listos para rodar, coproducciones minoritarias y telefilmes*. Esta asociación implica que corresponde al CNAC por tal inversión, el 25% del producto de la comercialización o ventas a favor de la parte venezolana de la película por todos los medios, hasta la recuperación de lo invertido y luego el 10% en forma indefinida hasta un máximo de 60 años. Es importante destacar que, según informaciones del CNAC, debido a los problemas presupuestarios que ha venido presentando y la retribución de las mismas producciones venezolanas a este instituto, la realización de cortometrajes son apoyados económicamente pero a la vez son considerados gastos porque en la mayoría de los casos no es recuperable la inversión realizada.

1.3. Financiamiento de apoyo a la producción cinematográfica nacional por parte del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC), según modalidad. Años 1994-2003. En números de proyectos y en bolívares (Bs.).

Año de	Asociación	Ampliación	Desarrollo	Incentivo	Continúa Montaje
--------	------------	------------	------------	-----------	---------------------

México	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	5	
México y Colombia	-	-	-	-	-	1	1	-	1	1	3	
Panamá y Puerto Rico	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	
Perú	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	
TOTAL POR AÑO	2	2	5	3	2	2	4	1	3	1	5	63

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. Anuarios Estadísticos 1991/ 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Proceso: Cálculos Propios. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

El permiso más importante para la producción extranjera es el *Permiso General de Rodaje*, que otorga el CNAC, al que siguen permisos de las autoridades jurisdiccionales locales o nacionales, de acuerdo al sitio donde se desee filmar.

1.5. Permisos de rodajes otorgados a empresas extranjeras. Por país y en números. Años 1991-2000.

País	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	TOTAL POR PAIS
Alemania	1	-	1	2	-	1	8	6	6	5	30
Argentina	-	-	-	-	-	-	1	1	-	2	4
Austria	-	-	-	-	1	1	1	3	1	2	9
Brasil	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Canadá	-	1	-	-	1	1	-	3	4	2	12
Chile	1	-	-	-	-	1	1	1	1	-	5
Colombia	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1
Costa Rica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Dinamarca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Egipto	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
España	4	-	-	-	-	-	2	1	1	-	8
Estados Unidos	-	3	-	-	4	5	10	7	8	6	43
Francia	2	3	2	4	3	3	3	9	5	2	36
Holanda	-	-	-	1	-	-	-	-	2	-	3
India	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Inglaterra	-	2	1	-	-	2	4	9	10	9	37
Italia	2	1	2	3	1	1	2	1	1	-	14
Japón	-	-	-	-	1	1	-	5	3	2	12
Noruega	-	1	-	-	-	-	-	-	1	1	3
Nueva Zelanda	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Portugal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Suiza	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1
TOTAL POR AÑO	10	11	6	10	11	17	32	47	45	33	224

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. Anuarios Estadísticos 1991/ 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Proceso: Cálculos propios. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

Desde 1995 hasta 1998, el cine venezolano ha participado en 189 festivales internacionales obteniendo un total de 60 premios.

1.6. Participación en festivales y eventos Internacionales del cine venezolano. Años 1995 - 2000. En números.

EVENTOS	1995	1996	1997	1998	1999	2000	TOTAL
Postulación en Festivales	..	87	70	61	87	128	433
Participación en Festivales	29	58	59	29	58	51	138

Participación en Eventos Internacionales (Mercados, Muestras, Ciclos de Cine)	16	15	36	16	15	20	51
Total participación en Festivales y Eventos Internacionales	45	73	95	45	73	71	189
Premios Obtenidos	13	25	8	13	25	22	60

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. Anuarios Estadísticos 1995/ 1997; 1998 / 2000.

Desde Agosto de 1994, el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía –CNAC-, ha estimulado y respaldado a los cineastas en el difícil reto de hacer más y mejor cine para los venezolanos; organismo rector de la política cinematográfica del país y, que tiene como misión, garantizar el fomento, producción, desarrollo, difusión y protección de la cinematografía nacional y de las obras cinematográficas.

Con este fin, el CNAC, ha diseñado e implementado diversas estrategias para *el fomento de las obras nacionales, tanto en la etapa de creación como en la de financiamiento, producción, post-producción, promoción, mercadeo y exhibición, áreas a las que destina cerca del 70% de su presupuesto anual*. El cine es un espectáculo masivo que en Venezuela, como se ha visto, es susceptible de ser considerado prioritario para el consumo. Afortunadamente, esta misma relevancia ha empezado a otorgársele con la aprobación de un marco legal que lo proteja, fomente y regule. De todo un proceso de luchas el cine nacional salió robustecido. El CNAC ha realizado dinámicamente su trabajo, y con él una nueva etapa, no obstante, sería conveniente como recomendación estratégica desarrollar y fortalecer, como parte de la política cinematográfica, la promoción y con ella la *actitud y disposición hacia el cine venezolano*.

Mientras hace treinta años una película lograba recuperar el costo a través de circuitos nacionales e internacionales de salas de cine, ahora debe encarar múltiples *canales de salida de presión competitiva: la televisión estatal y sobre todo la privada*, las cadenas de otros países, los servicios por cable-distribución, los satélites de radiodifusión fijos (conocidos como CS-Communication satellite) y directos (conocidos como DBS-Direct broadcasting satellite), videogramas, disco láser, etc.

Por otra parte, el incumplimiento del Decreto 1.612 (de fecha 04-09-1982) *sobre Normas para la Comercialización de Obras Cinematográficas*, por parte del sector privado nacional, al negarse a aportar el 6.66% del boleto cinematográfico para el presupuesto del único organismo crediticio con el que cuenta los productores cinematográficos, anteriormente FONCINE, hoy CNAC, obstaculiza cualquier desarrollo competitivo de la Industria, al no contarse con recursos financieros para apoyar la producción y exhibición del cine nacional.

El espectador no tiene capacidad de influir sobre la oferta de películas, por lo tanto la **variable FILMt** puede ser considerada exógena (recoge el número de películas exhibidas en el país cada año). El presente cuadro expone las cantidades totales de películas tanto nacionales como extranjeras exhibidas en las salas de cines durante el período de estudio 1984-2002; es importante destacar que la mayor cantidad de películas exhibidas en Venezuela fue en el año 1985 con 379 películas (con una variación de 7,12%) y la menor cantidad de películas exhibidas fue en el año 1998 con 147 películas (con una variación –17,01%). Podemos observar como a partir del año 1993 han ido disminuyendo consecutivamente las cantidades de películas exhibidas lo que también repercute en las cantidades de espectadores que asisten a las salas de cine y por ende en los ingresos totales de las mismas.

1.7. Evolución de películas venezolanas y títulos importados exhibidos a nivel nacional. Años 1984-2000. En números y % de participación de las películas venezolanas.

Año	Número			% Exhibición Películas Venezolanas
	Películas Venezolanas Exhibidas	Títulos Importados Exhibidos	Total	
1984	16	336	352	4,55
1985	18	361	379	4,75
1986	16	276	292	5,48
1987	14	350	364	3,85
1988	11	297	308	3,57
1989	55	274	329	16,72
1990	42	277	319	13,17
1991	68	248	316	21,52
1992	39	315	354	11,02
1993	33	178	211	15,64
1994	24	138	162	14,81
1995	50	111	161	31,06
1996	49	107	156	31,41
1997	35	137	172	20,35
1998	24	123 /P	147	16,33
1999	33	152 /P	185	17,84
2000	21	138 /P	159	13,21

Fuentes: GUZMÁN CÁRDENAS, CARLOS E (2000). "Industria del Cine en Venezuela 1996-1999". En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. N° 112. Caracas, Venezuela. Cuarto Trimestre. Centro Gumilla. Pp. 100-112. MARTÍNEZ, Abigail (1993) "Una visión estadística del cine en Venezuela. 1980-1990". En: *Objeto Visual. N° 1. Cuadernos de investigación de la Cinemateca Nacional*. Caracas, Venezuela. Enero-Abril. Pp. 117-147. Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. Anuarios Estadísticos 1991/ 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000. **Notas:** /P: Cifra Preliminar

II.- COMUNICACIÓN AL PÚBLICO. EXHIBICIÓN CINEMATOGRÁFICA. CINES Y SALAS DE EXHIBICIÓN (PANTALLAS).

La desaparición de las salas de cine es un problema que conspira contra la capacidad de competitividad del espectáculo cinematográfico venezolano. De 700 salas que existían para 1974, actualmente existen 349 salas en todo el territorio nacional lo que suma un total de 351 salas de exhibición cinematográfica cerradas en 29 años.

La expansión de agrupar pantallas en un mismo lugar se ha hecho más evidente. Los proyectos en la industria son ambiciosos, aun cuando el retorno de las inversiones se observan al cabo de 5 años por la condición de que el negocio es muy intenso en capital con un nivel de venta por metro cuadrado muy bajo. Al mismo tiempo, la globalización impone cambios. Las multisalas se posicionan en el país, tendencia mundial de la cual los franceses fueron los pioneros. Se trata de lograr una mayor eficiencia del espacio, con mejoras en el sonido y en la comodidad de las butacas, de manera de garantizarle al empresario la rentabilidad del negocio. Las películas no tienen un período determinado para permanecer en cartelera, pues eso depende de la respuesta del público. Se ha demostrado que las salas múltiples permiten la posibilidad de que los filmes que logran convocar gente pueden permanecer por más tiempo.

2.1. Evolución del consolidado de cines (locales) y salas de exhibición (pantallas) a nivel nacional. Años 1997-2003. En números.

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Cines (locales)	160	167	158	141	125	106	103
Salas de Cine /1	231	259	281	288	311	326	349

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. 2004. Anuarios Estadísticos 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /1 Se refiere a todas las salas, incluidas las que no tienen datos de recaudación.

Proceso: Cálculos propios. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

2.2. Cines (locales) y salas de exhibición (pantallas) por Entidad Federal. Años 1997-2003. En números.

Entidad Federal	1997		1998		1999		2000		2001		2002		2003	
	Cines	Salas Exhib. /1	Cines	Salas Exhib. /1	Cines	Salas Exhib. /1	Cines	Salas	Cines	Salas Exhib. /1	Cines	Salas Exhib. /1	Cines	Salas Exhib. /1
Área Metrop. /2	35	60	41	77	42	80	36	74	35	81	33	90	34	108
Amazonas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Anzoátegui	13	17	13	17	11	15	9	14	7	11	4	15	4	15
Apure
Aragua	9	11	9	11	8	10	8	10	9	21	3	15	4	22
Barinas	3	4	3	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3
Bolívar	3	3	3	3	4	7	4	7	2	5	2	5	2	5
Carabobo	11	18	11	18	12	26	11	35	10	45	8	41	8	41
Cojedes	1	1
Delta Amacuro
Falcón	5	8	5	8	6	13	6	13	3	9	2	8	2	8
Guárico	6	6	6	6	6	6	7	7	6	6	2	2	2	2
Lara	14	23	12	21	10	19	9	18	9	18	8	17	6	16
Mérida	5	11	5	11	4	10	3	9	4	12	4	12	4	12
Miranda	7	12	7	12	7	19	6	19	6	24	7	29	7	29
Monagas	5	5	5	5	7	12	5	18	3	14	4	21	3	20
Nueva Esparta	4	4	5	8	4	10	2	8	3	15	2	11	2	11
Portuguesa	8	10	8	12	7	11	5	9	4	8	3	7	3	7
Sucre	8	9	7	8	6	7	4	5	2	3	2	3	3	6
Táchira	5	9	5	9	3	7	4	8	4	8	4	8	3	7
Trujillo	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	7	1	5
Yaracuy	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3
Zulia	14	16	17	23	14	20	15	25	11	22	10	28	10	28
TOTAL	160	231	167	259	158	281	141	288	125	311	106	326	103	349

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. 2004. Anuarios Estadísticos 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /1 Se refiere a todas las salas, incluidas las que no tienen datos de recaudación. /2 Las salas de Exhibición del Estado Vargas son contabilizadas por el CNAC en el Área Metropolitana. Del año 1998 al año 1999, se incluye en el total correspondiente a esta área geográfica, dos (02) salas de exhibición (pantallas); y del año 2000 al 2003, se incluye sólo una (01).

Proceso: Cálculos propios. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

2.3. Cines por el número de salas de exhibición (pantallas) en Venezuela, según el local. Años 1998-2003.

Continúa

Entidad Federal	1998						1999					
	N° de Cines /1						N° de Cines /1					
	1 Pantalla	2 Pantallas	3-5 Pantallas	6-8 Pantallas	Más de 8 Pantallas	Total	1 Pantalla	2 Pantallas	3-5 Pantallas	6-8 Pantallas	Más de 8 Pantallas	Total
Area Metrop. /2	24	8	7	2	-	41	23	10	7	2	-	42
Amazonas	1	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	1
Anzoátegui	11	1	1	-	-	13	9	1	1	-	-	11

Apure
Aragua	7	2	-	-	-	9	6	2	-	-	-	8
Barinas	2	1	-	-	-	3	1	1	-	-	-	2
Bolívar	3	-	-	-	-	3	3	-	1	-	-	4
Carabobo	8	2	-	1	-	11	7	2	1	2	-	12
Cojedes
Delta Amacuro
Falcón	3	1	1	-	-	5	3	1	2	-	-	6
Guárico	6	-	-	-	-	6	6	-	-	-	-	6
Lara	10	-	1	1	-	12	8	-	1	1	-	10
Mérida	2	1	2	-	-	5	1	1	2	-	-	4
Miranda	2	5	-	-	-	7	1	5	1	-	-	7
Monagas	5	-	-	-	-	5	5	-	2	-	-	7
Nueva Esparta	4	-	1	-	-	5	2	-	2	-	-	4
Portuguesa	5	2	1	-	-	8	4	2	1	-	-	7
Sucre	6	1	-	-	-	7	5	1	-	-	-	6
Táchira	3	-	2	-	-	5	1	-	2	-	-	3
Trujillo	2	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	2
Yaracuy	1	1	-	-	-	2	1	1	-	-	-	2
Zulia	13	3	1	-	-	17	10	3	1	-	-	14
TOTAL	118	28	17	4	-	167	99	30	24	5	-	158

Continúa

Entidad Federal	2000						2001					
	N° de Cines /1						N° de Cines /1					
	1 Pantalla	2 Pantallas	3-5 Pantallas	6-8 Pantallas	Más de 8 Pantallas	Total	1 Pantalla	2 Pantallas	3-5 Pantallas	6-8 Pantallas	Más de 8 Pantallas	Total
Area Metrop. /2	17	10	7	2	-	36	16	9	6	4	-	35
Amazonas	1	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	
Anzoátegui	6	2	1	-	-	9	5	1	1	-	-	7
Apure
Aragua	6	2	-	-	-	8	6	2	-	-	1	9
Barinas	1	1	-	-	-	2	1	1	-	-	-	2
Bolívar	3	-	1	-	-	4	1	-	1	-	-	2
Carabobo	4	3	1	2	1	11	2	3	1	2	2	10
Cojedes
Delta Amacuro
Falcón	3	1	2	-	-	6	1	-	2	-	-	3
Guárico	7	-	-	-	-	7	6	-	-	-	-	6
Lara	7	-	1	1	-	9	7	-	1	1	-	9
Mérida	-	-	3	-	-	3	-	1	3	-	-	4
Miranda	-	4	1	1	-	6	-	2	3	-	1	6
Monagas	2	-	2	-	1	5	1	-	1	-	1	3
Nueva Esparta	-	-	2	-	-	2	-	-	2	1	-	3
Portuguesa	2	2	1	-	-	5	1	2	1	-	-	4
Sucre	3	1	-	-	-	4	1	1	-	-	-	2
Táchira	2	2	-	-	-	4	2	-	2	-	-	4
Trujillo	2	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	2
Yaracuy	1	1	-	-	-	2	1	1	-	-	-	2
Zulia	11	2	1	1	-	15	6	3	1	1	-	11
TOTAL	78	31	23	7	2	141	60	26	25	9	5	125

Concluye

Entidad Federal	2002					2003				
	N° de Cines /1					N° de Cines /1				

	1	2	3-5	6-8	Más de 8	Total	1	2	3-5	6-8	Más de 8	Total
	Pantalla	Pantallas	Pantallas	Pantallas	Pantallas		Pantalla	Pantallas	Pantallas	Pantallas	Pantallas	
Area Metrop. /2	14	6	8	4	1	33	13	5	10	5	1	34
Amazonas	1	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	1
Anzoátegui	1	1	1	1	-	4	1	1	1	1	-	4
Apure
Aragua	1	1	-	-	1	3	2	-	-	1	1	4
Barinas	1	1	-	-	-	2	1	1	-	-	-	2
Bolívar	1	-	1	-	-	2	1	-	1	-	-	2
Carabobo	2	1	1	2	2	8	2	1	1	2	2	8
Cojedes
Delta Amacuro
Falcón	-	2	-	-	-	2	-	-	2	-	-	2
Guárico	2	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	2
Lara	6	1	-	1	-	8	4	-	1	1	-	6
Mérida	1	-	3	-	-	4	1	-	3	-	-	4
Miranda	-	2	4	1	-	7	-	2	4	1	-	7
Monagas	1	-	1	1	1	4	-	-	1	1	1	3
Nueva Esparta	-	-	1	1	-	2	-	-	1	1	-	2
Portuguesa	-	2	1	-	-	3	-	2	1	-	-	3
Sucre	1	1	-	-	-	2	1	1	1	-	-	3
Táchira	2	-	2	-	-	4	1	-	2	-	-	3
Trujillo	2	-	1	-	-	3	-	-	1	-	-	1
Yaracuy	1	1	-	-	-	2	1	1	-	-	-	2
Zulia	4	3	1	2	-	10	4	3	1	2	-	10
TOTAL	41	22	25	13	5	106	35	17	31	15	5	103

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. 2004. Anuarios Estadísticos 1998 / 2000.

Notas: /1 Se refiere a todos los Cines, incluidos cuyas salas, no tienen datos de recaudación. /2. Las salas de Exhibición del Estado Vargas son contabilizadas por el CNAC en el Área Metropolitana. Del año 1998 al año 1999, se incluye en el total correspondiente a esta área geográfica, dos (02) salas de exhibición (pantallas); y del año 2000 al 2003, se incluye sólo una (01).

Proceso: Cálculos propios. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

2.4. Evolución de las salas de exhibición (pantallas) a nivel nacional. Años 1984-2003. En números.

Año	Salas de Exhibición (pantallas)
1984	524
1985	503
1986	440
1987	392
1988	361
1989	366
1990	344
1991	341
1992	338
1993	335
1994	238
1995	215
1996	213
1997	231
1998	259
1999	281
2000	288
2001	311
2002	326

2003	349
------	-----

Fuentes: GUZMÁN CÁRDENAS, CARLOS E (2000). "Industria del Cine en Venezuela 1996-1999". En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. N° 112. Caracas, Venezuela. Cuarto Trimestre. Centro Gumilla. Pp. 100-112. MARTÍNEZ, Abigail (1993) "Una visión estadística del cine en Venezuela. 1980-1990". En: *Objeto Visual. N° 1. Cuadernos de investigación de la Cinemateca Nacional*. Caracas, Venezuela. Enero-Abril. Pp. 117-147. Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. 2004. Anuarios Estadísticos 1991/ 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

2.5. Evolución de las salas de exhibición (pantallas), por Entidad Federal. Años 1991-2003. En números.

Entidad Federal	Salas de Exhibición (pantallas) /1												
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Área Metrop. /2	66	60	56	58	57	55	60	77	80	74	81	90	108
Amazonas	1	1	1	1	1	1
Anzoátegui	16	16	16	11	10	11	17	17	15	14	11	15	15
Apure	4	4	4
Aragua	18	18	18	17	12	11	11	11	10	10	21	15	22
Barinas	7	7	7	4	2	2	4	4	3	3	3	3	3
Bolívar	15	15	15	4	3	3	3	3	7	7	5	5	5
Carabobo	25	25	25	24	18	18	18	18	26	35	45	41	41
Cojedes	3	3	3	3	1	1	1
Delta Amacuro	1	1	1	1	1
Falcón	9	9	9	5	6	3	8	8	13	13	9	8	8
Guárico	19	19	19	9	5	6	6	6	6	7	6	2	2
Lara	17	17	17	14	21	24	23	21	19	18	18	17	16
Mérida	13	13	13	11	8	11	11	11	10	9	12	12	12
Miranda	11	12	13	9	10	10	12	12	19	19	24	29	29
Monagas	11	11	11	5	5	5	5	5	12	18	14	21	20
Nueva Esparta	7	7	7	4	4	4	4	8	10	8	15	11	11
Portuguesa	18	20	20	10	10	10	10	12	11	9	8	7	7
Sucre	20	20	20	12	9	9	9	8	7	5	3	3	6
Táchira	27	27	27	12	12	10	9	9	7	8	8	8	7
Trujillo	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	7	5
Yaracuy	7	7	7	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3
Zulia	23	23	23	19	17	16	16	23	20	25	22	28	28
TOTAL	341	338	335	238	215	213	231	259	281	288	311	326	349

Fuentes: GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos E (2003): "Políticas y Economía de la cultura en Venezuela. Una estimación del comportamiento productivo de las industrias y actividades relacionadas con el sector cultural venezolano". Cuadernos ININCO 2. Instituto de Investigaciones de la Comunicación, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela. UCV. 190 Págs. Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. 2004. Anuarios Estadísticos 1991 / 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /1 Se refiere a todas las salas, incluidas las que no tienen datos de recaudación. /2 Las salas de Exhibición del Estado Vargas son contabilizadas por el CNAC en el Área Metropolitana. Del año 1998 al año 1999, se incluye en el total correspondiente a esta área geográfica, dos (02) salas de exhibición (pantallas); y del año 2000 al 2003, se incluye sólo una (01).

2.6. Evolución de las salas de exhibición (pantallas), por Región Geográfica. Años 1991-2003. En números.

Región	Salas de Exhibición (pantallas) /1												
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Andina	51	51	51	29	24	25	26	26	22	22	25	30	27
Capital	77	72	69	67	67	65	72	89	99	93	105	119	137
Central	46	46	46	44	31	30	30	29	36	45	66	56	63
Centro – Occidental	51	53	53	33	39	39	43	44	46	43	41	35	34
Guayana	16	16	16	5	4	3	3	4	8	8	6	6	6
Insular	7	7	7	4	4	4	4	8	10	8	15	11	11

Los Llanos	23	23	23	9	5	6	6	6	6	7	6	2	2
Nor-Oriental	47	47	47	28	24	25	31	30	34	37	30	39	41
Zuliana	23	23	23	19	17	16	16	23	20	25	22	28	28
Total	341	338	335	238	215	213	231	259	281	288	316	326	349

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. 2004. Anuarios Estadísticos 1991 / 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Proceso: Cálculos propios. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

2.7. Evolución del número de salas de exhibición (pantallas) y butacas, según Entidad Federal. Años 1997-2003.

Entidad Federal	1997		1998		1999		2000		2001		2002		2003	
	Salas ¹	Butacas ²	Salas ¹	Butacas ²	Salas ¹	Butacas ²	Salas ¹	Butacas ²	Salas ¹	Butacas ²	Salas ¹	Butacas ²	Salas ¹	Butacas ²
Área Metrop. ³	60	23.762	77	25.207	80	24.808	74	21.169	81	21.183	90	20.650	108	22.038
Amazonas	1	230	1	230	1	230	1	230	1	230	1	230
Anzoátegui	17	6.028	17	5.431	15	4.931	14	4.231	11	3.021	15	2.472	15	2.472
Apure
Aragua	11	4.927	11	4.986	10	4.043	10	4.043	21	6.830	15	4.195	22	5.529
Barinas	4	1.238	4	1.238	3	950	3	918	3	950	3	950	3	950
Bolívar	3	2.244	3	2.200	7	2.991	7	2.291	5	791	5	791	5	791
Carabobo	18	6.179	18	6.070	26	7.201	35	8.549	45	10.327	41	9.340	41	9.364
Cojedes	1	500
Delta Amacuro
Falcón	8	2.769	8	3.030	13	3.726	13	3.726	9	2.256	8	1.156	8	1.156
Guárico	6	2.669	6	2.692	6	2.692	7	2.692	6	2.692	2	852	2	852
Lara	23	7.362	21	6.484	19	5.244	18	4.864	18	4.864	17	4.464	16	3.967
Mérida	11	3.033	11	3.011	10	2.261	9	1.811	12	2.279	12	2.279	12	2.245
Miranda	12	3.460	12	3.394	19	4.604	19	4.328	24	4.563	29	5.511	29	5.511
Monagas	5	2.207	5	2.474	12	3.886	18	3.983	14	2.525	21	3.523	20	3.324
Nueva Esparta	4	1.287	8	2.023	10	2.021	8	1.381	15	2.662	11	1.829	11	1.829
Portuguesa	10	3.710	12	3.475	11	2.905	9	2.115	8	1.635	7	1.260	7	1.260
Sucre	9	3.767	8	3.423	7	3.007	5	1.807	3	990	3	990	6	1.380
Táchira	9	2.886	9	2.743	7	1.743	8	1.983	8	1.983	8	1.983	7	1.430
Trujillo	2	1.050	2	780	2	780	2	780	2	780	7	1.555	5	775
Yaracuy	2	918	3	686	3	686	3	686	3	686	3	686	3	686
Zulia	16	8.657	23	9.746	20	8.346	25	8.872	22	7.539	28	7.347	28	7.347
TOTAL	231	88.653	259	89.323	281	87.055	288	80.459	311	78.786	326	72.063	349	73.136

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. 2004. Anuarios Estadísticos 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: ¹ Se refiere a todas las salas, incluidas las que no tienen datos de recaudación. ² Se incluyen sólo las salas con información. ³ Las salas de Exhibición del Estado Vargas son contabilizadas por el CNAC en el Área Metropolitana. Del año 1998 al año 1999, se incluye en el total correspondiente a esta área geográfica, dos (02) salas de exhibición (pantallas); y del año 2000 al 2003, se incluye sólo una (01).

Proceso: Cálculos propios. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

2.8. Cines (locales) y salas de exhibición (pantallas), según Centros Comerciales. Año 2003. En números.

Entidad Federal	2003					
	Totales		Centros Comerciales		% Cines	% Salas Exhib.
Cines	Salas Exhib. ¹	Cines	Salas Exhib. ¹			
Área Metrop. ²	34	108	18	81	52,94	75,00
Amazonas	1	1
Anzoátegui	4	15	2	12	50,00	80,00
Apure
Aragua	4	22	4	22	100,00	100,00

Barinas	2	3	1	1	50,00	33,33
Bolívar	2	5	1	4	50,00	80,00
Carabobo	8	41	5	35	62,50	85,37
Cojedes
Delta Amacuro
Falcón	2	8	2	8	100,00	100,00
Guárico	2	2
Lara	6	16	2	9	33,33	56,25
Mérida	4	12	3	10	75,00	83,33
Miranda	7	29	7	29	100,00	100,00
Monagas	3	20	3	20	100,00	100,00
Nueva Esparta	2	11	2	11	100,00	100,00
Portuguesa	3	7	1	3	33,33	42,86
Sucre	3	6	1	3	33,33	50,00
Táchira	3	7
Trujillo	1	5	1	5	100,00	100,00
Yaracuy	2	3
Zulia	10	28	6	23	60,00	82,14
TOTAL	103	349	59	276	57,28	79,08

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. 2004. Anuario Estadístico 1998 / 2000.

Proceso: Cálculos propios. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

2.9. Capacidad de espacio disponible y ocupado total de salas de exhibición (pantallas) por Entidad Federal. Años 1991-2000. En números y % de ocupación.

Entidad Federal	Continúa					
	1991			1992		
	Capacidad /1		% Ocupac. /E	Capacidad /1		% Ocupac. /E
Disponibile	Ocupada	Disponibile		Ocupada		
Área Metrop. /2	46.550.394	10.367.888	22,27	46.550.394	9.748.763	20,94
Amazonas
Anzoátegui	8.068.401	508.948	6,31	8.068.401	476.346	5,90
Apure	969.210	56.860	5,87	969.210	17.127	1,77
Aragua	8.309.070	765.215	9,21	8.309.070	917.120	11,04
Barinas	2.702.898	251.094	9,29	2.702.898	141.856	5,25
Bolívar	7.587.063	650.603	8,58	7.587.063	359.806	4,74
Carabobo	11.390.940	1.478.228	12,98	11.390.940	1.505.485	13,22
Cojedes	1.655.280	60.243	3,64	1.655.280	61.914	3,74
Delta Amacuro	522.720	116.502	22,29	522.720	61.954	11,85
Falcón	4.161.069	271.043	6,51	4.161.069	192.546	4,63
Guárico	8.725.068	466.831	5,35	8.725.068	320.751	3,68
Lara	8.090.181	1.138.445	14,07	8.090.181	1.042.582	12,89
Mérida	4.239.477	599.935	14,15	4.239.477	350.794	8,27
Miranda	5.918.463	251.416	4,25	5.918.463	385.946	6,52
Monagas	3.414.015	373.468	10,94	10.157.940	736.740	7,25
Nueva Esparta	2.446.983	294.716	12,04	2.446.983	252.823	10,33
Portuguesa	6.980.490	576.205	8,25	6.980.490	419.094	6,00
Sucre	7.592.778	671.556	8,84	7.592.778	602.824	7,94
Táchira	8.904.753	439.810	4,94	8.904.753	372.105	4,18
Trujillo	2.135.529	237.822	11,14	2.135.529	201.366	9,43
Yaracuy	3.284.424	377.677	11,50	3.284.424	293.917	8,95
Zulia	14.208.183	1.731.670	12,19	14.208.183	2.129.325	14,99
TOTAL	167.857.389	21.686.175	12,92	174.601.314	20.591.184	11,79

Continúa

Entidad Federal	1993			1994		
	Capacidad /1		% Ocupac. /E	Capacidad /1		% Ocupac. /E
	Disponibile	Ocupada		Disponibile	Ocupada	
Área Metrop. /2	46.550.394	9.192.665	19,75	38.505.951	7.055.788	18,32
Amazonas
Anzoátegui	8.068.401	338.601	4,20	4.986.531	267.463	5,36
Apure	969.210
Aragua	8.309.070	960.128	11,56	6.174.630	645.526	10,45
Barinas	2.702.898	135.950	5,03	912.582	119.392	13,08
Bolívar	7.587.063	417.536	5,50	2.995.839	234.637	7,83
Carabobo	11.390.940	973.274	8,54	10.386.882	727.603	7,01
Cojedes	1.655.280	46.428	2,80	1.230.570	16.678	1,36
Delta Amacuro	522.720	37.033	7,08	522.720	17.858	3,42
Falcón	4.161.069	219.278	5,27	2.357.685	74.342	3,15
Guárico	8.725.068	206.114	2,36	4.252.545	104.565	2,46
Lara	8.090.181	1.222.140	15,11	7.044.741	773.529	10,98
Mérida	4.239.477	281.227	6,63	2.291.256	206.652	9,02
Miranda	5.918.459	583.162	9,85	3.333.429	553.287	16,60
Monagas	3.414.015	262.209	7,68	2.310.858	91.164	3,95
Nueva Esparta	2.446.983	276.754	11,31	1.401.543	142.262	10,15
Portuguesa	6.980.490	443.051	6,35	3.591.522	383.308	10,67
Sucre	7.592.778	503.905	6,64	6.995.736	281.759	4,03
Táchira	8.904.753	326.228	3,66	4.468.167	477.931	10,70
Trujillo	2.135.529	160.312	7,51	1.151.073	109.972	9,55
Yaracuy	3.284.424	262.536	7,99	2.045.142	103.476	5,06
Zulia	14.208.183	1.852.899	13,04	12.077.010	800.560	6,63
TOTAL	167.857.385	18.701.430	11,14	119.036.412	13.187.752	11,08

Continúa

Entidad Federal	1995			1996		
	Capacidad /1		% Ocupac. /E	Capacidad /1		% Ocupac. /E
	Disponibile	Ocupada		Disponibile	Ocupada	
Área Metrop. /2	39.811.446	7.449.547	18,71	37.314.396	6.168.997	16,53
Amazonas
Anzoátegui	3.483.711	467.279	13,41	3.335.700	406.866	12,20
Apure
Aragua	2.867.337	639.947	22,32	4.688.964	713.791	15,22
Barinas	912.582	119.711	13,12	642.126	109.951	17,12
Bolívar	2.443.716	328.720	13,45	2.450.448	268.664	10,96
Carabobo	4.152.072	932.929	22,47	5.977.944	1.261.141	21,10
Cojedes	544.500	21.220	3,90	546.000	13.536	2,48
Delta Amacuro
Falcón	1.385.208	87.247	6,30	1.255.800	85.456	6,80
Guárico	894.069	130.319	14,58	896.532	126.813	14,14
Lara	5.529.312	934.821	16,91	6.456.438	1.107.452	17,15
Mérida	1.224.036	266.149	21,74	1.227.408	253.167	20,63
Miranda	2.632.236	394.115	14,97	2.843.568	377.409	13,27
Monagas	2.310.858	160.660	6,95	1.798.824	134.007	7,45
Nueva Esparta	1.074.843	242.523	22,56	1.077.804	244.460	22,68
Portuguesa	3.637.620	462.195	12,71	3.708.972	505.237	13,62
Sucre	4.183.659	365.125	8,73	3.117.012	252.289	8,09
Táchira	4.247.037	587.154	13,83	3.329.712	518.261	15,56
Trujillo	530.343	72.946	13,75	524.160	66.808	12,75

Yaracuy	999.702	123.529	12,36	1.000.272	116.969	11,69
Zulia	8.275.311	1.709.052	20,65	7.206.408	1.334.626	18,52
TOTAL	91.139.598	15.495.188	17,00	89.398.488	14.065.900	15,73

Continúa

Entidad Federal	1997			1998		
	Capacidad /1		% Ocupac. /E	Capacidad /1		% Ocupac. /E
	Disponibile	Ocupada		Disponibile	Ocupada	
Área Metrop. /2	23.312.910	4.939.938	21,19	26.291.133	5.892.639	22,41
Amazonas
Anzoátegui	3.634.242	468.014	12,88	4.039.308	653.074	16,17
Apure
Aragua	4.802.895	597.926	12,45	4.101.678	656.312	16,00
Barinas	698.787	124.912	17,88	912.012	180.750	19,82
Bolívar	2.443.716	219.081	8,97	2.531.088	188.740	7,46
Carabobo	6.427.278	961.021	14,95	6.692.868	1.048.584	15,67
Cojedes
Delta Amacuro
Falcón	1.485.570	139.320	9,38	1.825.740	250.914	13,74
Guárico	492.435	69.224	14,06	453.600	56.481	12,45
Lara	5.566.800	883.271	15,87	4.738.896	947.965	20,00
Mérida	1.762.002	211.834	12,02	1.834.812	215.261	11,73
Miranda	3.532.866	355.893	10,07	3.413.340	454.874	13,33
Monagas	816.750	80.019	9,80	850.500	73.928	8,69
Nueva Esparta	399.663	81.729	20,45	849.804	202.142	23,79
Portuguesa	3.350.208	314.226	9,38	3.074.112	325.432	10,59
Sucre	2.451.339	173.425	7,07	2.552.634	140.869	5,52
Táchira	1.868.724	306.041	16,38	1.945.944	267.574	13,75
Trujillo	522.720	46.580	8,91	544.320	44.268	8,13
Yaracuy	864.402	88.892	10,28	849.612	52.339	6,16
Zulia	7.374.483	1.067.026	14,47	7.966.407	1.172.062	14,71
TOTAL	71.807.790	11.128.372	15,50	75.467.808	12.824.208	16,99

Concluye

Entidad Federal	1999			2000		
	Capacidad /1		% Ocupac. /E	Capacidad /1		% Ocupac. /E
	Disponibile	Ocupada		Disponibile	Ocupada	
Área Metrop. /2	25.711.788	5.981.791	23,26	20.338.974	5.634.787	27,70
Amazonas
Anzoátegui	3.277.644	562.665	17,17	1.752.372	554.641	31,65
Apure
Aragua	3.824.667	530.116	13,86	3.401.580	531.534	15,63
Barinas	999.702	124.274	12,43	917.082	126.677	13,81
Bolívar	2.414.253	283.559	11,75	1.365.672	371.035	27,17
Carabobo	5.241.615	1.201.407	22,92	4.254.381	1.483.247	34,86
Cojedes
Delta Amacuro
Falcón	1.036.170	195.873	18,90	1.343.352	402.005	29,93
Guárico	437.778	50.346	11,50	438.984	42.965	9,79
Lara	3.930.063	893.562	22,74	2.881.446	756.446	26,25
Mérida	1.245.816	191.533	15,37	1.249.248	193.986	15,53
Miranda	3.987.606	582.399	14,61	4.205.412	733.516	17,44
Monagas	1.693.002	197.250	11,65	2.036.355	413.103	20,29
Nueva Esparta	1.365.522	432.321	31,66	1.508.052	490.711	32,54

Portuguesa	2.413.215	285.679	11,84	1.779.999	250.343	14,06
Sucre	1.967.823	85.306	4,34	1.054.761	41.370	3,92
Táchira	1.519.875	214.631	14,12	1.430.520	266.395	18,62
Trujillo	522.720	51.053	9,77	524.160	55.507	10,59
Yaracuy	346.302	29.444	8,50	232.776	11.832	5,08
Zulia	5.832.018	900.996	15,45	4.674.654	924.773	19,78
TOTAL	67.767.579	12.794.205	18,88	55.389.780	13.284.873	23,98

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. Anuarios Estadísticos 1991 / 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /E: Cifras Estimadas. /1 Se incluyen sólo las salas con información disponible. /2 Las salas de Exhibición del Estado Vargas son contabilizadas por el CNAC en el Área Metropolitana. Del año 1998 al año 1999, se incluye en el total correspondiente a esta área geográfica, dos (02) salas de exhibición (pantallas); y del año 2000 al 2003, se incluye sólo una (01).

Procesos: Cálculos Propios. Carlos E. Guzmán C.

2.10. Número de salas de exhibición (pantallas) que exhibieron películas venezolanas, por Entidad Federal. Años 1991-2000.

Entidad Federal	Salas de Exhibición (pantallas) /1									
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Área Metrop. /2	34	16	24	15	26	14	42	45	43	46
Anzoátegui	5	10	5	3	5	2	8	8	8	4
Apure	1	1
Aragua	4	4	5	2	3	2	8	4	6	6
Barinas	2	1	1	1	2	1	2	3	3	3
Bolívar	3	1	2	1	2	..	3	3	5	4
Carabobo	12	8	4	3	5	2	12	8	7	19
Cojedes	1	1	1	1	..	1
Delta Amacuro	..	1	1	1
Falcón	4	2	4	2	2	3	6
Guárico	6	4	2	2	2	1	1	1	1	1
Lara	6	7	4	3	4	2	17	12	9	9
Mérida	5	4	3	..	1	1	6	6	4	3
Miranda	5	3	4	1	1	..	8	7	10	15
Monagas	2	5	3	4	4	3	1	1	4	9
Nueva Esparta	3	2	3	..	2	1	1	2	5	5
Portuguesa	6	5	5	5	9	3	10	8	6	7
Sucre	9	8	6	5	6	2	6	4	4	3
Táchira	5	4	4	5	9	1	7	5	5	3
Trujillo	1	3	..	1	1	1	1	..
Yaracuy	4	5	3	3	1	..	2	2	2	2
Zulia	7	9	3	2	5	..	8	12	11	15
Totales	125	104	87	58	87	36	145	134	137	160

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. Anuarios Estadísticos 1991 / 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /1 Se incluyen sólo las salas con información disponible. /2 Las salas de Exhibición del Estado Vargas son contabilizadas por el CNAC en el Área Metropolitana. Del año 1998 al año 1999, se incluye en el total correspondiente a esta área geográfica, dos (02) salas de exhibición (pantallas); y del año 2000 al 2003, se incluye sólo una (01).

2.11. Número de salas de exhibición (pantallas) que exhibieron películas venezolanas, por Región Geográfica. Años 1991-2000.

Región	Salas de Exhibición (pantallas) /1									
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Andina	39	19	28	16	27	14	50	52	53	61
Capital	17	13	10	6	8	5	20	12	13	25
Central	3	2	3	2	2	0	3	3	5	4
Centro – Occidental	20	19	16	11	14	5	31	24	20	24

Guayana	7	5	2	2	2	1	1	1	1	1
Insular	13	12	8	7	12	3	16	15	13	9
Los Llanos	16	23	14	12	15	7	15	13	16	16
Nor-Oriental	3	2	3	..	2	1	1	2	5	5
Zuliana	7	9	3	2	5	..	8	12	11	15
Total	125	104	87	58	87	36	145	134	137	160

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. Anuarios Estadísticos 1991 / 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /1 Se incluyen sólo las salas con información disponible.

El negocio de la distribución cinematográfica en Venezuela está en expansión. Al menos así parece evidenciarlo la constante apertura de nuevas salas en la que se han embarcado los dos competidores fundamentales en esta categoría, **Cines Unidos** y **Cinex Multiplex**, mientras que otros circuitos minoritarios se han dedicado a especializar su oferta, en función de ofrecer una alternativa diferente a los espectadores, condenados a ver, casi exclusivamente, la producción de los grandes estudios estadounidenses.

La estructura de ingresos de estas empresas no sólo se han reforzado por la venta de entradas, siendo un capítulo muy importante dentro de sus ingresos la venta de confites y misceláneos, que se han acrecentado en más de 40% en el ejercicio 2003. Además de la apertura de grandes complejos cinematográficos, sobre todo en centros comerciales, estas empresas se han destacado por sus agresivas estrategias de mercadeo, basadas en promociones con descuentos y alianzas con otras empresas para promover la visita al cine, que se ha incrementado a pesar de los aumentos de las entradas, en parte debido a la mala y repetida oferta de la TV abierta.

El sector de distribuidores de películas en Venezuela, en su conjunto, genera unos 2.600 empleos directos y cerca de 10.000 indirectos. Las empresas de mayor poder en este mercado han hecho fuertes inversiones, estimadas extraoficialmente, en su conjunto, sobre los 200 millones de dólares, no sólo para abrir nuevos espacios de exhibición, sino para adquirir nuevas tecnologías de proyección y expedición de boletos. Igualmente se han apalancado en un uso intensivo de Internet para facilitar el acceso a sus servicios. La tendencia de este mercado es a extender sus niveles de concentración, por la constante desaparición de salas independientes.

El **Circuito Cines Unidos** es la cadena de exhibición cinematográfica con más de 56 años en el mercado nacional y 54% de participación de mercado. Posee 19 cines, 139 salas de exhibición (pantallas) y una capacidad de 27.399 butacas. Cines Unidos, la líder del sector, estima que en 2003 sirvió a 11 millones de espectadores en su cadena. Para incentivar el consumo y facilitar la diversión los clientes, Cines Unidos tiene una programación semanal de promociones, además de las eventuales que lanza para impulsar tal o cual producto o *film*. Este conjunto de promociones además ayuda a crear el hábito de consumo entre el público, pues son constantes que le permiten saber que ciertos días y bajo ciertas circunstancias podrá tener descuentos especiales.

- **Lunes popular:** Esta promoción es para todos, sin importar la edad, el sexo o la ocupación. El costo del ticket es solo del 50%.
- **Estudiantes:** Para todos los estudiantes que presenten su carnet estudiantil vigente en funciones antes de las 6:30 PM, el ticket tendrá un descuento del 25%.
- **Ladies Night:** Los jueves todas las mujeres solo pagan la mitad del ticket.
- **Matinée:** En las funciones en horario matinée, los niños y niñas solo pagan la mitad del ticket.
- **De la tercera edad:** Para las personas mayores de 65 años todos los días en todas las funciones, el ticket tendrá un descuento del 50%.

El **Circuito Cinex** es la segunda cadena de exhibición más importante de Venezuela tiene 40% de participación de mercado. Es una alianza de tres grupos dedicados por mucho tiempo al negocio de la exhibición de cine. Posee 31 cines, 117 salas de exhibición (pantallas) y una capacidad de 20.145 butacas. A la par de Cines Unidos, ofrece oportunidades de entretenimiento al público de diferentes estratos sociales, nivel educativo, edad, sexo, etc. Cinex ha logrado, con el paso de los años, desarrollarse a nivel nacional alcanzando altos porcentajes de participación del mercado: Caracas y Maracaibo (70%); Mérida (95%); San Cristóbal, Punto Fijo, Valera y Pto Ordaz (100%); Pto la Cruz (60%); Margarita (50%); Maracay y Valencia (15%). En Cinex, los clientes también cuentan con promociones fijas y ofertas que permiten mayor accesibilidad a los servicios.

- Lunes popular: Todos pagan la mitad del ticket
- Promoción *Cinexcepción*: Todos los jueves, sin excepción de edad o sexo, dos personas pagan solo una entrada y media.
- Promoción *Chamos*: Todos los días (en funciones matinée) los niños pagan la mitad de la entrada.
- Promoción *años dorados*: Toda persona mayor de 65 años paga la mitad del ticket.

El **Circuito Gran Cine** agrupa a diversas salas de arte y ensayo, cuya afluencia ha crecido en cerca de 80% en el último año, debido a la promoción de ciclos de producción francesas, españolas y de otros mercados. Posee 6 cines, 7 salas de exhibición (pantallas) y una capacidad de 1.388 butacas.

Pero no solo películas exhiben los cines. De ahí que los anunciantes -en especial los de cigarrillos y licores, porque en la pantalla grande no rigen las restricciones que sí pesan sobre la televisión- lo vean como un canal atractivo para colocar sus imágenes y sus marcas. **Cinesa Exhibiciones**, una de las 5 áreas de negocios de Bolívar Films, tiene más de 44 años comercializando espacios publicitarios en cine. Comenzó con Noticolor en las pantallas de Cines Unidos y lo que hoy es Cinex (antes Radonski). Está presente en 108 salas y entre cada función hay disponible 7 minutos de publicidad.

Cines Unidos tiene una plantilla de 60 anunciantes y cuenta con el apoyo de Cinesa para administrar y comercializar los espacios. Las tarifas dependen de la ciudad, el cine y la pantalla en los que se pauten. Por lo general, los comerciales más solicitados son los de 30 segundos, cuya sola proyección puede llegar a costar hasta 864 mil bolívares. Cinex Multiplex cuenta con 40 clientes y 7 minutos de comerciales, cuyos costos mensuales varían en función de los segundos de duración (20, 30, 40 y 60 segundos) y del tipo de sala (si es premium, preferencial o general). Las tarifas van desde 250 mil bolívares hasta 1,25 millón. Por su parte, Gran Cine apenas empieza su etapa de comercialización. Así que por ahora busca vender más espacios en sus pantallas y en la cartelera de cine. Entre anunciantes (como Unión Radio, Banco Mercantil, Movilnet, Cada) y apoyo financiero, este circuito moviliza alrededor de 50 mil dólares e invierte 10 millones de bolívares en publicidad impresa a través de los diarios de circulación nacional.

2.12. Número de cines (locales), salas de exhibición (pantallas) y butacas de los tres grandes circuitos cinematográficos del país (CINES UNIDOS, CINEX Y GRAN CINE), según Entidad Federal. Años 2001 - 2003.

Continúa

Entidad Federal	2001														
	Circuito Cines Unidos			Circuito CINEX			Circuito Gran Cine			Otros			TOTAL		
	Cines /1	Salas /2	Butacas /3	Cines /1	Salas /2	Butacas /3	Cines /1	Salas /2	Butacas /3	Cines /1	Salas /2	Butacas /3	Cines /1	Salas /2	Butacas /3
Area Metrop. /1	3	15	3.193	11	38	8.365	5	6	1.184	16	22	8.441	35	81	21.183
Amazonas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	230	1	1	230

Anzoátegui	-	-	-	1	5	668	-	-	-	6	7	2.353	7	12	3.021
Apure	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aragua	-	-	-	1	11	2.787	-	-	-	8	10	4.043	9	21	6.830
Barinas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	3	950	2	3	950
Bolívar	-	-	-	1	4	791	-	-	-	1	1	..	2	5	791
Carabobo	4	34	7.485	-	-	-	1	1	277	5	9	2.565	10	44	10.327
Cojedes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Delta Amacuro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Falcón	1	5	696	1	3	460	-	-	-	1	1	1.100	3	9	2.256
Guárico	4	4	4	4	4	4	4	4	4	6	6	2.692	6	6	2.692
Lara	1	8	1.511	-	-	-	-	-	-	8	10	3.353	9	18	4.864
Mérida	-	-	-	3	9	1.612	-	-	-	1	3	667	4	12	2.279
Miranda	1	8	1.610	1	4	576	-	-	-	4	12	2.377	6	24	4.563
Monagas	1	9	1.607	1	4	684	-	-	-	1	1	234	3	14	2.525
Nueva Esparta	1	7	1.281	1	4	548	-	-	-	1	4	833	3	15	2.662
Portuguesa	-	-	-	1	2	338	-	-	-	3	6	1.297	4	8	1.635
Sucre	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	3	990	2	3	990
Táchira	-	-	-	2	6	1.190	-	-	-	2	2	793	4	8	1.983
Trujillo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	780	2	2	780
Yaracuy	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	3	686	2	3	686
Zulia	2	10	1.352	-	-	-	-	-	-	9	12	6.187	11	22	7.539
Total	14	96	18.735	24	90	18.019	6	7	1.461	81	118	40.571	125	311	78.786

Continúa

Entidad Federal	2002														
	Circuito Cines Unidos			Circuito CINEX			Circuito Gran Cine			Otros			TOTAL		
	Cines	Salas	Butacas	Cines	Salas	Butacas	Cines	Salas	Butacas	Cines	Salas	Butacas	Cines	Salas	Butacas
Area Metrop. / 1	5	29	5.758	12	41	8.765	5	6	1.111	11	14	5.016	33	90	20.650
Amazonas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	230	1	1	230
Anzoátegui	1	8	1.241	1	4	668	-	-	-	2	3	563	4	15	2.472
Apure	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aragua	1	11	2.787	-	-	-	-	-	-	2	4	1.408	3	15	4.195
Barinas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	3	950	2	3	950
Bolívar	-	-	-	1	4	791	-	-	-	1	1	..	2	5	791
Carabobo	4	34	7.485	-	-	-	1	1	277	3	6	1.578	8	41	9.340
Cojedes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Delta Amacuro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Falcón	1	5	696	1	3	460	-	-	-	-	-	-	2	8	1.156
Guárico	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	852	2	2	852
Lara	1	8	1.511	-	-	-	-	-	-	7	9	2.953	8	17	4.464
Mérida	-	-	-	3	9	1.612	-	-	-	1	3	667	4	12	2.279
Miranda	1	8	1.610	2	9	1.524	-	-	-	4	12	2.377	7	29	5.511
Monagas	1	9	1.607	1	4	684	-	-	-	2	8	1.232	4	21	3.523
Nueva Esparta	1	7	1.281	1	4	548	-	-	-	-	-	-	2	11	1.829
Portuguesa	-	-	-	1	2	338	-	-	-	2	5	922	3	7	1.260
Sucre	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	3	990	2	3	990
Táchira	-	-	-	2	6	1.190	-	-	-	2	2	793	4	8	1.983
Trujillo	-	-	-	1	5	775	-	-	-	2	2	780	3	7	1.555
Yaracuy	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	3	686	2	3	686
Zulia	1	8	1.388	2	10	1.352	-	-	-	7	10	4.607	10	28	7.347
Total	17	127	25.364	28	101	18.707	6	7	1.388	55	91	26.604	106	326	72.063

Concluye

Entidad Federal	2003														
	Circuito Cines Unidos			Circuito CINEX			Circuito Gran Cine			Otros			TOTAL		
	Cines	Salas	Butacas	Cines	Salas	Butacas	Cines	Salas	Butacas	Cines	Salas	Butacas	Cines	Salas	Butacas

Area Metrop. / 1	6	34	6.499	14	54	9.813	5	6	1.111	10	14	4.615	35	108	22.038
Amazonas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	230	1	1	230
Anzoátegui	1	8	1.241	1	4	668	-	-	-	2	3	563	4	15	2.472
Apure	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aragua	2	18	4.081	-	-	-	-	-	-	2	4	1.448	4	22	5.529
Barinas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	3	950	2	3	950
Bolívar	-	-	-	1	4	791	-	-	-	1	1	„	2	5	791
Carabobo	4	34	7.485	-	-	-	1	1	277	3	6	1.602	8	41	9.364
Cojedes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Delta Amacuro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Falcón	1	5	696	1	3	460	-	-	-	-	-	-	2	8	1.156
Guárico	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	852	2	2	852
Lara	1	8	1.511	-	-	-	-	-	-	5	8	2.456	6	16	3.967
Mérida	-	-	-	3	9	1.612	-	-	-	1	3	633	4	12	2.245
Miranda	1	8	1.610	2	9	1.524	-	-	-	4	12	2.377	7	29	5.511
Monagas	1	9	1.607	1	4	684	-	-	-	1	7	1.033	3	20	3.324
Nueva Esparta	1	7	1.281	1	4	548	-	-	-	-	-	-	2	11	1.829
Portuguesa	-	-	-	1	2	338	-	-	-	2	5	922	3	7	1.260
Sucre	-	-	-	1	3	390	-	-	-	2	3	990	3	6	1.380
Táchira	-	-	-	2	6	1.190	-	-	-	1	1	240	3	7	1.430
Trujillo	-	-	-	1	5	775	-	-	-	-	-	-	1	5	775
Yaracuy	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	3	686	2	3	686
Zulia	1	8	1.388	2	10	1.352	-	-	-	7	10	4.607	10	28	7.347
Total	19	139	27.399	31	117	20.145	6	7	1.388	48	86	24.204	104	349	73.136

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas 2004. Anuarios Estadísticos 1995 / 1997; 1998 / 2000. www.cinesunidos.com www.cinex.com

Notas: /1 y /2 Se refiere a todas las salas, incluidas las que no tienen datos de recaudación. /3 Se incluyen sólo las salas con información disponible. /4 Las salas de Exhibición del Estado Vargas son contabilizadas por el CNAC en el Área Metropolitana. Del año 1998 al año 1999, se incluye en el total correspondiente a esta área geográfica, dos (02) salas de exhibición (pantallas); y del año 2000 al 2003, se incluye sólo una (01).

Procesos: Cálculos Propios. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

2.13. Consolidado de número de cines (locales), salas de exhibición (pantallas) y butacas, según circuito de exhibición. Años 2001 - 2003.

Año	Circuito Cines Unidos			Circuito CINEX			Circuito Gran Cine			Otros			TOTAL		
	Cines /1	Salas /2	Butacas /3	Cines /1	Salas /2	Butacas /3	Cines /1	Salas /2	Butacas /3	Cines /1	Salas /2	Butacas /3	Cines /1	Salas /2	Butacas /3
2001	14	96	18.735	24	90	18.019	6	7	1.461	81	118	40.571	125	311	78.786
2002	17	127	25.364	28	101	18.707	6	7	1.388	55	91	26.604	106	326	72.063
2003	19	139	27.399	31	117	20.145	6	7	1.388	48	86	24.204	104	349	73.136

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas 2004. Anuarios Estadísticos 1995 / 1997; 1998 / 2000. www.cinesunidos.com ; www.cinex.com

Notas: /1 y /2 Se refiere a todas las salas, incluidas las que no tienen datos de recaudación. /3 Se incluyen sólo las salas con información disponible.

Procesos: Cálculos Propios. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

III.- RECAUDACIÓN Y DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRÁFICA.

3..1 Recaudación bruta total (taquilla) a nivel nacional. Años 1984 - 2003. En bolívares (Bs.) y en dólares (US \$).

Año	Recaudación Bruta (taquilla) /1	Recaudación Bruta (taquilla) en US \$.
1984	394.453.712	
1985	247.000.857	17.950.644
1986	321.885.392	16.199.542
1987	454.054.830	16.286.041

1988	547.516.746	16.275.765
1989	678.747.329	17.421.646
1990	779.909.266	16.534.015
1991	1.031.787.761	18.123.797
1992	1.375.968.832	20.113.563
1993	1.928.461.445	21.157.010
1994	2.287.680.470	15.364.903
1995	3.344.305.145	18.910.405
1996	6.189.832.430	14.831.630
1997	10.928.075.640	22.366.556
1998	18.779.384.600	34.297.114
1999	23.995.368.150	39.615.929
2000	28.773.530.300	42.318.371
2001	39.457.883.800	54.524.692
2002	39.234.875.150	33.795.491
2003 /P	25.700.181.086	15.976.440

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas 2004. Anuarios Estadísticos 1991/ 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000. Banco Central de Venezuela (BCV). 2004.

Notas: Tasa de Cambio Promedio Anual Oficial. /P: Cifras Preliminares. 3er. Trimestre 2003. /1 Se contabiliza sólo la información disponible.

3.2. Recaudación bruta total (taquilla) a nivel nacional, por exhibición de películas venezolanas y extranjeras. Años 1984 - 2002. En bolívares (Bs.) y porcentaje (%) de recaudación de las películas venezolanas.

Año	Recaudación Bruta (taquilla) /1			% Recaudación Películas Venezolanas
	Películas Venezolanas	Películas Extranjeras	Total	
1984	44.579.594	349.874.118	394.453.712	11,30
1985	56.057.855	190.943.002	247.000.857	22,70
1986	39.980.228	281.905.164	321.885.392	12,42
1987	55.691.959	398.362.871	454.054.830	12,27
1988	31.009.888	516.506.858	547.516.746	5,66
1989	16.003.250	662.744.079	678.747.329	2,36
1990	23.169.861	756.739.405	779.909.266	2,97
1991	33.891.274	997.896.487	1.031.787.761	3,28
1992	11.207.104	1.364.761.728	1.375.968.832	0,81
1993	23.514.300	1.904.947.145	1.928.461.445	1,22
1994	10.257.876	2.277.422.594	2.287.680.470	0,45
1995	106.073.520	3.238.233.200	3.344.306.720	3,17
1996	20.652.170	6.169.180.260	6.189.832.430	0,33
1997	561.852.205	10.366.306.905	10.928.159.110	5,14
1998	624.200.325	18.155.184.275	18.779.384.600	3,32
1999	778.547.800	23.216.820.350	23.995.368.150	3,24
2000	837.883.650	27.935.646.650	28.773.530.300	2,91
2001	247.130.300	39.210.753.500	39.457.883.800	0,63
2002	496.816.675	38.738.058.475	39.234.875.150	1,27

Fuentes: GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos E (2003): "Políticas y Economía de la cultura en Venezuela. Una estimación del comportamiento productivo de las industrias y actividades relacionadas con el sector cultural venezolano". Cuadernos ININCO 2. Instituto de Investigaciones de la Comunicación, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela. UCV. 190 Págs. Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas 2004. Anuarios Estadísticos 1991/ 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /1 Se contabiliza sólo la información disponible.

3.3. Recaudación bruta (taquilla) en salas de exhibición (pantallas), según Entidad Federal. Años 1991 - 2003. En bolívares (Bs.).

Continúa

Entidad Federal	Recaudación Bruta (taquilla) /1			
	1991	1992	1993	1994
Área Metrop. /2	602.007.212	778.955.135	1.150.155.468	1.464.321.355
Amazonas
Anzoátegui	20.084.230	25.284.283	27.802.935	30.605.364
Apure	2.389.615	825.430
Aragua	34.468.290	56.814.188	80.092.101	102.472.307
Barinas	7.739.974	7.558.681	9.274.360	13.073.676
Bolívar	27.829.630	23.110.999	36.197.760	32.306.501
Carabobo	65.576.491	100.976.619	99.784.856	125.479.993
Cojedes	1.315.055	1.688.125	1.893.340	781.080
Delta Amacuro	2.931.780	2.162.280	1.291.120	675.280
Falcón	10.285.710	11.030.137	19.269.270	9.940.425
Guárico	15.439.288	14.301.190	13.330.180	9.500.990
Lara	51.130.461	69.138.947	103.125.556	127.112.145
Mérida	17.164.817	15.119.806	19.567.900	23.597.735
Miranda	9.789.730	26.310.470	60.098.501	76.299.018
Monagas	11.710.168	15.161.485	18.831.835	7.098.870
Nueva Esparta	13.049.546	16.759.420	27.206.154	22.665.145
Portuguesa	20.157.499	20.484.062	28.212.658	41.923.275
Sucre	18.921.552	21.302.535	30.015.926	20.861.960
Táchira	13.810.658	18.915.897	23.847.858	54.068.889
Trujillo	6.872.062	8.025.047	10.053.150	10.334.940
Yaracuy	9.107.560	10.830.180	13.942.845	7.704.590
Zulia	70.006.433	131.213.916	154.467.672	106.940.361
TOTAL	1.031.787.761	1.375.968.832	1.928.461.445	2.287.763.899

Continúa

Entidad Federal	Recaudación Bruta (taquilla) /1			
	1995	1996	1997	1998
Área Metrop. /2	1.804.261.488	3.246.075.525	5.675.325.520	9.703.317.195
Amazonas
Anzoátegui	64.798.289	103.200.755	512.654.150	945.274.950
Apure
Aragua	136.364.707	300.937.935	456.049.770	792.859.400
Barinas	19.174.210	27.604.160	104.183.350	192.126.300
Bolívar	63.392.305	100.485.660	157.150.350	205.246.400
Carabobo	256.760.335	576.635.440	941.712.150	1.530.987.950
Cojedes	1.859.260	2.195.800
Delta Amacuro
Falcón	16.151.940	25.428.300	129.278.950	316.907.560
Guárico	14.292.200	27.124.650	30.827.900	44.452.300
Lara	222.331.200	457.047.540	823.984.460	1.340.597.000
Mérida	49.475.170	85.932.155	162.411.430	214.591.100
Miranda	104.853.050	195.833.775	337.352.550	598.555.500
Monagas	23.992.345	34.768.945	48.195.350	62.072.700
Nueva Esparta	52.987.025	98.257.655	64.065.800	371.704.250
Portuguesa	93.425.642	122.638.080	186.558.380	266.689.350
Sucre	21.110.629	62.915.085	87.277.060	111.058.925
Táchira	87.984.470	160.462.940	228.660.630	282.967.470
Trujillo	9.564.190	19.573.850	29.334.200	37.594.000
Yaracuy	17.178.185	25.577.060	41.097.250	37.534.100
Zulia	284.350.080	517.137.120	912.039.860	1.724.848.150

TOTAL	3.344.306.720	6.189.832.430	10.928.159.110	18.779.384.600
--------------	----------------------	----------------------	-----------------------	-----------------------

Entidad Federal	Recaudación Bruta (taquilla) /1					Concluye
	1999	2000	2001	2002	2003 /P	
Área Metrop. /2	12.175.852.650	13.145.523.750	16.842.525.990	17.697.320.600	14.469.805.293	
Amazonas	
Anzoátegui	1.061.792.250	1.320.447.050	1.504.923.100	1.511.479.350	569.538.600	
Apure	
Aragua	842.036.200	986.722.550	1.784.637.800	2.070.989.400	790.514.950	
Barinas	157.375.650	178.825.250	270.160.200	334.560.700	53.694.350	
Bolívar	549.749.050	773.865.550	818.897.750	884.387.700	739.938.043	
Carabobo	2.233.475.500	3.410.399.850	5.637.391.100	2.785.736.350	1.962.921.700	
Cojedes	
Delta Amacuro	
Falcón	340.027.000	751.688.800	911.991.250	773.305.050	137.163.700	
Guárico	49.379.500	55.926.750	86.207.000	97.657.500	14.820.000	
Lara	1.578.375.500	1.518.554.350	1.947.735.200	1.937.872.200	1.124.745.350	
Mérida	243.418.700	315.626.100	598.022.750	641.817.300	417.916.400	
Miranda	1.058.620.000	1.540.826.750	2.218.652.000	2.307.525.500	1.215.336.250	
Monagas	366.532.750	848.174.500	1.235.130.850	1.088.842.950	618.834.150	
Nueva Esparta	867.040.300	967.392.050	1.376.647.160	1.487.093.650	879.242.750	
Portuguesa	313.171.450	330.459.300	427.820.450	533.813.050	135.104.500	
Sucre	83.707.200	50.228.150	64.183.500	131.887.700	17.290.250	
Táchira	317.719.300	427.721.000	590.949.500	686.204.800	358.783.250	
Trujillo	45.588.000	64.484.600	100.557.800	201.636.400	299.794.250	
Yaracuy	24.758.500	10.279.000	86.590.500	76.382.900	30.636.000	
Zulia	1.686.748.650	2.076.384.950	2.954.859.900	3.986.362.050	1.864.101.300	
TOTAL	23.995.368.150	28.773.530.300	39.457.883.800	39.234.875.150	25.700.181.086	

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas 2004. Anuarios Estadísticos 1991 / 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /P información Preliminar. 3er. Trimestre 2003. /1 Se contabiliza sólo la información disponible. /2 Las salas de Exhibición del Estado Vargas son contabilizadas por el CNAC en el Área Metropolitana. Del año 1998 al año 1999, se incluye en el total correspondiente a esta área geográfica, dos (02) salas de exhibición (pantallas); y del año 2000 al 2003, se incluye sólo una (01).

3.4. Recaudación bruta (taquilla) de películas venezolanas, según Entidad Federal. Años 1991-2000. En bolívares (Bs.).

Entidad Federal	Continúa					
	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Área Metrop. /2	22.167.636	5.426.405	13.987.085	7.141.020	60.145.130	17.416.900
Amazonas
Anzoátegui	497.930	655.445	610.230	248.800	6.672.640	268.725
Apure	41.875	42.710
Aragua	1.068.910	502.420	1.359.960	63.325	729.465	564.250
Barinas	211.959	22.115	29.200	86.755	475.540	81.400
Bolívar	294.335	49.770	367.250	420.270	2.953.940	..
Carabobo	3.010.675	313.740	1.944.960	493.291	8.366.950	1.098.000
Cojedes	57.800	19.890	11.800	19.150
Delta Amacuro	61.745	88.060	..	10.080
Falcón	238.470	29.860	146.510
Guárico	378.755	408.885	118.950	40.010	796.750	80.000
Lara	1.347.190	383.925	1.062.780	582.600	5.175.100	155.650
Mérida	159.825	296.135	765.570	..	634.800	17.100
Miranda	736.365	202.910	1.180.230	138.800	231.400	..
Monagas	191.785	479.550	144.940	71.840	1.243.740	137.700

Nueva Esparta	262.335	276.325	267.935	..	1.678.650	267.600
Portuguesa	691.345	136.905	504.175	381.750	3.164.220	257.610
Sucre	438.914	491.474	391.670	204.175	1.881.880	95.485
Táchira	98.408	212.165	138.860	138.740	2.356.390	198.750
Trujillo	6.780	67.315	..	58.500
Yaracuy	176.980	65.820	123.130	65.750	279.400	..
Zulia	1.751.257	1.035.280	359.065	93.020	9.287.525	..
TOTAL	33.891.274	11.207.104	23.514.300	10.257.876	106.073.520	20.639.170

Entidad Federal	Concluye			
	1997	1998	1999	2000
Área Metrop. /2	237.728.280	268.322.800	344.392.050	428.335.600
Amazonas
Anzoátegui	29.774.600	36.312.300	30.711.150	37.757.500
Apure
Aragua	30.414.350	24.697.850	48.382.500	39.898.750
Barinas	2.294.450	12.939.400	2.261.400	7.381.900
Bolívar	22.900.650	15.589.700	26.430.350	19.221.600
Carabobo	44.114.100	49.972.550	64.987.950	62.810.850
Cojedes
Delta Amacuro
Falcón	4.647.750	14.173.000	19.734.600	23.664.200
Guárico	3.024.800	1.035.000	9.009.750	1.176.000
Lara	27.873.300	56.305.850	41.043.000	27.358.750
Mérida	18.906.050	11.759.000	4.452.700	13.991.000
Miranda	26.802.100	14.817.600	33.804.850	52.362.100
Monagas	864.000	4.374.600	21.793.700	27.577.000
Nueva Esparta	7.976.400	18.125.250	16.865.000	36.786.400
Portuguesa	13061000	10.523.100	24.995.600	6.056.250
Sucre	11.197.725	3.010.525	10.862.450	699.800
Táchira	14.693.000	11.375.950	5.280.700	5.161.000
Trujillo	2.984.100	21.000	5.953.000	..
Yaracuy	5.800.350	663.800	3.026.800	363.200
Zulia	56.795.200	70.181.050	64.560.250	47.281.750
TOTAL	561.852.205	624.200.325	778.547.800	837.883.650

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. Anuarios Estadísticos 1991 / 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /1 Se contabiliza sólo la información disponible. /2 Las salas de Exhibición del Estado Vargas son contabilizadas por el CNAC en el Área Metropolitana. Del año 1998 al año 1999, se incluye en el total correspondiente a esta área geográfica, dos (02) salas de exhibición (pantallas); y del año 2000 al 2003, se incluye sólo una (01).

3.5. Recaudación bruta (taquilla) de películas venezolanas, según Estrenos y Re-Estrenos. Área Metropolitana e Interior del País. Años 1991-2000. En bolívares (Bs.).

Turnos	Continúa					
	1991			1992		
	Recaudación Bruta (taquilla) /1			Recaudación Bruta (taquilla) /1		
	Área Metropolitana	Interior	Total	Área Metropolitana	Interior	Total
Estrenos	18.732.170	8.627.404	27.359.574	4.485.010	1.268.940	5.753.950
Re-Estrenos	3.435.466	3.096.234	6.531.700	941.395	4.511.759	5.453.154
TOTAL	22.167.636	11.723.638	33.891.274	5.426.405	5.780.699	11.207.104

Turnos	Continúa					
	1993			1994		
	Recaudación Bruta (taquilla) /1			Recaudación Bruta (taquilla) /1		
	Área Metropolitana	Interior	Total	Área Metropolitana	Interior	Total
Estrenos	18.732.170	8.627.404	27.359.574	4.485.010	1.268.940	5.753.950
Re-Estrenos	3.435.466	3.096.234	6.531.700	941.395	4.511.759	5.453.154
TOTAL	22.167.636	11.723.638	33.891.274	5.426.405	5.780.699	11.207.104

Estrenos	13.793.185	9.180.710	22.973.895	4.593.270	1.654.816	6.248.086
Re-Estrenos	193.900	346.505	540.405	2.547.750	1.462.040	4.009.790
TOTAL	13.987.085	9.527.215	23.514.300	7.141.020	3.116.856	10.257.876

Continúa

Turnos	1995			1996		
	Recaudación Bruta (taquilla) /1			Recaudación Bruta (taquilla) /1		
	Área Metropolitana	Interior	Total	Área Metropolitana	Interior	Total
Estrenos	58.606.955	45.759.370	104.366.325	13.133.275	2.061.650	15.194.925
Re-Estrenos	1.538.175	169.020	1.707.195	4.283.625	1.173.620	5.457.245
TOTAL	60.145.130	45.928.390	106.073.520	17.416.900	3.235.270	20.652.170

Continúa

Turnos	1997			1998		
	Recaudación Bruta (taquilla) /1			Recaudación Bruta (taquilla) /1		
	Área Metropolitana	Interior	Total	Área Metropolitana	Interior	Total
Estrenos	234.896.000	323.623.375	558.519.375	259.757.400	323.975.150	583.732.550
Re-Estrenos	2.832.280	500.550	3.332.830	8.565.400	31.902.375	40.467.775
TOTAL	237.728.280	324.123.925	561.852.205	268.322.800	355.877.525	624.200.325

Concluye

Turnos	1999			2000		
	Recaudación Bruta (taquilla) /1			Recaudación Bruta (taquilla) /1		
	Área Metropolitana	Interior	Total	Área Metropolitana	Interior	Total
Estrenos	261.456.500	254.180.400	515.636.900	426.871.850	391.103.650	817.975.500
Re-Estrenos	82.935.550	179.975.350	262.910.900	1.463.750	18.444.400	19.908.150
TOTAL	344.392.050	434.155.750	778.547.800	428.335.600	409.548.050	837.883.650

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. Anuarios Estadísticos 1991 / 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /1 Se contabiliza sólo la información disponible.

3.6. Recaudación bruta (taquilla) de películas venezolanas y extranjeras. Área Metropolitana e Interior del País. Años 1991-2000. En bolívares (Bs.).

Continúa

Películas	1991			1992		
	Recaudación Bruta (taquilla) /1			Recaudación Bruta (taquilla) /1		
	Área Metropolitana	Interior	Total	Área Metropolitana	Interior	Total
Películas Venezolanas	22.167.636	11.723.638	33.891.274	5.426.405	5.780.699	11.207.104
Películas Extranjeras	579.839.576	418.056.911	997.896.487	773.528.730	591.232.998	1.364.761.728
TOTAL	602.007.212	429.780.549	1.031.787.761	778.955.135	597.013.697	1.375.968.832

Continúa

Películas	1993			1994		
	Recaudación Bruta (taquilla) /1			Recaudación Bruta (taquilla) /1		
	Área Metropolitana	Interior	Total	Área Metropolitana	Interior	Total
Películas Venezolanas	13.987.385	9.527.215	23.514.600	7.141.020	3.116.856	10.257.876
Películas Extranjeras	1.136.168.383	768.778.762	1.904.947.145	1.457.177.335	820.245.259	2.277.422.594

TOTAL	1.150.155.768	778.305.977	1.928.461.745	1.464.318.355	823.362.115	2.287.680.470
--------------	----------------------	--------------------	----------------------	----------------------	--------------------	----------------------

Continúa

Películas	1995			1996		
	Recaudación Bruta (taquilla) /1			Recaudación Bruta (taquilla) /1		
	Área Metropolitana	Interior	Total	Área Metropolitana	Interior	Total
Películas Venezolanas	60.145.130	45.928.390	106.073.520	17.416.900	3.235.270	20.652.170
Películas Extranjeras	1.744.116.358	1.494.116.842	3.238.233.200	3.228.658.625	2.940.521.635	6.169.180.260
TOTAL	1.804.261.488	1.540.045.232	3.344.306.720	3.246.075.525	2.943.756.905	6.189.832.430

Continúa

Películas	1997			1998		
	Recaudación Bruta (taquilla) /1			Recaudación Bruta (taquilla) /1		
	Área Metropolitana	Interior	Total	Área Metropolitana	Interior	Total
Películas Venezolanas	237.728.280	324.123.925	561.852.205	268.322.800	355.877.525	624.200.325
Películas Extranjeras	5.437.597.240	4.928.709.665	10.366.306.905	9.434.994.395	8.720.189.880	18.155.184.275
TOTAL	5.675.325.520	5.252.833.590	10.928.159.110	9.703.317.195	9.076.067.405	18.779.384.600

Concluye

Películas	1999			2000		
	Recaudación Bruta (taquilla) /1			Recaudación Bruta (taquilla) /1		
	Área Metropolitana	Interior	Total	Área Metropolitana	Interior	Total
Películas Venezolanas	344.392.050	434.155.750	778.547.800	428.335.600	409.548.050	837.883.650
Películas Extranjeras	11.831.460.600	11.385.359.750	23.216.820.350	12.717.188.150	15.218.458.500	27.935.646.650
TOTAL	12.175.852.650	11.819.515.500	23.995.368.150	13.145.523.750	15.628.006.550	28.773.530.300

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. Anuarios Estadísticos 1991 / 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /1 Se contabiliza sólo la información disponible.

3.7. Películas venezolanas con mayor recaudación (taquilla). Años 1990-2000. En bolívares (Bs.).

Película	Director	Año de Estreno	Recaudación (En Bolívares)
Amaneció de Golpe	Carlos Azpúrua	1998	217.404.150
Caracas Amor a Muerte	Gustavo Balza	2000	150.818.950
Garimpeiros	José Ramón Novoa	2000	90.239.950
Huelepega	Elia Schneider	1999	524.121.150
Juegos bajo la Luna	Mauricio Walerstein	2000	55.533.600
Manuela Sáenz	Diego Ríquez	2000	507.269.300
Muchacho Solitario	César Bolívar	1998	577.800.050
Pandemonium	Román Chalbaud	1997	58.015.150
Salserín	Luis Alberto Lamata	1997	383.450.800
Santera	Solveig Hoogesteijn	1997	36.536.845
Sicario	José Ramón Novoa	1995	84.596.130
Una Vida y Dos Mandados	Alberto Arvelo	1997	63.100.800

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. Anuario Estadístico 1998 / 2000.

3.8. Precios promedio de entrada a salas de exhibición (pantallas), a nivel nacional. Años 1984-2003. En bolívares (Bs.) y en dólares (US\$).

Año	Promedio en Bs.		Promedio en US \$	
	Tarifa	Tarifa Popular	Tarifa	Tarifa Popular
1984	15	8		
1985	15	8	1,09	0,58
1986	15	8	0,75	0,40
1987	25	13	1,40	0,73
1988	30	15	0,89	0,45
1989	40	20	1,03	0,51
1990	60	40	1,27	0,85
1991	80	40	1,41	0,70
1992	100	50	1,46	0,73
1993	200	110	2,19	1,21
1994	250	125	1,68	0,84
1995	223	112	1,26	0,63
1996	437	221	1,05	0,53
1997	974	488	1,99	1,00
1998	1.265	631	2,31	1,15
1999	1.726	871	2,85	1,44
2000	1.863	905	3,21	1,56
2001	2.290	1.150	3,16	1,59
2002	2.833	1.444	2,44	1,24
2003	3.405	1.751	2,12	1,09

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas 2004. Anuarios Estadísticos 1991 / 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000. Banco Central de Venezuela (BCV).

Notas: Tasa de Cambio Promedio Oficial Anual.

Procesos: Cálculos Propios. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

3.9. Precios promedio de entrada a salas de exhibición (pantallas), según Entidad Federal. Años 1995-2003. En bolívares (Bs.).

Entidad Federal	Continúa									
	1995		1996		1997		1998		1999	
	Promedio en Bs. Tarifa	Promedio en Bs. Tarifa Popular	Promedio en Bs. Tarifa	Promedio en Bs. Tarifa Popular	Promedio en Bs. Tarifa	Promedio en Bs. Tarifa Popular	Promedio en Bs. Tarifa	Promedio en Bs. Tarifa Popular	Promedio en Bs. Tarifa	Promedio en Bs. Tarifa Popular
Area Metropolitana /1	285	143	793	432	1.238	619	1.531	813	1.900	951
Amazonas
Anzoátegui	150	75	428	214	1.050	525	1.479	740	1.862	931
Aragua	250	125	567	283	867	433	1.459	729	1.894	947
Barinas	200	105	450	225	1.325	700	2.000	100
Bolívar	270	135	550	275	900	450	1.500	788	1.900	975
Carabobo	280	141	620	310	1.120	560	1.617	809	1.775	888
Cojedes	180	60	200
Delta Amacuro
Falcón	250	130	500	250	1.250	625	1.400	700	1.844	922
Guárico	175	88	350	175	900	450	1.000	500	1.500	750
Lara	308	158	660	330	1.217	650	1.479	771	2.222	1.122
Mérida	250	125	700	350	1.100	550	1.200	600	2.000	1.000
Miranda	320	160	920	460	1.040	600	1.729	865	1.902	951
Monagas	163	92	350	183	800	400	1.000	500	1.750	875
Nueva Esparta	272	135	500	250	1.000	500	2.000	1.000	2.500	1.250
Portuguesa	213	108	332	166	1.000	500	1.000	517	1.609	809
Sucre	120	74	338	165	650	325	705	315	1.250	721
Táchira	158	72	338	181	1.000	500	1.500	750	1.857	929

Trujillo	200	100	500	250	1.000	500	1.000	500	1.200	600
Yaracuy	200	100	400	200	800	400	950	475	1.200	600
Zulia	213	106	581	291	1.325	663	1.624	812	2.378	1.189

Entidad Federal	2000		2001		2002		Concluye 2003	
	Promedio en Bs.		Promedio en Bs.		Promedio en Bs.		Promedio en Bs.	
	Tarifa	Tarifa Popular	Tarifa	Tarifa Popular	Tarifa	Tarifa Popular	Tarifa	Tarifa Popular
Área Metropolitana /1	2.681	1.344	3.065	1.575	4.238	2.127	5.614	2.808
Amazonas
Anzoátegui	2.625	1.313	2.812	1.368	3.700	1.847	3.833	1.917
Aragua	2.143	1.071	2.735	1.368	3.723	1.862	4.750	2.375
Barinas	2.000	1.000	2.000	1.000	2.500	1.300	2.500	1.300
Bolívar	2.143	1.114	2.500	1.250	3.000	1.500	3.000	1.500
Carabobo	2.900	1.450	3.049	1.524	3.564	1.782	4.090	2.045
Cojedes
Delta Amacuro
Falcón	2.389	1.194	2.688	1.344	3.000	1.500	3.000	1.500
Guárico	2.000	1.000	2.000	1.000	3.000	1.500	3.000	1.500
Lara	2.400	1.213	2.714	1.443	2.929	1.571	3.500	1.767
Mérida	2.000	1.000	2.500	1.250	2.500	1.250	2.556	1.278
Miranda	2.605	1.316	2.933	1.483	3.276	1.652	3.605	1.803
Monagas	2.412	1.206	2.846	1.423	3.192	1.596	3.692	1.846
Nueva Esparta	2.500	1.250	2.733	1.367	3.318	1.659	4.273	2.136
Portuguesa	1.750	875	2.063	1.063	2.357	1.214	2.500	1.286
Sucre	1.260	730	1.833	917	2.333	1.333	2.500	1.250
Táchira	1.857	929	2.500	1.250	3.000	1.500	3.500	1.750
Trujillo	1.500	750	2.000	1.000	3.000	1.500	3.500	1.750
Yaracuy	1.200	600	1.867	933	1.933	967	2.500	1.500
Zulia	2.675	1.035	2.816	1.408	3.659	1.830	4.950	2.475

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas 2004. Anuarios Estadísticos 1991 / 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /1 Las salas de Exhibición del Estado Vargas son contabilizadas por el CNAC en el Área Metropolitana. Del año 1998 al año 1999, se incluye en el total correspondiente a esta área geográfica, dos (02) salas de exhibición (pantallas); y del año 2000 al 2003, se incluye sólo una (01).

3.10. Películas venezolanas con mayor rendimiento 1984 - 1998 (ingreso en millones de Bolívares a precios corrientes y margen en porcentajes de ingresos sobre costos).

Año	Película	Productor	Distribuidor	Ingreso (Bs.) /1
1987	Macu, la Mujer del Policía	Solveig Hoogesteijn	Blancica	9.426.983,60
1984	Homicidio Culposo	Cesar Bolívar	Blancica	8.214.695,75
1987	Retén de Mujeres	Carlos Stevani	Blancica	3.440.413,21
1984	Retén de Catia	Clemente de la Cerda / José Alcalde / Miguel Curiel	Blancica	3.454.120,95
1985	Más Allá del Silencio	César Bolívar	Blancica	4.855.424,56
1985	El Atentado	Thaelman Urguelles	Blancica	3.795.464,60
1985	Graduación de un Delincuente	Daniel Oropeza	Blancica	4.599.786,76
1985	Ya-Koo	Franco Rubartelli	Metro-Difra-Fox	3.502.143,00
1987	Colt Comando	César Bolívar	Blancica	4.781.874,10
1985	Macho y Hembra	Mauricio Walerstein	Pelimex	3.956.429,73
1984	Cangrejo II	Román Chalbaud	Pelimex	3.213.208,68
1985	Generación Halley	Thaelman Urguelles	Blancica	3.348.144,19
1984	Agua que no has de beber	Clemente de la Cerda	Blancica	2.859.700,24
1985	Manon	Roman Chalbaud	Pelimex	3.913.708,88

1997	Salserín la 1ra. Vez	Luis Alberto Lamata	Difra - Fox	167.923.836,67
1987	Sicario	José Ramón Novoa	Blancica	42.404.000,00
1984	Adiós Miami	Antonio Llerandi	Blancica	1.934.962,09
1987	Con el corazón en la mano	Mauricio Walestein	Pelimex	6.126.350,21
1984	Operación Chocolate	José Alcalde	Metro-Difra-Fox	1.644.593,95
1997	Muchacho solitario	Julio Sosa Pietri	Difra - Fox	231.964.870,64
1985	De mujer a mujer	Mauricio Walerstein	Pelimex	2.994.789,62
1985	Oriana	Fina Torres	Metro-Difra-Fox	2.293.607,00
1987	Inocente y Delincuente	Daniel Oropeza	Pelimex	2.221.930,87
1987	Los Años del miedo	Miguelangel Landa	Blancica	2.367.229,00
1987	El Escándalo	Carlos Oteyza	Metro-Difra-Fox	2.178.267,00

Fuentes: Asociación Venezolana de Exhibidores de Películas (AVEP). "Resultados de Películas Nacionales". Mayo de 1999.

Notas: 1 Se incluyen películas que al menos cubrieron la mitad de sus costos.

En Venezuela existen actualmente cuatro distribuidores principales: **DISNEY-UIT**, **COLUMBIA PICTURES**, **WARNER BROTHERS** y **FOX**. Tal como están listados, el más grande y poderoso de todos es DISNEY, que dentro del país esta asociado con el grupo UIT. Le sigue COLUMBIA PICTURES que abarcando gran parte del mercado, se encuentra asociada al grupo BLANCIC, propiedad de la familia Blanco, quienes a su vez conforman un distribuidor independiente (B&T Blanco y Travieso) que en ciertas ocasiones adquieren *films* y los trae a exhibirlos en su propio circuito (CINEX). A continuación, se ubica WARNER BROTHERS, quien tiene contrato de asociación formal con la cadena CINEX, por lo cual esta es su exhibidor oficial en Venezuela y es ella la que tiene derechos de primicia y mayores beneficios en sus películas. Por ultimo, se encuentra FOX, quien es el más pequeño de todos y existe en asociación con la cadena CINES UNIDOS, y los beneficios son iguales a los de CINEX con WARNER BROTHERS.

3.11. Recaudación bruta (taquilla) de las películas más taquilleras en Venezuela, según compañía distribuidora. Años 1998-2001. En millones de Bolívares.

Titulo Original	Película	Año	Taquilla en Bs.	Compañía
Titanic	Titanic	1998	2.386.476.768	Fox
Harry Potter y la Piedra Filosofal	Harry Potter y la Piedra Filosofal	2001	1.587.609.050	Warner
The Mummy return	La Momia Regresa	2001	1.492.896.980	Universal
Tarzan (Disney)	Tarzán	1999	1.391.005.685	Disney
Dinosaurs	Dinosaurios	2000	1.305.428.710	Disney
Shrek	Shrek	2001	1.243.165.500	Universal
Planet of the apes	El Planeta de los Simios	2001	1.239.097.150	Fox
The sixth sense	El Sexto Sentido	1999	1.155.463.416	Disney
Jurassic Park 3	Jurassic Park 3	2001	1.133.891.700	Universal
The Mummy	La Momia	1999	1.114.145.810	Universal
Atlantis	Atlantis	2001	1.102.520.850	Disney
Vertical Limit	Límite Vertical	2001	1.043.603.453	Columbia / Tri Star
Star Wars EP1	La Guerra de las Galaxias: Episodio 1	1999	1.039.552.826	Fox
X-Men	Los Hombres X	2000	1.008.227.315	Fox
Perfert Storm	Tormenta Perfecta	2000	990.297.425	Warner
Cast Away	Naufrago	2001	945.584.450	Universal
Monsters Inc.	Monsters Inc.	2001	938.371.775	Disney
Miss Congeniality	Miss Simpatía	2001	915.211.600	Warner
La Vita e bella	La Vida es bella	1999	902.467.775	Disney
Mission Imposible 2	Misión Imposible 2	2000	893.796.950	Paramount
The Matrix	Matrix	1999	877.933.031	Warner
Cats & Dogs	Como perros y gatos	2001	855.050.900	Warner
Toy Story 2	Toy Story 2	1999	844.416.411	Disney
Armageddon	Armageddon	1998	834.416.411	Disney
Gone in 60 seconds	60 segundos	2000	830.561.500	Disney
What Lies Beneath	Revelaciones	2000	813.256.720	Fox

Pearl Harbor	Pearl Harbor	2001	797.612.000	Disney
Bedazled	Al Diablo con el Diablo	2000	793.375.650	Fox
Hannibal	Hannibal	2001	792.448.450	Universal
End of Days	El Día final	1999	786.083.800	Disney

Fuentes: Asociación de Intereses de Cine. (ASOINCI).

IV.- LA DEMANDA: ESPECTADORES CINEMATOGRÁFICOS.

Pocas son las opciones de entretenimiento que existen en el país. No obstante, una de las atracciones más comunes y que se ha mantenido a lo largo del tiempo, a pesar de los vaivenes de la economía, ha sido el disfrute de una buena película. Pero la industria cinematográfica no es ajena a lo que ocurre en Venezuela. En dos décadas se ha observado un decrecimiento de 72 por ciento en el número de salas de cine, que pasaron de 700 a 213 a mediados de 1996, producto de la desinversión originada por la regulación gubernamental sobre los precios de las entradas y el control de cambio que rigió en el país, lo que dificultó el acceso de divisas. Esta circunstancia paralizó las inversiones por parte de los empresarios y con ello comenzó el deterioro de las salas.

El negocio no fue rentable por mucho tiempo y la estabilización de los precios de taquilla tuvo una relación directa con el comportamiento mostrado por el sector. Sin embargo, desde 1998 ha sido notoria la remodelación de algunos locales y la apertura de otros, a un costo promedio de 250 mil dólares cada una. A pesar de las mejoras, la asistencia del público al cine en 2002 registró una caída importante; una disminución de 2 millones de personas, para situarse en 14 millones el número de espectadores, pero un alza en los ingresos nominales por taquilla, para totalizar 39 mil millones de bolívares.

En un escenario más realista aparece la devaluación del bolívar frente al dólar. Cada día se hace más difícil la adquisición de nuevos títulos, pues, como todos los segmentos de la actividad cinematográfica, la distribución también es un negocio de inversiones millonarias. Los derechos de una película extranjera oscilan entre 10 mil y 20 mil dólares (entre 15 y 20 millones de bolívares), monto que debería ser recuperado durante la exhibición de la cinta. Al momento de programar las películas, el convenio entre el distribuidor y los exhibidores es de 45 a 65 por ciento, sin contar con el 10 por ciento que hay que restar por impuestos nacionales.

4.1. Número de espectadores a nivel nacional. Años 1984 - 2002.

Año	Espectadores /1
1984	No hay Registros
1985	15.101.662
1986	30.393.257
1987	31.140.767
1988	31.989.081
1989	29.717.964
1990	22.736.639
1991	21.686.175
1992	20.203.799
1993	18.701.430
1994	13.187.752
1995	15.492.188
1996	14.065.900
1997	11.128.372
1998	12.824.208
1999	12.794.205
2000	13.284.873
2001	16.367.324

2002 **14.548.266**

Fuentes: GUZMÁN CÁRDENAS, CARLOS E (2000). "Industria del Cine en Venezuela 1996-1999". En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. N° 112. Caracas, Venezuela. Cuarto Trimestre. Centro Gumilla. Pp. 100-112. MARTÍNEZ, Abigail (1993) "Una visión estadística del cine en Venezuela. 1980-1990". En: *Objeto Visual. N° 1. Cuadernos de investigación de la Cinemateca Nacional*. Caracas, Venezuela. Enero-Abril. Pp. 117-147. Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas 2004. Anuarios Estadísticos 1991/ 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /1 Se contabiliza sólo la información disponible.

4.2. Espectadores a nivel nacional, por exhibición de películas venezolanas y extranjeras. Años 1985 - 2002. En números y % de espectadores de las películas venezolanas.

Año	Espectadores /1			% Espectadores Películas Venezolanas
	Películas Venezolanas	Películas Extranjeras	Total	
1985	1.968.194	13.133.468	15.101.662	13,03
1986	4.119.393	26.273.864	30.393.257	13,55
1987	3.269.844	27.870.923	31.140.767	10,50
1988	1.809.129	30.179.952	31.989.081	5,66
1989	823.796	28.894.168	29.717.964	2,77
1990	691.027	22.045.612	22.736.639	3,04
1991	649.789	21.036.386	21.686.175	3,00
1992	191.082	20.012.717	20.203.799	0,95
1993	193.882	18.507.548	18.701.430	1,04
1994	77.580	13.110.172	13.187.752	0,59
1995	582.139	14.910.049	15.492.188	3,76
1996	48.933	14.016.967	14.065.900	0,35
1997	746.962	10.381.410	11.128.372	6,71
1998	430.427	12.393.781	12.824.208	3,36
1999	517.786	12.276.419	12.794.205	4,05
2000	391.260	12.893.613	13.284.873	2,95
2001	129.142	16.238.182	16.367.324	0,79
2002	188.992	14.359.274	14.548.266	1,30

Fuentes: GUZMÁN CÁRDENAS, CARLOS E (2000). "Industria del Cine en Venezuela 1996-1999". En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. N° 112. Caracas, Venezuela. Cuarto Trimestre. Centro Gumilla. Pp. 100-112. MARTÍNEZ, Abigail (1993) "Una visión estadística del cine en Venezuela. 1980-1990". En: *Objeto Visual. N° 1. Cuadernos de investigación de la Cinemateca Nacional*. Caracas, Venezuela. Enero-Abril. Pp. 117-147. Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas 2004. Anuarios Estadísticos 1991/ 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /1 Se contabiliza sólo la información disponible.

4.3. Número de espectadores en salas de exhibición (pantallas), según Entidad Federal. Años 1991 - 2003.

Continúa

Entidad Federal	Espectadores /1					
	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Área Metrop. /2	10.367.888	9.748.763	9.192.665	7.055.788	7.449.547	6.168.997
Amazonas
Anzoátegui	508.948	476.346	338.601	267.463	467.279	406.866
Apure	56.860	17.127
Aragua	765.215	917.120	960.128	645.526	636.947	713.791
Barinas	251.094	141.856	135.950	119.392	119.711	109.951
Bolívar	650.603	359.806	417.536	234.637	328.720	268.664
Carabobo	1.478.228	1.505.485	973.274	727.603	932.929	1.261.141
Cojedes	60.243	61.914	46.428	16.678	21.220	13.536
Delta Amacuro	116.502	61.954	37.033	17.858
Falcón	271.043	192.546	219.278	74.342	87.247	85.456

Guárico	466.831	320.751	206.114	104.565	130.319	126.813
Lara	1.138.445	1.042.582	1.222.140	773.529	934.821	1.107.452
Mérida	599.935	350.794	281.227	206.652	266.149	253.167
Miranda	251.416	385.946	583.162	553.287	394.115	377.409
Monagas	373.468	349.355	262.209	91.164	160.660	134.007
Nueva Esparta	294.716	252.823	276.754	142.262	242.523	244.460
Portuguesa	576.205	419.094	443.051	383.308	462.195	505.237
Sucre	671.556	602.824	503.905	281.759	365.125	252.289
Táchira	439.810	372.105	326.228	477.931	587.154	518.261
Trujillo	237.822	201.366	160.312	109.972	72.946	66.808
Yaracuy	377.677	293.917	262.536	103.476	123.529	116.969
Zulia	1.731.670	2.129.325	1.852.899	800.560	1.709.052	1.334.626
TOTAL	21.686.175	20.203.799	18.701.430	13.187.752	15.492.188	14.065.900

Concluye

Entidad Federal	Espectadores /1						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003 /P
Área Metrop. /2	4.939.938	5.892.639	5.981.791	5.634.787	6.267.090	5.807.402	3.193.599
Amazonas
Anzoátegui	468.014	653.074	562.665	554.641	582.057	517.473	187.628
Apure
Aragua	597.926	656.312	530.116	531.534	763.720	698.603	212.130
Barinas	124.912	180.750	124.274	126.677	188.548	189.506	29.645
Bolívar	219.081	188.740	283.559	371.035	376.241	363.852	281.684
Carabobo	961.021	1.048.584	1.201.407	1.483.247	2.189.404	1.153.254	590.987
Cojedes
Delta Amacuro
Falcón	139.320	250.914	195.873	402.005	435.859	340.493	55.651
Guárico	69.224	56.481	50.346	42.965	54.009	52.346	6.081
Lara	883.271	947.965	893.562	756.446	898.834	786.867	415.492
Mérida	211.834	215.261	191.533	193.986	293.980	311.840	179.973
Miranda	355.893	454.874	582.399	733.516	968.357	912.729	448.990
Monagas	80.019	73.928	197.250	413.103	600.493	466.441	220.127
Nueva Esparta	81.729	202.142	432.321	490.711	641.628	591.048	265.374
Portuguesa	314.226	325.432	285.679	250.343	301.030	309.218	69.916
Sucre	173.425	140.869	85.306	41.370	52.043	76.245	10.098
Táchira	306.041	267.574	214.631	266.395	325.062	299.107	118.069
Trujillo	46.580	44.268	51.053	55.507	67.091	97.184	102.280
Yaracuy	88.892	52.339	29.444	11.832	74.930	55.430	15.836
Zulia	1.067.026	1.172.062	900.996	924.773	1.286.948	1.519.228	505.164
TOTAL	11.128.372	12.824.208	12.794.205	13.284.873	16.367.324	14.548.266	6.908.724

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas 2004. Anuarios Estadísticos 1991 / 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /P: Información Preliminar. 3er. Trimestre 2003. /1 Se contabilizan sólo las salas con información disponible. /2 Las salas de Exhibición del Estado Vargas son contabilizadas por el CNAC en el Área Metropolitana. Del año 1998 al año 1999, se incluye en el total correspondiente a esta área geográfica, dos (02) salas de exhibición (pantallas); y del año 2000 al 2003, se incluye sólo una (01).

4.4. Cantidad de espectadores de películas venezolanas, por Entidad Federal. Años 1991-2000.

Entidad Federal	Espectadores /1									
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Área Metrop. /2	366.451	69.762	96.977	46.103	307.132	38.585	280.917	163.936	221.612	189.980
Amazonas
Anzoátegui	12.722	13.683	5.439	2.052	44.278	1.081	34.935	24.282	20.168	14.040

Apure	1.101	856
Aragua	23.447	9.966	15.070	670	4.063	1.218	46.229	19.497	31.162	19.802
Barinas	5.781	596	635	1.358	3.165	260	3.909	12.188	2.210	5.187
Bolívar	8.140	887	3.618	3.549	12.755		32.303	12.774	18.301	9.489
Carabobo	65.431	5.707	14.401	4.246	32.359	2.593	56.350	34.055	37.257	26.270
Cojedes	2.822	790	261	421	..	130
Delta Amacuro	2.411	2.643	338	252
Falcón	6.603	528	1.581	7.897	8.666	13.974	11.773
Guárico	10.963	9.456	1.428	548	8.437	237	7.084	1.299	9.275	839
Lara	29.544	5.761	10.799	4.790	26.437	516	35.198	38.367	25.844	14.030
Mérida	5.332	7.123	9.837	..	5.142	57	20.605	12.512	3.796	8.532
Miranda	15.801	3.471	9.056	754	935	..	31.908	14.004	25.772	25.440
Monagas	6.272	12.003	2.045	838	7.603	658	1.405	5.405	10.631	16.158
Nueva Esparta	5.647	5.162	2.411	..	8.617	511	11.295	8.385	8.611	18.238
Portuguesa	20.150	3.362	6.184	5.040	24.718	1.363	25461	11.686	23.885	5.660
Sucre	15.279	12.686	4.690	2.236	12.413	793	20.483	4.215	9.724	718
Táchira	3.349	4.680	1.955	1.717	13.947	931	18.343	9.026	4.285	3.571
Trujillo	339	1.786	..	747	5.257	27	7.184	..
Yaracuy	7.656	2.117	2.253	1.210	1.796	..	15.882	713	3.557	418
Zulia	34.548	18.057	4.904	1.049	68.342	..	91.501	49.390	40.538	21.115
TOTAL	649.789	191.082	193.882	77.580	582.139	48.933	746.962	430.427	517.786	391.260

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. Anuarios Estadísticos 1991 / 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /1 Se contabilizan sólo la información disponible. /2 Las salas de Exhibición del Estado Vargas son contabilizadas por el CNAC en el Área Metropolitana. Del año 1998 al año 1999, se incluye en el total correspondiente a esta área geográfica, dos (02) salas de exhibición (pantallas); y del año 2000 al 2003, se incluye sólo una (01).

4.5. Cantidad de espectadores de películas venezolanas según Estrenos y Re-Estrenos. Área Metropolitana e Interior del País. Años 1991-2000. En números.

Turnos	Continúa					
	1991			1992		
	Espectadores /1			Espectadores /1		
	Área Metropolitana	Interior del país	Total	Área Metropolitana	Interior del país	Total
Estrenos	299.342	184.560	483.902	54.617	24.396	79.013
Re-Estrenos	67.109	98.778	165.887	15.145	96.924	112.069
TOTAL	366.451	283.338	649.789	69.762	121.320	191.082

Turnos	Continúa					
	1993			1994		
	Espectadores /1			Espectadores /1		
	Área Metropolitana	Interior del país	Total	Área Metropolitana	Interior del país	Total
Estrenos	94.687	90.389	185.076	29.212	16.398	45.610
Re-Estrenos	2.280	6.526	8.806	16.891	15.079	31.970
TOTAL	96.967	96.915	193.882	46.103	31.477	77.580

Turnos	Continúa					
	1995			1996		
	Espectadores /1			Espectadores /1		
	Área Metropolitana	Interior del país	Total	Área Metropolitana	Interior del país	Total
Estrenos	295.225	273.484	568.709	23.300	4.865	28.165
Re-Estrenos	11.907	1.523	13.430	15.285	5.483	20.768

TOTAL	307.132	275.007	582.139	38.585	10.348	48.933
--------------	----------------	----------------	----------------	---------------	---------------	---------------

Continúa

Turnos	1997			1998		
	Área Metropolitana	Interior del país	Total	Área Metropolitana	Interior del país	Total
Estrenos	275.479	464.935	740.414	153.881	235.850	389.731
Re-Estrenos	5.438	1.110	6.548	10.055	30.641	40.696
TOTAL	280.917	466.045	746.962	163.936	266.491	430.427

Continúa

Turnos	1999			2000		
	Área Metropolitana	Interior del país	Total	Área Metropolitana	Interior del país	Total
Estrenos	163.282	148.200	311.482	188.520	185.389	373.909
Re-Estrenos	58.330	147.974	206.304	1.460	15.891	17.351
TOTAL	221.612	296.174	517.786	189.980	201.280	391.260

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. Anuarios Estadísticos 1991 / 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /1 Se contabilizan sólo la información disponible.

4.6. Cantidad de espectadores en exhibición de películas venezolanas y extranjeras. Área Metropolitana e Interior del País. Años 1991-2000. En números.

Continúa

Películas	1991			1992		
	Área Metropolitana	Interior	Total	Área Metropolitana	Interior	Total
Películas Venezolanas	366.451	283.338	649.789	69.762	121.320	191.082
Películas Extranjeras	10.001.437	11.034.949	21.036.386	9.679.001	10.333.716	20.012.717
TOTAL	10.367.888	11.318.287	21.686.175	9.748.763	10.455.036	20.203.799

Continúa

Películas	1993			1994		
	Área Metropolitana	Interior	Total	Área Metropolitana	Interior	Total
Películas Venezolanas	96.967	9.095.698	9.192.665	46.103	7.009.685	7.055.788
Películas Extranjeras	96.915	9.411.850	9.508.765	31.477	6.100.487	6.131.964
TOTAL	193.882	18.507.548	18.701.430	77.580	13.110.172	13.187.752

Continúa

Películas	1995			1996		
	Área Metropolitana	Interior	Total	Área Metropolitana	Interior	Total
Películas Venezolanas	307.132	275.007	582.139	38.585	10.348	48.933

Películas Extranjeras	7.142.415	7.767.634	14.910.049	6.130.412	7.886.555	14.016.967
TOTAL	7.449.547	8.042.641	15.492.188	6.168.997	7.896.903	14.065.900

Continúa

Películas	1997 Espectadores /1			1998 Espectadores /1		
	Área Metropolitana	Interior	Total	Área Metropolitana	Interior	Total
Películas Venezolanas	280.917	466.045	746.962	163.936	266.491	430.427
Películas Extranjeras	4.659.021	5.722.389	10.381.410	5.728.703	6.665.078	12.393.781
TOTAL	4.939.938	6.188.434	11.128.372	5.892.639	6.931.569	12.824.208

Concluye

Películas	1999 Espectadores /1			2000 Espectadores /1		
	Área Metropolitana	Interior	Total	Área Metropolitana	Interior	Total
Películas Venezolanas	221.612	296.174	517.786	189.980	201.280	391.260
Películas Extranjeras	5.760.179	6.516.240	12.276.419	5.444.807	7.448.806	12.893.613
TOTAL	5.981.791	6.812.414	12.794.205	5.634.787	7.650.086	13.284.873

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. Anuarios Estadísticos 1991 / 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /1 Se contabilizan sólo la información disponible.

4.7. Películas venezolanas con mayor número de espectadores. Años 1990-2000.

Película	Director	Año de Estreno	N° de Espectadores
Salserín	Luis Alberto Lamata	1997	546.356
Sicario	José Ramón Novoa	1995	458.855
Muchacho Solitario	César Bolívar	1998	414.904
Cuchillos de Fuego	Román Chalbaud	1990	367.652
Huelepega	Elia Schneider	1999	317.551
Disparen a Matar	Carlos Azpúrua	1991	271.601
Manuela Saenz	Diego Ríquez	2000	211.412
Un Sueño en el Abismo	Oscar Lucien	1990	166.150
El Caso Bruzual	Henry Ramos	1990	160.775
Amaneció de Golpe	Carlos Azpúrua	1998	146.593
Roraima	Carlos Oteyza	1993	140.023
Bésame Mucho	José Ramón Novoa	1995	108.663

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. Anuario Estadístico 1998 / 2000.

La demanda individual del cine en Venezuela.

Entre los múltiples fenómenos que pudieran ser constatados sobre la evolución del sector cinematográfico hay uno que llama la atención y que, en cierta medida, opera como resumen de todos los demás: el público venezolano ha abandonado mayoritariamente el cine, tal y como refleja el descenso en los índices de asistencia hasta el año 1994. A partir de entonces se estabiliza en los años 1995-1996 apareciendo un descenso significativo en 1997 y finalmente se

produce un cambio de tendencia que apunta un regreso al cine desde 1998 hasta el 2001 para variar con saldo negativo en el 2002. Ante esta situación, es obligatorio preguntarse por las razones que explican tan importante caída en la asistencia. Este es precisamente el objetivo de este apartado. El método propuesto para responder a esta pregunta es estimar *la función de la demanda individual del cine en Venezuela* durante el período 1984-2003.

La función de demanda individual del cine en Venezuela, expresada en términos de asistencia media por habitante por año, podemos escribirla de la siguiente manera:

$$Q_t = f(P_t, P_{st}, Y_t, A)$$

Es decir, la cantidad demandada de cine por persona en el período t , (Q_t) depende del precio del cine (P_t), del precio de otros bienes sustitutivos ó complementarios (P_{st}), de la renta del individuo (Y_t) y de un vector de variables (A) que tratarán de acercarnos posibles cambios en las preferencias del público. Es de esperarse que la asistencia (o cantidad demandada de cine) esté relacionada positivamente con la renta y con el precio de los bienes sustitutivos y, negativamente con su precio, con el precio de los bienes complementarios y con la influencia de la televisión y el vídeo, a los que daremos cabida en el vector A .

Nuestro objetivo principal es estimar la función de demanda y calcular, entre otros, los valores de *las elasticidades precio y renta* (las cuales miden la sensibilidad de la cantidad de un bien ante una variación en su precio o renta, respectivamente). Con esto podemos contrastar dos hipótesis en el ámbito de la cultura.

- 1) **La demanda de cine es en Venezuela es inelástica con respecto a su precio**, lo que quiere decir que hay una menor accesibilidad al cine ya que los precios varían en mayor proporción a la asistencia.
- 2) **El cine se considera un bien normal**, ya que la elasticidad renta es positiva y además inelástica, lo que quiere decir que la renta varía en mayor proporción que la asistencia.

La función de demanda propuesta tiene a su vez otras dos características.

- 1) La cantidad demandada se ha definido en términos de *asistencia media por habitante* en el período t . Es por tanto una variable per capita y en consecuencia la renta debe ser definida en términos per capita.
- 2) Todas las variables monetarias (Precio – Renta) se expresan en términos reales. Para ello hemos deflactado sus valores nominales aplicando el deflactor implícito del PIB y tomando como base el año 1984 y 1997. Este hecho supone aceptar el supuesto de homogeneidad cero en precios y renta de la función de demanda. (El supuesto de homogeneidad cero en precios y renta significa que si se multiplican los precios y la renta por una misma constante, la función permanece inalterada)

Por último *la variable de filmes* también debe ser una variable con una influencia relevante sobre la demanda de cine, En este sentido, Throsby (1983) ha modelizado el efecto de la calidad en la demanda de teatro y junto a Abbé-Decarroux (1994) y Lévy – Garboua y Montmarquete (1996), lo ha contrastado empíricamente. En el caso del cine en Venezuela es difícil definir una medida de calidad estándar para el período muestral considerado. Cuando se lleva a cabo un análisis de series temporales, cabe esperar que la distribución entre “buenas” y “malas” películas sea muy semejante cada año y por consiguiente podemos suponer que la calidad es más o menos homogénea durante todo el período. Por esta razón nuestra función de demanda no incorpora explícitamente ninguna variable de calidad. Cameron (1990: Pág. 36) es también muy rotundo excluir la calidad en su estudio de la demanda de cine en el Reino Unido. Únicamente se atreve a pronosticar que la *“cuantía de películas disponibles en un determinado período de tiempo puede ser contemplada como una medida de calidad”*.

La oferta en el mercado del cine es más sencilla, motivado a que en cada sala cinematográfica cada una de las localidades se vende a un precio establecido. En nuestro modelo hemos utilizado un precio único, prescindiendo de cualquier esquema de discriminación como los ocasionados por los Lunes Populares, 2x1, Lady's Night y otras promociones.

A continuación, se discute el contenido y las fuentes estadísticas de las variables que intervienen en nuestra estimación de la demanda individual de cine en Venezuela.

Cantidad demandada de cine (ASISTt). Se mide a través de la asistencia media por habitante por año. Esta variable se obtiene como resultado del cociente entre el número total de espectadores que han acudido al cine en un año concreto y el volumen total de la población. Los datos correspondientes al número de espectadores proceden de las estadísticas del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC) y el volumen total de la población de los Anuarios del Instituto Nacional de Estadísticas (INE). El presente cuadro expone la forma en que calculamos el indicador de *cantidad demanda de cine*, durante el período 1984-2002, el cual llamamos Asistencia (ASISTt). Allí podemos observar que no existe un comportamiento uniforme en la conducta del venezolano y *la tendencia ha sido a la disminución en la asistencia a ver películas en las salas de cine*. Podemos observar el valor más bajo de asistencia en el año 1997 de 0,49 personas y el valor más alto en 1988 de 1,73 personas.

4.8. Asistencia media por habitante (ASISTt). Años 1984-2002. En números y porcentajes (%).

AÑOS	TOTAL ESPECTADORES	VOLUMEN DE POBLACIÓN	ASIST t	VARIACIÓN % ASISTENCIA
1984	15.101.662	16.712.952	0,90	-
1985	15.101.662	17.137.604	0,88	-2,48
1986	30.393.257	17.590.455	1,73	96,08
1987	31.140.767	18.061.452	1,72	-0,21
1988	31.989.081	18.542.449	1,73	0,06
1989	29.717.964	19.025.297	1,56	-9,46
1990	22.736.639	19.501.849	1,17	-25,36
1991	21.686.175	19.972.039	1,09	-6,87
1992	20.203.799	20.441.296	0,99	-8,97
1993	18.701.430	20.909.727	0,89	-9,51
1994	13.187.752	21.377.426	0,62	-31,03
1995	15.492.188	21.844.496	0,71	14,96
1996	14.065.900	22.311.094	0,63	-11,11
1997	11.128.372	22.777.151	0,49	-22,50
1998	12.824.208	23.242.435	0,55	12,93
1999	12.794.205	23.706.711	0,54	-2,19
2000	13.284.873	24.169.744	0,55	1,85
2001	16.367.324	24.630.017	0,66	20,90
2002	14.548.266	25.089.550	0,58	-12,74

Fuentes: Anuario Estadístico del Instituto Nacional de Estadísticas (INE). Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CCNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. 2004. Anuario Estadístico del CNAC 1991/1994; 1995/1997; 1998/2000.
Procesos: Cálculos Propios. Econ. Yaritza Guerra. 2004.

Precio del cine (PRECIOt). Utilizamos el *gasto medio por espectador*, que resulta del cociente entre la recaudación total y el número de espectadores correspondientes a cada año. Lo definimos como *precio promedio* para el país. Sus fuentes estadísticas provienen del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). Este cuadro presenta la forma como calculamos

el indicador de precio del cine en términos reales, durante el período estudiado 1984-2002, el cual llamamos PRECIOT. Para ello hemos deflactado sus valores nominales aplicando el índice deflactor implícito del P.I.B., ya que este es el mejor estimador de la evolución de los precios en una economía, el cual se obtiene de cifras oficiales del Banco Central de Venezuela (B.C.V) en el Sistema de Cuentas Nacionales.

Podemos observar como el comportamiento del precio del cine en nuestra economía se ha mantenido constante durante los años de 1986 a 1996, siendo su valor más bajo el obtenido en el año 1989 de Bs. 5,03 y su valor más alto en el año 2000 de Bs. 1.051,51. Igualmente podemos observar como en el año 1997 el incremento en el valor del precio del cine fue de 16.195,33% con respecto al precio del año anterior de Bs. 5,17, motivado a la actualización de precios luego de la derogación del decreto 1.292 de fecha 17-04-96 de libre convertibilidad de la moneda, manteniendo un comportamiento similar al de los años anteriores. Es importante destacar que el precio real de las entradas de cine, con respecto a su valor nominal nos indica que todo lo que pagamos adicional, no es más que la ilusión inflacionista que incrementa artificialmente el valor de los bienes y servicios. Ejemplo: El precio real de la entrada de cine en el año 2002 es de Bs. 888,68 , el valor nominal es de Bs. 6.500,00, la diferencia entre el precio real y nominal es de Bs. 5.611,32 lo que representa la inflación.

4.9. Precio del cine (PRECIOT). Años 1984-2002. En números, bolívares (Bs.) y porcentaje (%).

AÑOS	I.P.C (1)	RECAUDACIÓN Bs. TOTAL (NOMINAL)	RECAUDACIÓN Bs. TOTAL (REALES)	TOTAL ESPECTADORES	PRECIO t Bs. (REAL)	VARIACIÓN % PRECIO
1984	107,4	394.453.712	367.275.337	15.101.662	24,32	-
1985	117,2	247.000.857	210.751.584	15.101.662	13,96	-42,62
1986	132,1	321.885.392	243.667.973	30.393.257	8,02	-42,55
1987	185,3	454.054.830	245.037.685	31.140.767	7,87	-1,85
1988	251,1	547.516.746	218.047.290	31.989.081	6,82	-13,37
1989	454,5	678.747.329	149.339.346	29.717.964	5,03	-26,28
1990	620,3	779.909.466	125.731.012	22.736.639	5,53	10,04
1991	812,7	1.031.787.761	126.958.012	21.686.175	5,85	5,87
1992	1071,6	1.375.968.832	128.403.213	20.203.799	6,36	8,56
1993	1563,9	1.928.461.445	123.311.046	18.701.430	6,59	3,75
1994	2671,7	2.287.680.470	85.626.398	13.187.752	6,49	-1,53
1995	4184,3	3.344.305.145	79.925.081	15.492.188	5,16	-20,54
1996	8504,3	6.189.832.430	72.784.737	14.065.900	5,17	0,30
1997	116,45984	10.928.075.640	9.383.557.147	11.128.372	843,21	16.195,33
1998	151,28823	18.779.384.600	12.412.984.540	12.824.208	967,93	14,79
1999	181,58866	23.995.368.150	13.214.133.608	12.794.205	1.032,82	6,70
2000	205,97793	28.773.530.300	13.969.229.762	13.284.873	1.051,51	1,81
2001	231,27564	39.457.883.800	17.060.977.023	16.367.324	1.042,38	-0,87
2002	303,46946	39.234.875.150	12.928.772.190	14.548.266	888,68	-14,75

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. 2004.
Anuario Cuentas Nacionales Banco Central de Venezuela (B.C.V).

Notas: /1 Índice de Precios al Consumidor. (Del año 1984 al año 1996 se utiliza el IPC Base 1984, y de 1997 a 2002 se utiliza el IPC Base 1997).

Procesos: Cálculos Propios. Econ. Yaritza Guerra. 2004.

Precio de los otros bienes (Pst): El precio de los otros bienes relacionados con el cine influyen sobre su consumo, tanto si son *bienes complementarios* (se consumen simultáneamente con el cine) como si son *sustitutivos* (se consumen en vez del cine). En el caso de los bienes complementarios, la influencia es negativa, si aumenta su precio se reducirá la cantidad

consumida de cine. Si son sustitutivos un aumento de su precio favorecerá una mayor asistencia a las salas cinematográficas.

Renta (RENTAt): Se ha utilizado la *renta disponible per capita*. Esta variable se obtiene como resultado del cociente entre el ingreso familiar disponible y el volumen total de la población. según los datos publicados en los Anuarios del Instituto Nacional de Estadísticas (INE). Este cuadro presenta el indicador de RENTAt per capita, así como la variación porcentual de la misma durante el período de estudio de 1984 al 2002. Es importante destacar que este indicador nos muestra el comportamiento de la conducta del consumidor en cuanto a sus gustos y preferencias ya que tiene que ver con el poder adquisitivo de la moneda en un período de tiempo determinado, cuanto más alto es el alza de los precios más débil es el valor del dinero y la conducta del venezolano ha tenido que ser adaptada una y otra vez ya que no hay una consistencia en la variación de los ingresos que mejore la calidad de vida de las personas a lo largo del período estudiado. Para el año 1996 la renta disponible por persona alcanza su nivel más bajo Bs. 225,91 y para el año 1998 alcanza su valor más alto Bs. 33.703,97 notándose un fuerte incremento en el año 1997 de 14.063,26% motivado a la revisión de sueldos y salarios producto de la devaluación de la moneda al ser derogado el decreto No. 1.492 de libre convertibilidad que estaba vigente en el país desde el mes de diciembre de 1995.

4.10. Renta disponible per capita (RENTAt). Años 1984-2002. En números, bolívares (Bs.) y porcentaje (%).

AÑOS	I.P.C ^{/1}	INGRESO NOMINAL DISPONIBLE (Millones Bs.)	INGRESO REAL DISPONIBLE	VOLUMEN POBLACIÓN	RENTA t PER CAPITA (REAL)	VARIACIÓN % ^{/2} RENTA P/C
1984	107,4	11.499.311.878,00	10.706.994.300	16.712.952	640,64	-
1985	117,2	12.999.293.357,00	11.091.547.233	17.137.604	647,21	1,02
1986	132,1	15.881.136.871,00	12.022.056.678	17.590.455	683,44	5,60
1987	185,3	19.719.740.218,00	10.642.061.640	18.061.452	589,21	-13,79
1988	251,1	24.690.810.698,00	9.833.058.820	18.542.449	530,30	-10,00
1989	454,5	35.598.058.655,00	7.832.356.140	19.025.297	411,68	-22,37
1990	620,3	48.884.960.180,00	7.880.857.679	19.501.849	404,11	-1,84
1991	812,7	63.084.376.971,00	7.762.320.287	19.972.039	388,66	-3,82
1992	1071,6	99.508.431.334,00	9.285.967.836	20.441.296	454,27	16,88
1993	1563,9	128.145.992.232,00	8.194.001.677	20.909.727	391,88	-13,74
1994	2671,7	168.840.463.329,00	6.319.589.150	21.377.426	295,62	-24,56
1995	4184,3	252.132.459.520,00	6.025.678.358	21.844.496	275,84	-6,69
1996	8504,3	428.634.252.075,00	5.040.206.155	22.311.094	225,91	-18,10
1997	116,45984	848.723.642.704,00	728.769.370.372	22.777.151	31.995,63	14.063,26
1998	151,28823	1.185.135.081.068,00	783.362.381.243	23.242.435	33.703,97	5,34
1999	181,58866	1.393.617.681.773,00	767.458.541.614	23.706.711	32.373,05	-3,95
2000	205,97793	1.484.404.567.124,00	720.661.950.105	24.169.744	29.816,70	-7,90
2001	231,27564	1.851.394.304.577,00	800.514.184.969	24.630.017	32.501,57	9,00
2002	303,46946	1.946.119.158.751,00	641.289.953.444	25.089.550	25.560,04	-21,36

Fuentes: Anuario Estadístico del Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

Anuario Cuentas Nacionales Banco Central de Venezuela (B.C.V).

Notas: ^{/1} Índice de Precios al Consumidor. (Del año 1984 al año 1996 se utiliza el IPC Base 1984, y de 1997 a 2002 se utiliza el IPC Base 1997).

^{/2} RENTA P/C= Ingreso Disponible Per Capita ó por persona

Procesos: Cálculos Propios. Econ. Yaritza Guerra. 2004.

Otros factores (A). Con este vector se añaden otras variables, distintas de los precios y la renta, que pueden haber tenido algún impacto apreciable sobre la demanda de cine. En primer lugar, se intenta recuperar el alcance de la televisión y el vídeo que probablemente han

modificado las preferencias del ocio de los individuos sin que haya sido posible captarlo vía precios. En segundo lugar se añade alguna medida de la amplitud de la oferta cinematográfica entre la que puede elegir un espectador.

Luego de haber definido las variables para nuestro modelo, realizamos otros cuadros adicionales que nos permitiría efectuar el análisis del total de espectadores de cine, recaudación total de las salas de cine y los ingresos disponibles por persona y el costo presupuestario de una entrada al cine por persona.

En el cuadro siguiente, se muestra el análisis del total de espectadores, recaudación total de las salas de cine, e ingresos disponibles por persona. En cuanto al *total de espectadores* podemos observar que su comportamiento ha sido constante, mostrando un incremento significativo de más del 100% en el año 1986 y luego se ha mantenido en constante descenso a partir del año 1989, indicándonos que no existe una motivación adicional al hábito cinematográfico de las personas que asisten a las salas de cine, a pesar de ver como estas han ido evolucionando, gracias a las inversiones en infraestructuras de nuevos *mall* así como la creación de nuevos circuitos cinematográficos que ofrecen a su público otros servicios en cuanto a calidad, confort y seguridad de las salas de exhibición.

En un segundo análisis tenemos las variaciones del *total de recaudación en terminos reales*. Igualmente podemos observar que entre los años de 1984 y 1993 la recaudación ha disminuido consecutivamente, sin embargo en el período de 1984 y 1996 la disminución fue abrupta de casi un 50%, con respecto a los años anteriores, luego en el año de 1997 hubo un incremento significativo de casi un 100% (99,22%) respecto al año anterior, motivado como lo hemos venido explicando en los cuadros anteriores a la devaluación de la moneda, pero a pesar de ello se ha mantenido en un constante incremento oscilando en los rangos de un 6% a un 18%, evidenciando una caída significativa en el año 2002 de casi un 32% (31,96%).

En un tercer análisis tenemos las variaciones del *ingreso disponible en términos reales por persona*, el comportamiento de este indicador, ha sido fluctuante ya que esta ligado a las políticas económicas del país lo cual evidencia una caída constante del nivel de vida de los ciudadanos. Sus valores más bajos lo podemos observar en el año 1996 de Bs. 5.040.206.155 y su valor más alto en el año 2000 de Bs. 800.514.184.969, es decir cada día nuestro dinero vale menos y por lo tanto nuestras prioridades, hábitos de consumo y ocio cambian, siendo el ocio la última necesidad a satisfacer.

4.11. Análisis del total de espectadores, recaudación e ingresos. Años 1984-2002. En números, bolívares (Bs.) y porcentajes (%).

AÑOS	TOTAL ESPECTADORES	VARIACIÓN % ESPECT.	RECAUDACIÓN REAL TOTAL Bs.	VARIACIÓN % RECAUD.	INGRESO REAL DISPONIBLE Bs.	VARIACIÓN % INGRESO REAL
1984	15.101.662,00	-	367.275.337	-	10.706.994.300	-
1985	15.101.662,00	0,00%	210.751.584	-74,27%	11.091.547.233	3,47%
1986	30.393.257,00	101,26%	243.667.973	13,51%	12.022.056.678	7,74%
1987	31.140.767,00	2,46%	245.037.685	0,56%	10.642.061.640	-12,97%
1988	31.989.081,00	2,72%	218.047.290	-12,38%	9.833.058.820	-8,23%
1989	29.717.964,00	-7,10%	149.339.346	-46,01%	7.832.356.140	-25,54%
1990	22.736.639,00	-23,49%	125.731.012	-18,78%	7.880.857.679	0,62%
1991	21.686.175,00	-4,62%	126.958.012	0,97%	7.762.320.287	-1,53%
1992	20.203.799,00	-6,84%	128.403.213	1,13%	9.285.967.836	16,41%
1993	18.701.430,00	-7,44%	123.311.046	-4,13%	8.194.001.677	-13,33%
1994	13.187.752,00	-29,48%	85.626.398	-44,01%	6.319.589.150	-29,66%

1995	15.492.188,00	17,47%	79.925.081	-7,13%	6.025.678.358	-4,88%
1996	14.065.900,00	-9,21%	72.784.737	-9,81%	5.040.206.155	-19,55%
1997	11.128.372,00	-20,88%	9.383.557.147	99,22%	728.769.370.372	99,31%
1998	12.824.208,00	15,24%	12.412.984.540	24,41%	783.362.381.243	6,97%
1999	12.794.205,00	-0,23%	13.214.133.608	6,06%	767.458.541.614	-2,07%
2000	13.284.873,00	3,84%	13.969.229.762	5,41%	720.661.950.105	-6,49%
2001	16.367.324,00	23,20%	17.060.977.023	18,12%	800.514.184.969	9,98%
2002	14.548.266,00	-11,11%	12.928.772.190	-31,96%	641.289.953.444	-24,83%

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. 2004.

Procesos: Cálculos Propios. Econ. Yaritza Guerra. 2004.

A continuación, efectuamos un análisis del *costo presupuestario de una entrada al cine* por persona. Para ello utilizamos los valores nominales de la RENTA_t (ingreso disponible por persona), y del PRECIO_t (precio promedio del cine). El resultado general nos indica que las personas para asistir a las salas de cine deben asignar en promedio entre un 2,5 y un 1,5 % de su presupuesto mensual para comprar una entrada.

Sí efectuamos un análisis de los resultados obtenidos por los distintos cuadros, podemos concluir que *cuando el precio de las entradas de cine aumenta, la asistencia al mismo disminuye, pero no en la misma proporción en la que aumento el precio*. Igualmente cuando aumenta el ingreso por persona (renta) así como las cantidades de películas (film) se puede observar una mejoría en la asistencia a las salas de cine.

4.12. Costo presupuestario de una entrada al cine por persona. Años 1984-2002. En números, bolívares (Bs.) y porcentaje.

AÑOS	RENTA _t (NOMINAL) PER CAPITAL Bs.	PRECIO CINE NOMINAL Bs.	PPTO. CINE P/P ₁ NOMINAL Bs.
1984	688,05	26,12	3,80%
1985	758,52	16,36	2,16%
1986	902,83	10,59	1,17%
1987	1.091,81	14,58	1,34%
1988	1.331,58	17,12	1,29%
1989	1.871,09	22,84	1,22%
1990	2.506,68	34,30	1,37%
1991	3.158,63	47,58	1,51%
1992	4.868,01	68,10	1,40%
1993	6.128,53	103,12	1,68%
1994	7.898,07	173,47	2,20%
1995	11.542,15	215,87	1,87%
1996	19.211,71	440,06	2,29%
1997	37.262,06	982,00	2,64%
1998	50.990,14	1.464,37	2,87%
1999	58.785,79	1.875,49	3,19%
2000	61.415,82	2.165,89	3,53%
2001	75.168,21	2.410,77	3,21%
2002	77.566,92	2.696,88	3,48%

Fuentes: Anuario Estadístico del Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CCNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. 2004. Anuario Estadístico del CNAC 1991/1994; 1995/1997; 1998/2000.

Notas: ₁ P/P Por persona.

Procesos: Cálculos Propios. Econ. Yaritza Guerra. 2004.

Una vez propuesto el modelo teórico y definidas las variables, el paso siguiente es plantear su versión econométrica. Nuestra función de demanda podemos escribirla con la siguiente expresión:

$$ASIST_t = f(PRECIO_t, RENTAT_t, FILM_t)$$

Para proceder a su estimación esta ecuación se especificó mediante la aplicación de logaritmos a las variables estadísticas o de elasticidad constante, utilizando el paquete estadístico EconométricVIEW versión 4.0.

HIPÓTESIS ECONOMETRICA.

- 1) Estas funciones cumplen el supuesto de homogeneidad de grado cero en precios y renta.
- 2) Sus coeficientes indican directamente distintas elasticidades.

CORRIDA INICIAL
FUNCIÓN DE DEMANDA DE CINE 1984-2002
(Variable Dependiente Asistencia por Persona)

Dependent Variable: LnASISTt					
Method: Least Squares					
Sample: 1984 - 2002					
Included Observations: 19					
Variable	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob.	
C	-5,855916	0,995217	-5,884406	0,0000	
LnFILMt	0,595158	0,151911	3,917811	0,0014	
LnPRECIOt	-0,614212	0,158911	-3,865136	0,0015	
LnRentat	0,624630	0,177560	3,517845	0,0031	
R-squared	0,853157	Mean dependent var		-0,147440	
Adjusted R-squared	0,823788	S.D. dependent var		0,433651	
S:E. Of regression	0,182036	Akaike info criterion		-0,384560	
Sum squared resid	0,497057	Schwarz criterion		-0,185731	
Log likelihood	7,653321	F-Statistic		29,049930	
Durbin - Watson stat	1,615893	Prob (F-statistic)		0,000002	

CORRIDA FINAL
FUNCIÓN DE DEMANDA DE CINE 1984-2002
(Variable Dependiente Asistencia por Persona)

Dependent Variable: LnASISTt					
Method: Least Squares					
Sample: 1984 - 2002					
Included Observations: 19					
Variable	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob.	
C	-6,469171	0,828319	-7,809996	0,0000	
LnFILMt	0,635203	0,125329	5,068291	0,0002	

LnPRECIOt	-0,687200	0,130687	-5,258368	0,0002
LnRentat	0,717727	0,147082	4,879761	0,0003
DUMMY 92	-0,389285	0,158102	-2,462233	0,0285
DUMMY 97	-0,329304	0,163310	-2,016432	0,0649
R-squared	0,916972	Mean dependent var		-0,147440
Adjusted R-squared	0,885038	S.D. dependent var		0,433651
S:E. Of regression	0,147034	Akaike info criterion		-0,744223
Sum squared resid	0,281045	Schwarz criterion		-0,445979
Log likelihood	13,070120	F-Statistic		28,714800
Durbin - Watson stat	1,978895	Prob (F-statistic)		0,000001

$$\text{LnASISTt} = \text{C}(1) + \text{C}(2) \text{LnFILMt} + \text{C}(3) \text{LnPRECIOt} + \text{C}(4) \text{LnRENTAt}.$$

Donde:

C(2) , C(3), C (4), son los coeficientes de elasticidad.

C(2)FILM t > 0 Elasticidad Asistencia/Film <1 = Inelástica

C(3)PRECIO t < 0 Elasticidad Asistencia/Precio <1 = Inelástica

C(4) RENTA t > 0 Elasticidad Asistencia/Renta <1 = Inelástica

Esto quiere decir que las variables FILM, PRECIO y RENTA varían en mayor proporción que la Variable ASISTENCIA.

RESULTADOS

Realizando la corrida econométrica inicial obtuvimos los siguientes valores de las variables objeto de estudio:

$$\text{C}(2)= 0.595158 ; \text{C}(3)= -0.614212; \text{C}(4)= 0.624630$$

La calidad de la estimación tiene un alto valor explicativo de acuerdo al resultado del R2 ajustado de 0,85 así como por su valor estadístico F que refrenda la significatividad conjunta de la regresión. Todos los coeficientes estimados presentan el signo adecuado y son significativos tanto por su resultado económico (ver valores de la columna de Coefficient) como por su resultado estadístico (ver valores de la columna de Prob.), al ser todas las variables explicativas significativas al 5% ya que las probabilidades de estas son menores que 0,05.

Interpretación Económica de los resultados:

C (2) FILM= 0.595158. Nos indica que en condiciones donde las demás variables se mantienen constantes un aumento del 100% en la cantidad de FILM, aumenta la asistencia del público al cine en un 59,5158%.

C (3) PRECIO= -0.614212. Nos indica que en condiciones donde las demás variables se mantienen constantes un incremento del PRECIO en un 100%, disminuye la asistencia del público al cine en un 61,4212%.

C(4) RENTA= 0.624630. Nos indica que en condiciones donde las demás variables se mantienen constantes un incremento en un 100% de la Renta de las personas, incrementa en un 62,4630% la asistencia del público al cine.

El valor de $R^2 = 0.853157$, nos dice que las variables independientes (exógenas) en conjunto explican los cambios en la variable dependiente ASISTt en un 85,3157%.

Sin embargo al realizar el Residual Plot (índice la presencia de problemas coyunturales o estructurales que pueda presentar el modelo) se puede observar que existe inconsistencia en el modelo de estudio para los años 1992 y 1997, respectivamente. Se procede a solucionarlo aplicando una medida remedial denominada variable DUMMY, la cual viene definida por un vector unitario, es decir; colocaremos el valor de 1 para el año 1992 (golpe de estado) DUMMY 92 y año 1997 DUMMY 97 (Devaluación de la moneda), obteniendo nuestra corrida final la cual mejora nuestro modelo de estudio en el resultado de las variables. Mejora la calidad de estimación de R^2 ajustado de 85% a 91%.

C (2) FILM= 0.635203. Nos indica que en condiciones donde las demás variables se mantienen constantes un aumento del 100% en la cantidad de FILM, aumenta la asistencia del público al cine en un 63,5203%.

C (3) PRECIO= -0.687200. Nos indica que en condiciones donde las demás variables se mantienen constantes un incremento del PRECIO en un 100% , disminuye la asistencia del público al cine en un 68,7200%.

C(4) RENTA= 0.717727. Nos indica que en condiciones donde las demás variables se mantienen constantes un incremento en un 100% de la Renta de las personas, incrementa en un 71,7727% la asistencia del público al cine.

El valor del Durbin-Watson es de 1.978895, lo cual significa que se descarta la presencia de auto correlación, ya que su valor es cercano a 2.

El valor de $R^2 = 0.916972$, nos dice que las variables independientes (exógenas) en conjunto explican los cambios en la variable dependiente ASISTt en un 91,6972%. Todos los coeficientes estimados continúan presentando el signo adecuado. Se confirma la influencia negativa del precio del cine sobre su consumo y el coeficiente (-0,687200) señalando que la **demanda del cine en Venezuela es inelástica**. En consecuencia, incrementos en el precio llevan aparejadas caídas en las cantidades demandadas menos que proporcionales; esto es, un aumento del 100% en el precio del cine ocasiona una reducción de 68,7200% en la cantidad consumida. Este resultado debe ser tomado en cuenta por el sector frente a políticas de alzas en los precios, pues la caída aunque en menor proporción de la cantidad consumida ocasionará incluso descensos en los ingresos totales.

La renta per capita influye positivamente sobre la asistencia de cine en Venezuela. Sin embargo su coeficiente que mide la elasticidad renta es inferior a la unidad, nos indica que **el cine es un bien normal**, sin embargo su bajo nivel de significatividad de la variable renta en la estimación nos obliga a ser prudentes en nuestras apreciaciones, mientras que no pueden ser consideradas totalmente concluyentes. A este respecto, Fernández Blanco y Baños Pino (1997), utilizando técnicas de cointegración, confirman que, el análisis a corto plazo es un bien normal sin más, mientras que las estimaciones que incluyen dinámica a largo plazo, el cine alcanza la categoría de bien de lujo.

La amplitud y variedad de la oferta cinematográfica, que introducimos a través del número de películas, también ejerce un efecto significativo y positivo sobre la demanda de cine. Sin embargo no debemos perder de vista que el Venezolano es apasionado y en su cultura de Cinéfilo influye la calidad de la película que se encuentra en cartelera.

En conclusión, el análisis precedente de la demanda del cine en Venezuela permite interpretar lo sucedido con la asistencia a las salas en el período estudiado (1984-2002),

permitiéndonos identificar que el cine en Venezuela es muy sensible a los cambios en los precios y a las innovaciones en el mundo audiovisual. Por lo tanto sería prudente mantener una política de contención del coste real del cine, generando facilidades y confort al público a la hora de asistir a las salas de cine.

Las preferencias del público venezolano por asistir a las salas de cine, no son muy sólidas, por lo tanto, se deben fortalecer las campañas de información y publicidad sobre las ofertas cinematográficas, así como la inversión en capital físico y humano para mejorar la accesibilidad, calidad, seguridad y confort en las salas de exhibición.

V.- INDICADORES CONSOLIDADOS DEL MERCADO CINEMATOGRAFICO NACIONAL.

- 5.1. Comportamiento del mercado cinematográfico a nivel nacional, según salas de exhibición (pantallas), espectadores y recaudación bruta (taquilla). Años 1984 – 2003. En número y bolívares (Bs.).

Año	Salas de Exhibición /1	Espectadores /2	Recaudación Bruta (Bolívares) /3
1984	524	..	394.453.712
1985	503	15.101.662	247.000.857
1986	440	30.393.257	321.885.392
1987	392	31.140.767	454.054.830
1988	361	31.989.081	547.516.746
1989	366	29.717.964	678.747.329
1990	319	22.736.639	779.909.266
1991	341	21.686.175	1.031.787.761
1992	338	20.203.799	1.375.968.832
1993	335	18.701.430	1.928.461.445
1994	238	13.187.752	2.287.763.899
1995	215	15.492.188	3.344.306.720
1996	213	14.065.900	6.189.832.430
1997	231	11.128.372	10.928.159.110
1998	259	12.824.208	18.779.384.600
1999	281	12.794.205	23.995.368.150
2000	288	13.284.873	28.773.530.300
2001	311	16.367.324	39.457.883.800
2002	326	14.548.266	39.234.875.150
2003	349	6.908.724 /P	25.700.181.086 /P

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas 2004. Anuarios Estadísticos 1991 / 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /P: Información Preliminar. 3er. Trimestre 2003. /1 Se refiere a todas las salas, incluidas las que no tienen datos de recaudación. /2 y /3 Se contabiliza sólo la información disponible.

- 5.2. Promedio de espectadores anuales y mensuales, por sala de exhibición (pantallas). Años 1984-2003. En números.

Año	Salas de Exhibición /1	Espectadores /2	Promedio Anual de Espectadores por Sala de Exhibición /E	Promedio Mensual de Espectadores por Sala de Exhibición /E
1984	524
1985	503	15.101.662	30.023	2.502
1986	440	30.393.257	69.076	5.756
1987	392	31.140.767	79.441	6.620
1988	361	31.989.081	88.612	7.384
1989	366	29.717.964	81.197	6.766
1990	319	22.736.639	71.275	5.940

1991	341	21.686.175	63.596	5.300
1992	338	20.203.799	59.775	4.981
1993	335	18.701.430	55.825	4.652
1994	238	13.187.752	55.411	4.618
1995	215	15.492.188	72.057	6.005
1996	213	14.065.900	66.037	5.503
1997	231	11.128.372	48.175	4.015
1998	259	12.824.208	49.514	4.126
1999	281	12.794.205	45.531	3.794
2000	288	13.284.873	46.128	3.844
2001	311	16.367.324	52.628	4.386
2002	326	14.548.266	44.627	3.719
2003	349	6.908.724 /P	19.796	1.650

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas 2004. Anuarios Estadísticos 1991 / 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /P: Cifras Preliminares. 3er. Trimestre 2003. /E: Cifras Estimadas. /1 Se refiere a todas las salas, incluidas las que no tienen datos de recaudación. /2 y /3 Se contabiliza sólo la información disponible.

Proceso: Cálculos Propios. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

5.3. Comportamiento de películas venezolanas y extranjeras en el mercado nacional. Años 1984-2002. En número de películas exhibidas, recaudación bruta (taquilla) en bolívares (Bs.) y número de espectadores.

AÑO	Nº PELÍCULAS EXHIBIDAS /1			RECAUDACIÓN (Bs.) /1			ESPECTADORES /1		
	Venez.	Extranj.	Total	Venezolanas	Extranjeras	Total	Venezolanas	Extranjeras	Total
1984	16	336	352	44.579.594	349.874.118	394.453.712	NO HAY REGISTROS		
1985	18	361	379	56.057.855	190.943.002	247.000.857	1.968.194	13.133.468	15.101.662
1986	16	276	292	39.980.228	281.905.164	321.885.392	4.119.393	26.273.864	30.393.257
1987	14	350	364	55.691.959	398.362.871	454.054.830	3.269.844	27.870.923	31.140.767
1988	11	297	308	31.009.888	516.506.858	547.516.746	1.809.129	30.179.952	31.989.081
1989	55	274	329	16.003.250	662.744.079	678.747.329	823.796	28.894.168	29.717.964
1990	42	277	319	23.169.861	756.739.405	779.909.266	691.027	22.045.612	22.736.639
1991	68	248	316	33.891.274	997.896.487	1.031.787.761	649.789	21.036.386	21.686.175
1992	39	315	354	11.207.104	1.364.761.728	1.375.968.832	191.082	20.012.717	20.203.799
1993	33	178	211	23.514.300	1.904.947.145	1.928.461.445	193.882	18.507.548	18.701.430
1994	24	138	162	10.257.876	2.277.233.200	2.287.491.076	77.580	13.110.172	13.187.752
1995	50	67 /P	117	106.073.520	3.238.233.200	3.344.306.720	582.139	14.910.049	15.492.188
1996	49	67 /P	116	20.652.170	6.169.180.260	6.189.832.430	48.933	14.016.967	14.065.900
1997	35	87 /P	122	561.852.205	10.366.306.905	10.928.159.110	746.962	10.381.410	11.128.372
1998	24	123	147	624.200.325	18.155.184.275	18.779.384.600	430.427	12.393.781	12.824.208
1999	33	152	185	778.547.800	23.216.820.350	23.995.368.150	517.786	12.276.419	12.794.205
2000	21	138	159	837.883.650	27.935.646.650	28.773.530.300	391.260	12.893.613	13.284.873
2001	247.130.300	39.210.753.500	39.457.883.800	129.142	16.238.182	16.367.324
2002	496.816.675	38.738.058.475	39.234.875.150	188.992	14.548.266	14.548.266

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). División de Estadísticas Cinematográficas. Anuarios Estadísticos 1991 / 1994; 1995 / 1997; 1998 / 2000.

Notas: /1 Se contabiliza sólo la información disponible. /P: información Preliminar.

5.4. Cuadro consolidado del comportamiento de la Cinemateca Nacional por meses, según número de funciones, número de espectadores y recaudación bruta (taquilla en Bs.). Años 1995-2000.

Mes	Continúa		
	1995	1996	1997

	Funciones Espectador		Recaud. en Bs. /1	Funciones Espectador		Recaud. en Bs. /1	Funciones Espectador		Recaud. en Bs. /1
Enero	40	1.521	90.225	85	5.333	465.900	83	9.587	2.057.820
Febrero	92	9.158	688.800	86	4.283	323.550	84	4.161	789.380
Marzo	95	5.957	562.200	92	4.892	395.925	92	5.195	1.101.390
Abril	91	3.928	273.375	84	6.574	485.300	96	6.072	1.620.500
Mayo	87	7.707	620.325	92	7.259	639.750	83	7.984	1.964.750
Junio	90	5.223	154.050	79	3.920	188.250	108	4.104	1.101.500
Julio	98	6.385	523.050	92	5.457	588.530	98	10.338	1.806.000
Agosto	87	5.020	378.450	105	4.962	739.125	91	5.406	1.454.190
Septiembre	90	5.729	494.325	93	5.721	866.620	94	8.228	904.550
Octubre	102	7.097	354.150	93	8.435	1.783.380	100	11.583	9.053.000
Noviembre	91	5.354	404.325	90	4.192	601.490	98	3.411	879.500
Diciembre	74	3.038	247.200	86	4.211	603.940	83	3.049	688.500
Total	1.037	66.117	4.790.475	1.077	65.239	7.681.760	1.110	79.118	23.421.080

Concluye

Mes	1998			1999			2000		
	Funciones Espectador	Recaud. en Bs. /1		Funciones Espectador	Recaud. en Bs. /1		Funciones Espectador	Recaud. en Bs. /1	
Enero	93	5.716	1.553.000	92	4.598	1.791.900	92	4.425	1.584.900
Febrero	82	3.291	864.500	79	3.601	975.600	86	4.881	5.057.300
Marzo	86	4.996	1.141.016	91	3.451	1.409.400	89	4.408	3.273.000
Abril	93	4.728	1.374.250	79	3.661	1.450.600	102	5.122	7.541.000
Mayo	87	4.134	1.228.500	94	2.633	910.900	89	3.237	2.910.750
Junio	95	2.457	1.086.950	89	2.213	671.500	88	3.510	1.190.250
Julio	94	2.184	975.000	96	4.234	833.100	102	6.670	2.668.000
Agosto	111	8.097	1.546.100	88	3.557	1.493.400	94	3.504	1.771.500
Septiembre	88	2.328	871.800	90	5.293	1.700.600	81	3.094	2.008.500
Octubre	91	3.257	1.137.700	97	3.740	1.307.500	92	2.177	1.372.500
Noviembre	86	3.351	1.097.700	88	2.644	1.057.500	81	1.764	757.500
Diciembre	84	2.368	967.300	64	1.811	514.300	81	1.552	961.750
Total	1.090	46.907	13.843.816	1.047	41.436	14.116.300	1.077	44.344	31.096.950

Fuentes: Fundación Cinemateca Nacional. 2003.

Notas: /1 La recaudación en Bs. Incluye el ingreso por concepto de Cine Abono.

VI.- INVERSIÓN PÚBLICA CULTURAL VENEZOLANA EN LA INDUSTRIA DEL CINE.

6.1. Evolución del presupuesto público asignado por el ViceMinisterio de Cultura-CONAC al Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). Ejercicios fiscales 1994-2003. Participación Nominal y Real. En bolívares (Bs.) y porcentaje (%).

Años	Presup. Nacional en millones Bs. (Precios corrientes)	Presup. CNAC en millones Bs. (Precios corrientes) /1	% Participación del Presup. CNAC en el Presup. Nacional (Precios corrientes)	Presup. CNAC (En millones Bs. a precios constantes base año 97)	% Participación del Presup. CNAC en el Pres. Nacional (Precios constantes)
1994	1.939.106,70	252,48	0,01	252,48	0,01
1995	2.808.188,00	721,00	0,03	460,36	0,02
1996 Recd	6.441.532,00	921,71	0,01	289,56	-
1997	10.667.554,00	1.682,46	0,02	384,10	-
1998	11.845.177,00	1.553,20	0,01	272,96	-
1999 Recd	14.557.817,00	1.116,00	0,01	195,74	-
2000 (+SM)	18.366.000,00	542,60	-	70,04	-
2001	23.214.303,00	554,97	-	63,80	-
2002	26.443.129,30	1.308,70	-	114,66	-

2003	41.600.426,60	3.135,00	0,01	216,13	-
TOTALES	157.883.233,60	11.788,12	0,01%	2.319,83	-

Fuentes: Leyes Presupuesto 1990-2003. Ley de Presupuesto Nacional Ejercicio Fiscal 2001, Gaceta Oficial N° 5.504 Extraordinario del 11 de Diciembre de 2000. Decreto N° 1.070 Sobremarcha Cultural Gaceta Oficial N°37.074 09/11/2.000. GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos E. (2000): "La cultura en Venezuela: oportunidades de inversión". En: Banco Central de Venezuela, Corporación Andina de Fomento, Fundación Bigott y Fundación Polar. *Cultura y Recuperación Nacional. Memoria del Seminario*. Caracas, Venezuela. Editorial Arte. 1ra. Edición. pp. 104-128. (2001a) "Una década de economía y cultura en Venezuela. 1990-2001". En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 113. Primer Trimestre. Pp. 86-101. (2001b) "Historia del financiamiento cultural en Venezuela. 1990-2001. ¿Prioridad para el Estado Venezolano?". En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 115. Tercer Trimestre. Pp. 86-101. Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). 2004.

Notas: Hasta el año 1999, el Consejo Nacional de la Cultura (CONAC), organismo encargado de establecer los principios rectores de la política cultural del Estado venezolano, dependía del Ministerio de la Secretaría que tiene la función de apoyar a la Presidencia en los asuntos diarios y coordinar la relación de los diferentes Ministerios con la Presidencia como de los consejos ministeriales. Con el decreto 375 del 30 de Agosto de 1999, se crea la figura del Viceministerio de Cultura, unidad ejecutora dependiente del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, que tiene por misión la formulación, coordinación, instrumentación y supervisión del desarrollo de la política cultural nacional enmarcada en el Plan Estratégico, así como su articulación con los sectores educativos y deportes e instancias estatales. ¹ Se presenta el presupuesto del CNAC aprobado en el Presupuesto de la Nación anualmente, sin considerar las reducciones presupuestarias de que ha sido objeto en algunos de los años considerados.

Proceso: Cálculos Propios. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

6.2. Evolución del presupuesto público asignado por el ViceMinisterio de Cultura-CONAC al Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). Ejercicios fiscales 1994-2003. Crecimiento Nominal y Real. En bolívares (Bs.) y porcentaje (%).

Años	Presup. Nacional en millones Bs. (Precios corrientes)	Presup. CNAC en millones Bs. (Precios corrientes) ¹	% Crecimiento nominal Presup. CNAC (Precios corrientes)	Presup. CNAC (En millones Bs. a precios constantes base año 97)	% Crecimiento Real Presup. CNAC a precios constantes
1994	1.939.106,70	252,48	-	252,48	-
1995	2.808.188,00	721,00	185,57	460,36	82,34
1996 Recd	6.441.532,00	921,71	27,84	289,56	-37,10
1997	10.667.554,00	1.682,46	82,54	384,10	32,65
1998	11.845.177,00	1.553,20	-7,68	272,96	-28,94
1999 Recd	14.557.817,00	1.116,00	-28,15	195,74	-28,29
2000 (+SM)	18.366.000,00	542,60	-51,38	70,04	-64,22
2001	23.214.303,00	554,97	2,28	63,80	-8,91
2002	26.443.129,30	1.308,70	135,81	114,66	79,72
2003	41.600.426,60	3.135,00	139,55	216,13	88,50
TOTALES	157.883.233,60	11.788,12	-	2.319,83	-

Fuentes: Leyes Presupuesto 1990-2003. Ley de Presupuesto Nacional Ejercicio Fiscal 2001, Gaceta Oficial N° 5.504 Extraordinario del 11 de Diciembre de 2000. Decreto N° 1.070 Sobremarcha Cultural Gaceta Oficial N°37.074 09/11/2.000. GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos E. (2000): "La cultura en Venezuela: oportunidades de inversión". En: Banco Central de Venezuela, Corporación Andina de Fomento, Fundación Bigott y Fundación Polar. *Cultura y Recuperación Nacional. Memoria del Seminario*. Caracas, Venezuela. Editorial Arte. 1ra. Edición. pp. 104-128. (2001a) "Una década de economía y cultura en Venezuela. 1990-2001". En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 113. Primer Trimestre. Pp. 86-101. (2001b) "Historia del financiamiento cultural en Venezuela. 1990-2001. ¿Prioridad para el Estado Venezolano?". En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 115. Tercer Trimestre. Pp. 86-101. Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). 2004.

Notas: Hasta el año 1999, el Consejo Nacional de la Cultura (CONAC), organismo encargado de establecer los principios rectores de la política cultural del Estado venezolano, dependía del Ministerio de la Secretaría que tiene la función de apoyar a la Presidencia en los asuntos diarios y coordinar la relación de los diferentes Ministerios con la Presidencia como de los consejos ministeriales. Con el decreto 375 del 30 de Agosto de 1999, se crea la figura del Viceministerio de Cultura, unidad ejecutora dependiente del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, que tiene por misión la formulación, coordinación, instrumentación y supervisión del desarrollo de la política cultural nacional enmarcada en el Plan Estratégico, así como su articulación con los sectores educativos y deportes e instancias estatales. ¹ Se presenta el presupuesto del CNAC aprobado en el Presupuesto de la Nación anualmente, sin considerar las reducciones presupuestarias de que ha sido objeto en algunos de los años considerados.

Proceso: Cálculos Propios. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

6.3. Evolución del presupuesto público asignado por el ViceMinisterio de Cultura-CONAC a la Fundación Cinemateca Nacional. Ejercicios fiscales 1992-2003. Participación Nominal y Real. En bolívares (Bs.) y porcentaje (%).

Años	Presup. Cultura en millones Bs. (Precios corrientes)	Presup. Cinemateca Nac. en mill. de Bs. (Precios corrientes)	% Participación del Presup. Cinemateca Nac. en el Presup. Cultura (Precios corrientes)	Presup. Cin. Nac. (En mill. de Bs. a precios constantes base año 97)	% Participación del Presup. Cin. Cult. en el Pres. Nac. (Precios constantes)
1992	4.094,40	100,09	2,44	100,09	2,44
1993	6.562,71	200,00	3,05	137,04	2,09
1994	9.513,40	180,00	1,89	72,20	0,76
1995	13.344,70	350,00	2,62	89,64	0,67
1996 Recd	21.790,25	477,15	2,19	60,12	0,28
1997	52.705,06	781,58	1,48	71,57	0,14
1998	55.902,70	664,75	1,19	46,86	0,08
1999 Recd	45.855,78	704,17	1,54	49,54	0,11
2000 (+SM)	68.707,77	623,40	0,91	32,28	0,05
2001	64.989,42	767,28	1,18	35,38	0,05
2002	117.248,84	933,99	0,80	32,82	0,03
2003	202.087,86	1.600,00	0,79	442,42	0,22
TOTALES	662.802,89	7.082,32	1,07	932,82	0,14

Fuentes: Leyes Presupuesto 1990-2003. Ley de Presupuesto Nacional Ejercicio Fiscal 2001, Gaceta Oficial N° 5.504 Extraordinario del 11 de Diciembre de 2000. Decreto N° 1.070 Sobremarcha Cultural Gaceta Oficial N°37.074 09/11/2.000. GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos E. (2000): "La cultura en Venezuela: oportunidades de inversión". En: Banco Central de Venezuela, Corporación Andina de Fomento, Fundación Bigott y Fundación Polar. *Cultura y Recuperación Nacional. Memoria del Seminario*. Caracas, Venezuela. Editorial Arte. 1ra. Edición. pp. 104-128. (2001a) "Una década de economía y cultura en Venezuela. 1990-2001". En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 113. Primer Trimestre. Pp. 86-101. (2001b) "Historia del financiamiento cultural en Venezuela. 1990-2001. ¿Prioridad para el Estado Venezolano?". En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 115. Tercer Trimestre. Pp. 86-101. Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). 2004.

Notas: Hasta el año 1999, el Consejo Nacional de la Cultura (CONAC), organismo encargado de establecer los principios rectores de la política cultural del Estado venezolano, dependía del Ministerio de la Secretaría que tiene la función de apoyar a la Presidencia en los asuntos diarios y coordinar la relación de los diferentes Ministerios con la Presidencia como de los consejos ministeriales. Con el decreto 375 del 30 de Agosto de 1999, se crea la figura del Viceministerio de Cultura, unidad ejecutora dependiente del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, que tiene por misión la formulación, coordinación, instrumentación y supervisión del desarrollo de la política cultural nacional enmarcada en el Plan Estratégico, así como su articulación con los sectores educativos y deportes e instancias estatales. ¹ Se presenta el presupuesto del CNAC aprobado en el Presupuesto de la Nación anualmente, sin considerar las reducciones presupuestarias de que ha sido objeto en algunos de los años considerados.

Proceso: Cálculos Propios. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

6.4. Evolución del presupuesto público asignado por el ViceMinisterio de Cultura-CONAC a la Fundación Cinemateca Nacional. Ejercicios fiscales 1992-2003. Crecimiento Nominal y Real. En bolívares (Bs.) y porcentajes (%).

Años	Presup. Cultura en millones Bs. (Precios corrientes)	Presup. Cinemateca Nacional en mill. de Bs. (Precios corrientes) ¹	% Crecimiento nominal Presup. Cinemateca Nacional (Precios corrientes)	Presup. Cinemateca Nacional (En mill. de Bs. a precios constantes base año 97)	% Crecimiento Real Presup. Cinemateca Nacional a precios constantes
1992	4.094,40	100,09		100,09	
1993	6.562,71	200,00	99,82	137,04	36,92
1994	9.513,40	180,00	-10,00	72,20	-47,32
1995	13.344,70	350,00	94,44	89,64	24,15
1996 Recd	21.790,25	477,15	36,33	60,12	-32,92
1997	52.705,06	781,58	63,80	71,57	19,03
1998	55.902,70	664,75	-14,95	46,86	-34,53
1999 Recd	45.855,78	704,17	5,93	49,54	5,72
2000 (+SM)	68.707,77	623,40	-11,47	32,28	-34,85
2001	64.989,42	767,28	23,08	35,38	9,62
2002	117.248,84	933,99	21,73	32,82	-7,23
2003	202.087,86	1.600,00	71,31	442,42	1.247,99
TOTALES	662.802,89	7.082,32	-	932,82	-

Fuentes: Leyes Presupuesto 1990-2003. Ley de Presupuesto Nacional Ejercicio Fiscal 2001, Gaceta Oficial N° 5.504 Extraordinario del 11 de Diciembre de 2000. Decreto N° 1.070 Sobremarcha Cultural Gaceta Oficial N°37.074 09/11/2.000.

GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos E. (2000): "La cultura en Venezuela: oportunidades de inversión". En: Banco Central de Venezuela, Corporación Andina de Fomento, Fundación Bigott y Fundación Polar. *Cultura y Recuperación Nacional. Memoria del Seminario*. Caracas, Venezuela. Editorial Arte. 1ra. Edición. pp. 104-128. (2001a) "Una década de economía y cultura en Venezuela. 1990-2001". En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 113. Primer Trimestre. Pp. 86-101. (2001b) "Historia del financiamiento cultural en Venezuela. 1990-2001. ¿Prioridad para el Estado Venezolano?". En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 115. Tercer Trimestre. Pp. 86-101. Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). 2004.

Notas: Hasta el año 1999, el Consejo Nacional de la Cultura (CONAC), organismo encargado de establecer los principios rectores de la política cultural del Estado venezolano, dependía del Ministerio de la Secretaría que tiene la función de apoyar a la Presidencia en los asuntos diarios y coordinar la relación de los diferentes Ministerios con la Presidencia como de los consejos ministeriales. Con el decreto 375 del 30 de Agosto de 1999, se crea la figura del Viceministerio de Cultura, unidad ejecutora dependiente del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, que tiene por misión la formulación, coordinación, instrumentación y supervisión del desarrollo de la política cultural nacional enmarcada en el Plan Estratégico, así como su articulación con los sectores educativos y deportes e instancias estatales. 1 Se presenta el presupuesto del CNAC aprobado en el Presupuesto de la Nación anualmente, sin considerar las reducciones presupuestarias de que ha sido objeto en algunos de los años considerados.

Proceso: Cálculos Propios. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

6.5. Proyectos recibidos y aprobados por el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). Ejercicios Fiscales 1997-2003. En números.

Año	Proyectos Recibidos	Proyectos Aprobados	% de Aprobación
1997	90	15	16,67
1998	66	10	15,15
1999	39	4	10,26
2000	42	7	16,67
2001 <u>1</u>	72	25	34,72
2002 <u>2</u>	:	:	:
2003	114	28	24,56

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). 2004.

Notas: 1 No se realizó convocatoria, el desarrollo de proyectos estuvo financiado con el aporte extraordinario otorgado por el CONAC, en el marco de la ejecución del Programa Sobremarcha Cultural. 2 No se realizó convocatoria.

6.6. Número de proyectos cinematográficos recibidos y aprobados por el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC), según modalidad. Ejercicios Fiscales 1995.2003.

Año	Continúa									
	Largometrajes		Cortometrajes		Telefilm		Desarrollo de Guiones		Terminación de Largometrajes	
	Proy. Recib.	Proy. Aprob.	Proy. Recib.	Proy. Aprob.	Proy. Recib.	Proy. Aprob.	Proy. Recib.	Proy. Aprob.	Proy. Recib.	Proy. Aprob.
1997	21	6	61	6	8	3	-	-	-	-
1998	31	4	25	4	10	2	-	-	-	-
1999	11	1	-	-	-	-	28	3	-	-
2000	-	-	21	3	-	-	21	4	-	-
2001 <u>1</u>	24	3	14	3	10	2	-	-	10	8
2002 <u>2</u>	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
2003	-	-	33	4	12	2	17	5	4	4
TOTAL	87	14	154	20	40	9	66	12	14	12

Año	Concluye									
	Terminación Cortometrajes		Largometrajes listos para rodar		Montaje de Proyectos		Coproducciones Minoritarias		TOTAL	
	Proy. Recib.	Proy. Aprob.	Proy. Recib.	Proy. Aprob.	Proy. Recib.	Proy. Aprob.	Proy. Recib.	Proy. Aprob.	Proy. Recib.	Proy. Aprob.
1997	-	-	-	-	-	-	-	-	90	15
1998	-	-	-	-	-	-	-	-	66	10
1999	-	-	-	-	-	-	-	-	39	4
2000	-	-	-	-	-	-	-	-	42	7
2001 <u>1</u>	14	9	-	-	-	-	-	-	72	25
2002 <u>2</u>	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
2003	13	2	14	5	15	2	6	4	114	28

TOTAL	27	11	14	5	15	2	6	4	423	89
-------	----	----	----	---	----	---	---	---	-----	----

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC). 2004.

Notas: 1 No se realizó convocatoria, el desarrollo de proyectos estuvo financiado con el aporte extraordinario otorgado por el CONAC, en el marco de la ejecución del Programa Sobremarcha Cultural. 2 No se realizó convocatoria.

6.7. Inversión en la comercialización nacional e internacional. Años 1999-2003. En bolívares (Bs.).

Año	Inversión en Bs. Comercialización Nacional	Inversión en Bs. Comercialización Internacional	Total
1999	12.059.222	10.505.025	22.564.247
2000	10.510.000	10.976.876	21.486.876
2001	9.179.753	12.146.715	21.326.468
2002	-	3.562.752	3.562.752
2003	19.078.521	8.132.183	27.210.704

Fuentes: Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC) 2004.

6.8. Evolución de las distribuciones asignadas de subsidios otorgados por el ViceMinisterio de Cultura-CONAC a cine, fotografía y video. Ejercicios fiscales 2000-2003. En millones de bolívares (Bs.) y porcentajes (%).

Area Artística	2000	%	2001	%	2002	%	2003	%
Cine y Video	199,43	1,78	547,56	2,94	1.585,00	4,54	1.938,59	4,15
Total Aporte Subsidios todas las áreas	11.208,06	100,00	18.627,03	100,00	34.910,40	100,00	46.702,47	100,00

Fuentes: Consejo Nacional de la Cultura. Oficina de Planificación del Sector Cultura. Dirección de Presupuesto. 2000-2003.

Notas: En los años 2000 y 2001 se incluye el aporte otorgado al área de Fotografía.

Proceso: Cálculos Propios. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

VII.- HÁBITOS CULTURALES. CONSUMO CULTURAL CINEMATográfico.

7.1. Última visita al cine. Año 1998. En porcentajes (%).

BASE:	500
Respuesta	%
En los últimos 7 días	7
De 7 a 15 días atrás	10
De 15 a 21 días atrás	6
De 21 a 30 días atrás	9
De 1 a 3 meses atrás	14
De 3 a 6 meses atrás	5
Hace más de 6 meses	49

Fuente: Encuesta DATOS. Diciembre 1998.

Base: 500 entrevistas realizadas a hombres y mujeres, de edades comprendidas entre 15 y 65 años, que habitan en la ciudad de Caracas, y clasificados de acuerdo a nivel socioeconómico, con una distribución de la muestra en: BC+: 34, C: 252 y D: 213.

7.2. Asistencia al cine, según sexo, edad, nivel de instrucción y estrato social a nivel nacional. Año 2002. En porcentajes (%).

	TOTAL	SEXO		EDAD				NIVEL DE INSTRUCCIÓN				ESTRATO SOCIAL			
		MAS	FEM	18-24	25-34	35-49	50 y +	PRIM	SEC	SUP	NC	A/B	C	D	E
BASE:	1.000	500	500	250	280	260	210	192	503	383	6	30	169	391	410
SI	91,6	50,1	49,9	24,9	28,9	26,5	19,7	14,2	46,8	38,3	0,7	3,2	17,1	39,5	40,2
NO	8,4	48,8	51,2	26,2	17,9	20,2	35,7	36,9	44,0	19,0	-	1,2	14,3	34,5	50,0

Fuente: DATANALISIS. El Cine Venezolano y la Opinión Pública. Febrero 2002.

Base: Entrevista en hogares a 1.000 personas naturales, de sexo masculino y femenino, mayores de 18 años y de estratos socioeconómicos A/B, C, D y E, de acuerdo a un tipo de muestreo polietápico, probabilístico y estratificado (por sexo, edad y estrato socioeconómico), realizadas a nivel nacional, del 22 al 26 de febrero de 2002.

7.3. Asistencia al cine en los últimos seis meses, según sexo, edad, nivel social económico y grupos de edades de la familia. Región Capital. Año 2003. En porcentajes (%).

	Región Capital												
	TOTAL	SEXO		EDAD				N.S.E.			FAMILIAS CON		
		MAS	FEM	18-24	25-34	35-49	50 y +	ABC	D	E	NIÑOS	ADOLESC.	JOVEN.
BASE:	800	412	388	231	201	190	178	262	299	239	457	254	426
SI	29	28	31	46	35	22	10	40	27	18	30	24	35
NO	71	72	69	54	65	78	90	60	73	82	70	76	65

Fuente: HERNÁNDEZ, Tulio. Estudio realizado en Marzo de 2003. El tamaño de la muestra fue de 800 entrevistas, a hombres y mujeres, mayores de 18 años pertenecientes a todos los niveles socioeconómicos residentes en la Gran Caracas (Distrito Capital – Libertador, Chacao, Baruta, Hatillo y Sucre); Altos mirandinos (Guaicaipuro, Salfas, Carrizal); Guarenas-Guatire (Plaza y Zamora); Valles del Tuy (Independencia, Lander, Cristóbal Rojas). Se utilizó un Muestreo semiprobabilístico polietápico, según el cual, en primera instancia se selecciona la parroquia, luego la manzana, después la vivienda y finalmente la persona a entrevistar de acuerdo a unas cuotas preestablecidas. Se establecieron controles según la edad de los entrevistados, que debe fluctuar entre personas mayores de 18 años. En el caso del sexo, dado el tema de investigación, se controló la variable en cuestión por cuotas de igual proporción.

7.4. Que le gusta de ir al cine. Año 1998. En porcentajes (%).

BASE:	500
Respuesta	%
CARACTERÍSTICAS DE LAS SALAS	38
Se ve en pantalla grande	14
El sonido / calidad de sonido	11
Imagen / calidad de imagen	11
DISTRACCIÓN	37
Disfrutar de la película	13
Distracción / Distraerse	16
PELICULAS	31
No tiene cortes comerciales / interrupciones	11
Ver la películas de estreno	7
RELAX	5
Compartir / salir	8
Chucherías	1
Otros	1
Nada / no le gusta el cine	7

Fuente: Encuesta DATOS. Diciembre 1998.

Base: 500 entrevistas realizadas a hombres y mujeres, de edades comprendidas entre 15 y 65 años, que habitan en la ciudad de Caracas, y clasificados de acuerdo a nivel socioeconómico, con una distribución de la muestra en: BC+: 34, C: 252 y D: 213.

7.5. Lo que no le gusta de ir al cine. Año 1998. En porcentajes (%).

BASE:	500
Respuesta	%
COLAS / VOLUMEN DE PERSONAS	56
Las colas / muchas colas para la entrada	50
El despelote de la gente	7
PRECIO	22
El precio de las entradas es muy elevado	22
CONDICIONES DE LA SALA	8
La incomodidad / butacas dañadas / malas / incómodas.	3
INSEGURIDAD	3
PELICULA	3
UBICACIÓN / ESTACIONAMIENTO	1
COMERCIALES	1
OTRAS	4
NINGUNA / TODO LE GUSTA	17

NO SABE / NO DIJO 1

Fuente: Encuesta DATOS. Diciembre 1998.

Base: 500 entrevistas realizadas a hombres y mujeres, de edades comprendidas entre 15 y 65 años, que habitan en la ciudad de Caracas, y clasificados de acuerdo a nivel socioeconómico, con una distribución de la muestra en: BC+: 34, C: 252 y D: 213.

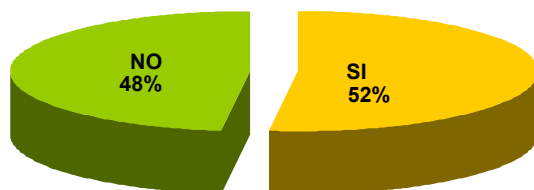
7.6. Razones por las que no asisten al cine en los últimos seis meses, según sexo, edad, nivel social económico y grupos de edades de la familia. Región Capital. Año 2003. En porcentajes (%).

	Región Capital												
	TOTAL	SEXO		EDAD				N.S.E.			FAMILIAS CON		
		MAS	FEM	18-24	25-34	35-49	50 y +	ABC	D	E	NIÑOS	ADOLESC.	JOVEN.
BASE: FILTRADA	595	308	287	142	134	157	162	161	231	203	343	201	300
Falta de tiempo	32	31	34	37	36	36	22	36	36	26	34	36	34
Falta de dinero	11	10	13	13	10	10	13	5	11	18	14	12	11
No me gusta	14	13	16	7	12	15	21	15	13	16	14	14	12
Cara la entrada	24	24	23	19	22	20	32	24	24	24	22	23	23
Las ve en VHS	8	7	8	9	10	9	3	6	11	8	6	8	9
Con la TV tiene	3	4	3	2	4	4	4	4	2	4	3	5	3
Tiene cable	5	5	4	5	2	7	5	6	6	3	5	4	4
Más cómodo en casa	5	6	3	==	7	7	4	7	6	1	3	5	4
No le llama la atención	11	13	8	14	10	11	10	16	7	9	9	9	13
No hay cine en los Valles del Tuy	5	5	5	5	4	6	5	2	9	5	6	7	5
No tiene necesidad	1	1	1	*	1	3	*	1	1	1	1	2	1
No ha tenido la oportunidad	2	2	2	4	3	*	1	3	1	1	2	2	2
Quedan lejos	1	2	1	4	*	1	1	2	1	1	1	1	2
Alquila películas	2	2	1	2	2	1	2	3	1	1	1	1	2
NS / NC	1	*	1	1	1	==	==	1	==	1	*	1	1
Mucho escándalo	==	==	==	==	==	==	==	==	==	==	==	==	==
No me han invitado	1	1	*	1	2	==	1	==	*	2	1	2	*
Estoy mayor para eso	2	==	3	==	1	2	3	4	1	*	2	1	2
Tiene que hacer cola	3	4	1	2	4	1	3	5	1	1	2	2	4
No me gusta leer los subtítulos	1	1	1	3	==	==	1	==	1	2	1	==	1
Es fastidioso	==	==	==	==	==	==	==	==	==	==	==	==	==
Se queda dormido	1	1	1	2	1	==	1	1	==	2	1	==	1
No sale con frecuencia	1	==	2	*	==	==	2	==	1	1	1	==	1
No tiene la costumbre	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	4	2

Base Filtrada. (NO HA IDO AL CINE)

Fuente: HERNÁNDEZ, Tulio. Estudio realizado en Marzo de 2003. El tamaño de la muestra fue de 800 entrevistas, a hombres y mujeres, mayores de 18 años pertenecientes a todos los niveles socioeconómicos residentes en la Gran Caracas (Distrito Capital – Libertador, Chacao, Baruta, Hatillo y Sucre); Altos mirandinos (Guaicaipuro, Salías, Carrizal); Guarenas-Guatire (Plaza y Zamora); Valles del Tuy (Independencia, Lander, Cristóbal Rojas). Se utilizó un Muestreo semiprobabilístico polietápico, según el cual, en primera instancia se selecciona la parroquia, luego la manzana, después la vivienda y finalmente la persona a entrevistar de acuerdo a unas cuotas preestablecidas. Se establecieron controles según la edad de los entrevistados, que debe fluctuar entre personas mayores de 18 años. En el caso del sexo, dado el tema de investigación, se controló la variable en cuestión por cuotas de igual proporción.

7.7. Frecuencia de asistencia al cine en los últimos seis meses. Año 1998. En porcentajes (%).



Fuente: Encuesta DATOS. Diciembre 1998.

Base: 500 entrevistas realizadas a hombres y mujeres, de edades comprendidas entre 15 y 65 años, que habitan en la ciudad de Caracas, y clasificados de acuerdo a nivel socioeconómico, con una distribución de la muestra en: BC+: 34, C: 252 y D: 213.

7.8. Frecuencia de asistencia al cine según sexo, edad, nivel de instrucción y estrato social a nivel nacional. Año 2002. En porcentajes (%).

RESPUESTA	TOTAL	SEXO		EDAD				NIVEL DE INSTRUCCIÓN				ESTRATO SOCIAL			
		MAS	FEM	18-24	25-34	35-49	50 y +	PRIM	SEC	SUP	NC	A/B	C	D	E
BASE: FILTRADA	916	459	457	228	265	243	180	130	429	351	6	29	157	362	368
No sabe / No recuerda	21,9	44,8	55,2	7,5	22,9	27,9	41,8	32,8	39,8	25,9	1,5	1,5	13,4	35,8	49,3
Una vez al año	21,0	44,8	55,2	16,1	31,3	31,3	21,4	15,1	56,3	28,1	0,5	1,0	14,6	42,2	42,2
Una vez al mes	15,9	53,4	46,6	34,9	29,5	26,7	8,9	6,8	39,0	53,4	0,7	4,1	20,5	40,4	34,9
Una vez cada cinco o seis meses	7,9	52,8	47,2	25,0	33,3	29,2	12,5	12,5	45,8	40,3	1,4	1,4	12,5	41,7	44,4
Una vez cada dos meses	7,5	59,4	40,6	44,9	23,2	21,7	10,1	4,3	43,5	52,2	-	2,9	23,2	44,9	29,0
Una vez cada tres o cuatro meses	7,5	58,0	42,0	27,5	36,2	26,1	10,1	4,3	53,6	42,0	-	5,8	13,0	36,2	44,9
Una vez a la semana	6,3	51,7	48,3	39,7	36,2	17,2	6,9	-	56,9	43,1	-	6,9	25,9	43,1	24,1
Una vez cada dos semanas / Dos veces al mes	6,1	50,0	50,0	39,3	28,6	21,1	10,7	5,4	42,9	51,8	-	7,1	25,0	41,1	26,8
Una vez cada tres semanas	2,1	68,4	31,6	47,4	26,3	21,1	5,3	5,3	52,6	42,1	-	10,5	15,8	36,8	36,8
No contesta	1,9	52,9	47,1	11,8	17,6	35,3	35,3	23,5	35,3	41,2	-	5,9	5,9	29,4	58,8
Una vez cada dos años	1,0	11,1	88,9	22,2	33,3	22,2	22,2	22,2	77,8	-	-	-	22,2	11,1	66,7
Dos veces a la semana	0,7	66,7	33,3	66,7	33,3	-	-	-	33,3	66,7	-	-	33,3	50,0	16,7
Entre tres y cuatro veces a la semana	0,2	50,0	50,0	50,0	50,0	-	-	-	100,0	-	-	-	50,0	-	50,0

Base Filtrada. (HAN IDO ALGUNA VEZ AL CINE)

Fuente: DATANALISIS. El Cine Venezolano y la Opinión Pública. Febrero 2002.

Base: Entrevista en hogares a 1.000 personas naturales, de sexo masculino y femenino, mayores de 18 años y de estratos socioeconómicos A/B, C, D y E, de acuerdo a un tipo de muestreo polietápico, probabilístico y estratificado (por sexo, edad y estrato socioeconómico), realizadas a nivel nacional, del 22 al 26 de febrero de 2002.

7.9. Frecuencia de asistencia al cine en los últimos seis meses, según sexo, edad, nivel social económico y grupos de edades de la familia. Región Capital. Año 2003. En porcentajes (%).

	Región Capital												
	TOTAL	SEXO		EDAD				N.S.E.			FAMILIAS CON		
		MAS	FEM	18-24	25-34	35-49	50 y +	ABC	D	E	NIÑOS	ADOLESC.	JOVEN.
BASE: FILTRADA	205	104	101	89	67	33	16	101	68	36	114	53	126
Más de 20 veces	6	7	5	9	2	4	7	10	*	1	8	1	8
De 15-19	2	*	3	2	2	==	==	3	1	==	*	1	2
De 11-14	4	2	5	*	3	14	==	2	4	8	3	==	1
De 6-10	14	16	11	16	16	4	12	16	13	6	10	22	17
De 1-5 VECES	75	74	76	72	76	77	81	69	82	84	79	76	73

Base Filtrada. (VA AL CINE)

Fuente: HERNANDEZ, Tulio. Estudio realizado en Marzo de 2003. El tamaño de la muestra fue de 800 entrevistas, a hombres y mujeres, mayores de 18 años pertenecientes a todos los niveles socioeconómicos residentes en la Gran Caracas (Distrito Capital – Libertador, Chacao, Baruta, Hatillo y Sucre); Altos mirandinos (Guaicaipuro, Salías, Carrizal); Guarenas-Guatire (Plaza y Zamora); Valles del Tuy (Independencia, Lander, Cristóbal Rojas). Se utilizó un Muestreo semiprobabilístico polietápico, según el cual, en primera instancia se selecciona la parroquia, luego la manzana, después la vivienda y finalmente la persona a entrevistar de acuerdo a unas cuotas preestablecidas. Se establecieron controles según la edad de los entrevistados, que debe fluctuar entre personas mayores de 18 años. En el caso del sexo, dado el tema de investigación, se controló la variable en cuestión por cuotas de igual proporción.

7.10. Medio preferido para ver las películas. Año 1998. En porcentajes (%).

Medio para ver películas	TOTAL	SEXO	
		MAS	FEM
Cine	49	57	42
Vídeo	25	22	27
Televisión	24	19	29
NS / NC	2	-	-

Fuente: Encuesta DATOS. Diciembre 1998.

Base: 500 entrevistas realizadas a hombres y mujeres, de edades comprendidas entre 15 y 65 años, que habitan en la ciudad de Caracas, y clasificados de acuerdo a nivel socioeconómico, con una distribución de la muestra en: BC+: 34, C: 252 y D: 213.

7.11. Principales razones para ver las películas en salas de cine. Año 1998. En porcentajes (%).

Principales Razones	%
La pantalla es más grande	31
El sonido es mejor	29
Calidad de imagen	25
Es más cómodo	12
Se ve mejor la película	12
No hay cortes comerciales	11
Hay más emoción	9
Efectos especiales	8
Pasan la película completa	6
Hay más concentración	5

Fuente: Encuesta DATOS. Diciembre 1998.

Base: 500 entrevistas realizadas a hombres y mujeres, de edades comprendidas entre 15 y 65 años, que habitan en la ciudad de Caracas, y clasificados de acuerdo a nivel socioeconómico, con una distribución de la muestra en: BC+: 34, C: 252 y D: 213.

7.12. Factores que se toman en cuenta al seleccionar una película. Año 1998. En porcentajes (%).

Factores	%
Actores	48
Tipo de Película	29
Publicidad	15
Director	8
Otros	1

Fuente: Encuesta DATOS. Diciembre 1998.

Base: 500 entrevistas realizadas a hombres y mujeres, de edades comprendidas entre 15 y 65 años, que habitan en la ciudad de Caracas, y clasificados de acuerdo a nivel socioeconómico, con una distribución de la muestra en: BC+: 34, C: 252 y D: 213.

7.13. En las oportunidades que usted ha ido al cine ¿ha visto alguna película venezolana?., según sexo, edad, nivel de instrucción y estrato social a nivel nacional. Año 2002. En porcentajes (%).

	TOTAL	SEXO		EDAD				NIVEL DE INSTRUCCIÓN				ESTRATO SOCIAL			
		MAS	FEM	18-24	25-34	35-49	50 y +	PRIM	SEC	SUP	NC	A/B	C	D	E
BASE	916	459	457	228	265	243	180	130	429	351	6	29	157	362	368
SI	50,8	51,0	49,0	21,3	28,2	29,7	20,9	12,3	46,9	40,0	0,9	3,2	17,2	40,0	39,6
NO	49,2	49,2	50,8	28,6	29,7	23,3	18,4	16,2	46,8	36,6	0,4	3,1	17,1	39,0	40,8

Base Filtrada (HAN IDO ALGUNA VEZ AL CINE)

Fuente: DATANALISIS. El Cine Venezolano y la Opinión Pública. Febrero 2002.

Base: Entrevista en hogares a 1.000 personas naturales, de sexo masculino y femenino, mayores de 18 años y de estratos socioeconómicos A/B, C, D y E, de acuerdo a un tipo de muestreo polietápico, probabilístico y estratificado (por sexo, edad y estrato socioeconómico), realizadas a nivel nacional, del 22 al 26 de febrero de 2002.

7.14. Última película venezolana vista en el cine, según sexo, edad, nivel de instrucción y estrato social a nivel nacional. Año 2002. En porcentajes (%).

RESPUESTA	TOTAL	SEXO		EDAD				NIVEL DE INSTRUCCIÓN				ESTRATO SOCIAL			
		MAS	FEM	18-24	25-34	35-49	50 y +	PRIM	SEC	SUP	NC	A/B	C	D	E
BASE: FILTRADA	465	237	228	99	131	138	97	57	218	186	4	15	80	186	184
Huele Pega	21,3	52,5	47,5	36,4	28,3	26,3	9,1	5,1	48,5	45,5	1,0	4,0	12,1	47,5	36,4
Manuel Sáenz	12,3	42,1	57,9	33,3	29,8	24,6	12,3	3,5	47,4	49,1	-	7,0	19,3	45,6	28,1
Sicario	11,8	54,5	45,5	32,7	29,1	25,5	12,7	5,5	50,9	43,6	-	1,8	12,7	25,5	60,0
El Pez que fuma de Román Chalbaud	7,5	48,6	51,4	-	14,3	48,6	37,1	25,7	51,4	20,0	2,9	-	11,4	42,9	45,7
Macú la mujer del policía de Solveig Hoogesteijn	6,9	53,1	46,9	9,4	40,6	31,3	18,8	15,6	53,1	31,3	-	-	18,8	43,8	37,5
Amaneció de Golpe de Carlos Azpurua	6,7	48,4	51,6	16,1	35,5	38,7	9,7	12,9	38,7	48,4	-	-	19,4	48,4	32,3
Homicidio Culposo	3,2	66,7	33,3	-	20,0	40,0	40,0	6,7	40,0	46,7	6,7	-	40,0	26,7	33,3
Caracas amor a muerte	3,0	42,9	57,1	28,6	35,7	28,6	7,1	14,3	57,1	28,6	-	-	21,4	21,4	57,1
Santera de Solveig Hoogesteijn	2,4	63,6	36,4	9,1	18,2	45,5	27,3	18,2	36,4	36,4	9,1	-	18,2	54,5	27,3
100 años de perdón de Alejandro Saderman	1,7	37,5	62,5	12,5	12,5	37,5	35,5	25,0	50,0	25,0	-	-	25,0	25,0	50,0
Cangrejo de Román Chalbaud	1,5	28,6	71,4	-	28,6	28,6	42,9	28,6	42,9	28,6	-	14,3	28,6	42,9	14,3
Garimpeiro	1,5	57,1	42,9	42,9	42,9	14,3	-	-	57,1	42,9	-	-	-	71,4	28,6
Soy un delincuente	1,3	83,3	16,7	-	-	-	100,0	33,3	33,3	33,3	-	-	16,7	50,0	33,3
Disparen a matar de Carlos Azpurua	1,1	80,0	20,0	-	20,0	60,0	20,0	40,0	40,0	20,0	-	-	-	40,0	60,0
Pandemonium de Román Chalbaud	1,1	100,0	-	-	60,0	-	40,0	20,0	40,0	40,0	-	-	20,0	40,0	40,0
Sadel, aquél cantante	0,9	75,0	25,0	-	-	50,0	50,0	-	25,0	75,0	-	-	25,0	50,0	25,0
Simplicio de Franco Rubartelli	0,9	75,0	25,0	25,0	25,0	-	50,0	25,0	50,0	25,0	-	-	-	25,0	75,0
Cangrejo II de Román Chalbaud	0,6	-	100,0	-	-	-	100,0	100,0	-	-	-	-	66,7	-	33,3
Una vida y dos mandados de Alberto Arvelo	0,6	33,3	66,7	-	66,7	-	33,3	-	-	100,0	-	33,3	-	-	66,7
Desnudo con naranjas de Luis Alberto Lamata	0,6	66,7	33,3	33,3	-	66,7	-	-	66,7	33,3	-	-	-	66,7	33,3
Señora Bolero de Marilda Vera	0,4	-	100,0	-	50,0	50,0	-	-	-	100,0	-	-	100,0	-	-
Carmen la que contaba 16 años	0,4	50,0	50,0	-	-	50,0	50,0	-	100,0	-	-	-	-	50,0	50,0
Doña Bárbara	0,4	100,0	-	-	100,0	-	-	-	50,0	50,0	-	-	50,0	50,0	-
Canción mansa para un pueblo bravo	0,4	50,0	50,0	-	-	50,0	50,0	-	100,0	-	-	-	-	-	100,0
Domingo de Resurrección	0,4	-	100,0	-	-	100,0	-	-	-	100,0	-	-	50,0	50,0	-
Macho y Hembra	0,4	-	100,0	-	-	100,0	-	50,0	50,0	-	-	-	-	-	100,0
Roraima de Carlos Oteiza	0,4	50,0	50,0	-	50,0	-	50,0	50,0	-	50,0	-	-	-	50,0	50,0
Jericó de Luis Alberto Lamata	0,4	100,0	-	-	100,0	-	-	-	100,0	-	-	-	50,0	50,0	-
Otras menciones	3,2	60,0	40,0	26,7	33,3	20,0	20,0	6,7	66,7	26,7	-	6,7	20,0	46,7	26,7
No Recuerda	1,7	75,0	25,0	12,5	25,0	12,5	50,0	25,0	50,0	25,0	-	12,5	25,0	25,0	37,5
No Contesta	4,7	22,7	77,3	9,1	22,7	27,3	40,9	27,3	27,3	45,5	-	9,1	18,2	27,3	45,5

Base Filtrada: HAN VISTO PELÍCULAS VENEZOLANAS

Fuente: DATANALISIS. El Cine Venezolano y la Opinión Pública. Febrero 2002.

Base: Entrevista en hogares a 1.000 personas naturales, de sexo masculino y femenino, mayores de 18 años y de estratos socioeconómicos A/B, C, D y E, de acuerdo a un tipo de muestreo polietápico, probabilístico y estratificado (por sexo, edad y estrato socioeconómico), realizadas a nivel nacional, del 22 al 26 de febrero de 2002.

7.15. Razones por las que no ha visto una película venezolana en el cine, según sexo, edad, nivel de instrucción y estrato social a nivel nacional. Año 2002. En porcentajes (%).

Respuesta	TOTAL	SEXO		EDAD				NIVEL DE INSTRUCCIÓN				ESTRATO SOCIAL			
		MAS	FEM	18-24	25-34	35-49	50 y +	PRIM	SEC	SUP	NC	A/B	C	D	E
BASE: FILTRADA	451	222	229	129	134	105	83	73	211	165	2	14	77	176	184
Las veces que he podido ir al cine no hay películas venezolanas	39,5	47,8	52,2	28,9	27,2	23,9	20,0	17,2	45,6	36,7	0,6	1,7	18,3	37,2	42,8
No me gustan/ Son malas/ La producción es de baja calidad	23,7	52,7	47,3	34,5	30,9	21,8	12,7	5,5	54,5	39,1	0,9	1,8	20,0	39,1	39,1
Las pasan por corto tiempo en los cines	8,3	52,6	47,4	26,3	44,7	21,1	7,9	15,8	50,0	34,2	-	5,3	15,8	39,5	39,5
Les hacen poca publicidad/ No las promocionan suficientemente	6,4	62,1	37,9	31,0	27,6	24,1	17,2	31,0	27,6	41,4	-	3,4	13,8	37,9	44,8
Son muy violentas/ Son muy sórdidas/ Son muy crudas	3,9	47,4	52,6	31,6	42,1	5,3	21,1	5,3	26,3	68,4	-	5,3	31,6	47,4	15,8
Explotan mucho el sexo/ Aparece mucho sexo	3,5	27,8	72,2	11,1	33,3	22,2	33,3	11,1	38,9	50,0	-	11,1	5,6	50,0	33,3
Explotan mucho la delincuencia	2,2	10,0	90,0	10,0	30,0	50,0	10,0	20,0	60,0	20,0	-	-	10,0	60,0	30,0
Las pasan por televisión	1,5	71,4	28,6	28,6	14,3	42,9	14,3	14,3	42,9	42,9	-	-	14,0	28,6	57,1
Tienen mensajes muy pesimistas/ No ofrecen mensajes optimistas	0,9	75,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	-	50,0	50,0	-	25,0	-	50,0	25,0
El lenguaje es vulgar/ grosero	0,9	25,0	75,0	-	25,0	25,0	50,0	-	25,0	75,0	-	25,0	50,0	25,0	
No ha tenido la oportunidad	0,9	25,0	75,0	25,0	25,0	-	50,0	50,0	50,0	-	-	-	-	75,0	25,0
No le atrae el cine/ No ha ido al cine en mucho tiempo	0,9	25,0	75,0	-	-	-	100,0	100,0	-	-	-	-	25,0		75,0
Falta de tiempo	0,4	-	100,0	-	50,0	50,0	-	50,0	50,0	-	-	-	-	50,0	50,0
No tiene dinero cuando la proyectan	0,4	100,0	-	100,0	-	-	-	-	100,0	-	-	-	-		100,0
Las alquila/ Ve las películas en su casa	0,4	50,0	50,0	-	50,0	-	50,0	50,0	50,0	-	-	-	-	100,0	-
Siempre es la misma trama de problemas	0,4	-	100,0	-	100,0	-	-	-	-	100,0	-	50,0	50,0	-	-
Son obsoletas/ No dejan ningún mensaje	0,2	100,0	-	100,0	-	-	-	-	100,0	-	-	-	-	100,0	-
No le agradan los argumentos	0,2	100,0	-	-	100,0	-	-	-	100,0	-	-	-	-	100,0	-
Son de contenido vergonzoso	0,2	100,0	-	-	-	-	100,0	-	100,0	-	-	-	-		100,0
Las colas son muy largas	0,2	-	100,0	-	-	-	100,0	-	-	100,0	-	-	-	100,0	-
Son más de lo que se vive a diario	0,2	-	100,0	-	100,0	-	-	-	-	100,0	-	-	-	-	100,0
El cine le queda muy lejos	0,2	100,0	-	-	-	100,0	-	-	100,0	-	-	-	-		100,0
Dan asco/ son puras porquerías	0,2	100,0	-	-	-	-	100,0	-	100,0	-	-	-	100,0	-	-
Era menor de edad	0,2	-	100,0	100,0	-	-	-	-	100,0	-	-	-	-	100,0	-
Están cargadas de política / corrupción	0,2	-	100,0	-	-	-	100,0	-	-	100,0	-	-	-	100,0	-
No contesta	2,7	25,0	75,0	8,3	8,3	58,3	25,0	50,0	41,7	8,3	-	-	-	33,3	66,7

Base Filtrada (NO HAN VISTO PELÍCULAS VENEZOLANAS).

Fuente: DATANALISIS. El Cine Venezolano y la Opinión Pública. Febrero 2002.

Base: Entrevista en hogares a 1.000 personas naturales, de sexo masculino y femenino, mayores de 18 años y de estratos socioeconómicos A/B, C, D y E, de acuerdo a un tipo de muestreo polietápico, probabilístico y estratificado (por sexo, edad y estrato socioeconómico), realizadas a nivel nacional, del 22 al 26 de febrero de 2002.

7.16. Lo que hace el venezolano los fines de semana. Año diciembre 2003. En porcentajes (%).

RESPUESTA	%
Casa de familiares y amigos	52,1
Me quedo en casa descansando	46,8
Parques / Montañas / Lugares al aire libre	18,7
Centros Comerciales	15,5
Discotecas / Bares / Lugares nocturnos	11,2
Cine	10,6
Restaurantes / Cafés	6,7
Club	3,0
Heladerías	2,5
Otro	19,2
No Contesta	0,9

Base: 1.000 - **Menciones:** 1.997

Fuente: DATANALISIS. Indicadores de los Visitantes de los Centros Comerciales. Estudio patrocinado por Cámara Venezolana de Centros Comerciales. 900 entrevistas realizadas a personas naturales, residenciadas en las ciudades de Caracas, San Antonio de los Altos, Los Teques, Guarenas, Guatire, Maracay, Valencia, Barquisimeto, Puerto Ordaz, San Félix, San Cristóbal, Mérida, Valera, Puerto la Cruz, Barcelona y Maracaibo, mayores de 18 años de edad, de ambos sexos y de estratos socioeconómicos A/B, C, D y E; del 8 al 17 de septiembre de 2003.

7.17. Actividades que realizan los venezolanos en los centros comerciales. La última vez que fue a un centro comercial ¿qué actividades realizó Usted?. En porcentajes (%).

RESPUESTA	%
Sólo paseo por las tiendas	35,8
Hizo compras para el Hogar	28,0
Comió en un sitio de comida rápida / Areperas / Heladería	18,9
Fue al Cine	10,0
Hizo otro tipo de compras (ropa, zapatos, etc)	9,3
Hizo alguna diligencia bancaria	8,2
Efectuó el pago de algún servicio (agua, luz, etc.)	7,9
Comió en un restaurante	4,2
Fue a la peluquería / barbería	2,6
Fue a un Centro de Telecomunicaciones	1,1
Ir al Bingo	0,8
Navegar en Internet	0,5
Jugar maquinita	0,5
Trabajar	0,5
Información sobre aparato celular	0,5
Pasear al niño	0,3
Buscar trabajo	0,3
Discoteca	0,3
Visitar a una amiga	0,1
Tomar cerveza	0,1
Visitar clientes	0,1
Vender publicidad	0,1
Dar clases de Baile	0,1

Base: 760 - **Menciones:** 995

Fuente: DATANALISIS. Indicadores de los Visitantes de los Centros Comerciales. Estudio patrocinado por Cámara Venezolana de Centros Comerciales. 900 entrevistas realizadas a personas naturales, residenciadas en las ciudades de Caracas, San Antonio de los Altos, Los Teques, Guarenas, Guatire, Maracay, Valencia, Barquisimeto, Puerto Ordaz, San Félix, San Cristóbal, Mérida, Valera, Puerto la Cruz, Barcelona y Maracaibo, mayores de 18 años de edad, de ambos sexos y de estratos socioeconómicos A/B, C, D y E; del 8 al 17 de septiembre de 2003.

7.18. Principales actividades que realizan los venezolanos en los centros comerciales, por edad. En porcentajes (%).

RESPUESTA	18-24	25-34	35-49	+ 50
Paseó por las tiendas	40,1	34,1	37,8	28,5
Hizo compras para el Hogar	8,5	27,2	30,8	40,8
Comió en un sitio de comida rápida / Areperas / Heladería	20,3	21,7	18,9	12,4
Fue al Cine	18,4	8,8	5,5	-
Hizo otro tipo de compras (ropa, zapatos, etc)	8,5	12,0	8,0	8,5
Hizo alguna diligencia bancaria	-	-	14,9	6,9
Efectuó el pago de algún servicio (agua, luz, etc.)	-	-	-	16,9
Comió en un restaurante	-	-	-	6,9

Fuente: DATANALISIS. Indicadores de los Visitantes de los Centros Comerciales. Estudio patrocinado por Cámara Venezolana de Centros Comerciales. 900 entrevistas realizadas a personas naturales, residenciadas en las ciudades de Caracas, San Antonio de los Altos, Los Teques, Guarenas, Guatire, Maracay, Valencia, Barquisimeto, Puerto Ordaz, San Félix, San Cristóbal, Mérida, Valera, Puerto la Cruz, Barcelona y Maracaibo, mayores de 18 años de edad, de ambos sexos y de estratos socioeconómicos A/B, C, D y E; del 8 al 17 de septiembre de 2003.

GLOSARIO. Carlos E. Guzmán Cárdenas.

ACTIVIDADES DE DESARROLLO Y FOMENTO DE LA CINEMATOGRAFÍA NACIONAL: Son aquellas destinadas a producir, incentivar, estimular, financiar, subvencionar y hacer accesible a todo público las obras cinematográficas nacionales, tanto en el mercado nacional como el internacional.

ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN: Son aquellas destinadas a lograr que la cinematografía nacional pueda llegar, en los distintos soportes y en cualquier medio audiovisual, al mayor número de personas.

ACTIVIDADES DE PROTECCIÓN: Son aquellas que permiten que la cinematografía nacional y las obras cinematográficas que se exhiban y distribuyan en el país, lo hagan en condiciones tales que estén garantizados y queden satisfechos los derechos del espectador cinematográfico, los de los productores, autores, realizadores, distribuidores, exhibidores, difusores y en general los del personal vinculado a la cinematografía.

ACTIVIDADES ECONÓMICAS CARACTERÍSTICAS DE LA CULTURA (AECC): Se refiere a aquellas actividades económicas que aportan a la cultura, y que se encuentran diseminadas o comprendidas por el lado de la oferta de acuerdo a la clasificación CIIU, en diversos sectores, subsectores, ramas y actividades de la economía de un país. Ahora bien, por el lado de la demanda agregada también los bienes y servicios culturales se encuentran insertos en el consumo y en la formación bruta de capital fijo, en las exportaciones netas y las importaciones. Existen básicamente tres tipos de actividades en el sector cultural; **las directas, las indirectas y los insumos. Tipo 1:** Corresponde a actividades directas, estrictamente ligadas con la producción del sector de la cultura. Es decir, son actividades de creación y producción original de bienes y servicios culturales. **Tipo 2:** Incluye las actividades conexas a los procesos de producción o actividades indirectas. Son actividades que tienen que ver con el uso y la difusión de las creaciones culturales. **Tipo 3:** Incluye los principales insumos requeridos, es decir, comprende las producciones que son demandadas por los sectores en los escenarios anteriores.

AGENTES CULTURALES: En el proceso de producción, difusión, comercialización y consumo de los bienes y servicios culturales, interviene una multiplicidad de agentes, que cumplen diversas funciones. Esta diversificación de agentes es la expresión de una **división social del trabajo en la producción cultural**. Los principales agentes, según la función que desempeñan, son: el autor (creador, escritor, guionista, "letrista", compositor, etc.); el intérprete (músico, cantante, actor, bailarín, etc.); el representante artístico; el productor (editor de libros, periódicos, fonogramas, videogramas, películas, etc.); el gestor cultural, público o privado; el industrial (fabricante de discos, duplicador de copias, procesador e impresor de textos, laboratorios de películas, estudios de sonido, multicopiador de videos, productor de insumos básicos, etc.); el propietario de medios (propietario de periódicos, concesionario de ondas radiales o televisivas); el editor-productor (compañías independientes de radio y televisión, por ejemplo); el distribuidor mayorista (distribuidor cinematográfico, videográfico, televisivo, editorial, etc.); el comerciante minorista (salas de cine, comercio de vídeo pre pago, librerías, discotiempos,

kioscos, etc.); las instituciones culturales (bibliotecas públicas, museos, sociedades literarias, asociaciones culturales, etc.); el consumidor (lector, radioescucha, televidente, espectador, etc.); el anunciante (empresas, instituciones, Estado); la agencia de publicidad; las fundaciones; las instituciones educativas, públicas y privadas, que forman a los propios agentes culturales (artistas, periodistas, comunicadores, bibliotecólogos, gestores culturales, etc.); etc.

ARTES DEL ESPECTÁCULO: "(...) se ha asumido una interpretación amplia del concepto de artes escénicas, estrechamente asociado con la llamada "industria" del espectáculo. Incluye, por lo tanto, toda presentación en escenarios cerrados o al aire libre, en las áreas de teatro, conciertos, recitales, coral, folclore, ballet, ópera, circo, mimos y títeres, festivales de la canción, competencias de bailes, shows y otros. Básicamente se trata de espectáculos con representación en vivo para los cuales se convoca un público con aforos claramente determinados, tanto en salas como en grandes escenarios (coliseos, parques, plazas, etc.), en los que se aplica el concepto de la 'taquilla' " (Gobierno de Chile, Ministerio de Educación, División de Cultura. 2001: p.83).

AUDIENCIA CULTURAL: Hablar de audiencia en el dominio de las actividades culturales implica mayoritariamente hablar del público asistente. Una audiencia que constituye para muchos la base o la materia prima de toda actividad cultural. Sin público, las manifestaciones culturales no tendrían razón de ser. Pero hablar de público en este contexto, conlleva considerar no sólo a los consumidores presentes o asistentes a una actividad cultural sino también a los consumidores pasados y los potenciales. Por audiencia se está haciendo referencia, como señala DIGGLE (1994), a una continua masa de gente favorablemente inclinada hacia las actividades culturales, de la que algunos han materializado el acto de compra en un pasado reciente. En resumen, la audiencia cultural entendida como público engloba a todos los posibles consumidores finales de las actividades propias de este campo. Los estudios de público han adquirido también un vigor inusitado impulsados por la competencia voraz de las industrias culturales. Sin embargo, se trata de un impulso que no se traduce en un mayor conocimiento público de las evoluciones de las audiencias, ya que los sondeos cuantitativos de mercado de las industrias culturales periodísticas, de radio, cine, video y televisión -que desarrollan sus propios centros de investigación o recurren con mayor o menor éxito a la investigación mercadotécnica- no es dado a conocer más que ocasionalmente como publicidad de los propios medios. Por lo anterior, tales estudios, no obstante su efectividad, no son acumulativos ni de fácil acceso, como para contribuir a evaluar globalmente las políticas culturales.

AUDITORIO: Sala de audición o de conciertos en que se presentan eventos culturales, tales como: festivales, teatro, eventos musicales, etcétera.

AVANCE DE PELÍCULAS ("TRAILERS"): La obra cinematográfica menor de cinco (5) minutos que promociona una obra cinematográfica de mayor duración.

BIENES CULTURALES: Son todos aquellos bienes de consumo que transmiten ideas, valores simbólicos y modos de vida, informan o entretienen contribuyendo a forjar y a difundir la identidad colectiva así como a influir las prácticas culturales. Protegidos por el derecho de autor, los bienes culturales están basados en la creatividad, sea esta individual o colectiva. Su singularidad consiste en que se transmite sobre soportes capaces de ser reproducidos industrialmente y multiplicados para su circulación masiva. Libros, revistas, productos multimedia, software, grabaciones sonoras, películas, videos y series audiovisuales, productos artesanales y de diseño, constituyen así la rica oferta cultural a disposición de los ciudadanos.

CADENA EXHIBIDORA: Empresa exhibidora o asociación de empresas propietarias, administradoras o arrendatarias de varias salas de exhibición.

CANTIDAD DEMANDADA DE CINE (ASISTt): Se mide a través de la asistencia media por habitante por año. Esta variable se obtiene como resultado del cociente entre el número total de espectadores que han acudido al cine en un año concreto y el volumen total de la población. Los datos correspondientes al número de espectadores proceden de las estadísticas del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (C.N.A.C) y el volumen total de la Población de los Anuarios del Instituto Nacional de Estadísticas (I.N.E). El indicador de Cantidad Demanda de Cine, durante el período 1984 – 2002, el cual llamamos **Asistencia (ASISTt)** nos indica que no existe un comportamiento uniforme en la conducta del venezolano y la tendencia ha sido a la disminución en la asistencia a ver películas en

las salas de cine. Podemos observar el valor más bajo de asistencia en el año 1997 de 0,49 personas y el valor más alto en 1988 de 1,73 personas.

CAPACIDAD DE ESPACIO DISPONIBLE: Producto obtenido al multiplicar el número de butacas por el número de funciones, por el total de día de exhibición al año.

CENTROS DE CULTURA CINEMATOGRAFICA: Se consideran Centros de Cultura Cinematográfica, los cineclubes, centros docentes o de investigación que se dediquen en forma exclusiva y continua a la divulgación, investigación o docencia en materia cinematográfica y que se encuentren registrados como tales en el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía.

CIFRA DE CONTINUIDAD: El número mínimo de boletos que debe vender una obra cinematográfica en una sala de exhibición, para lograr el promedio de dicha sala en un lapso de cinco (5) días a partir del primer día de exhibición, para continuar sus presentaciones al público.

CINE: Lugar físico que cuenta con espacio para butacas cuya actividad principal es la exhibición de películas bajo requerimientos de espacio, pantalla y reproductores de sonidos específicos.

CINEMA: Lugar físico con dos salas con espacio para butacas cada una y pantalla y equipo de sonido independientes para la exhibición de películas.

CINEMATOGRAFÍA NACIONAL: Todas aquellas actividades vinculadas con la producción, realización, comercialización, distribución, exhibición, fomento, rescate y preservación de obras cinematográficas nacionales en el territorio de la República.

CINES DE ESTRENO O DE PRIMER TURNO: Aquellas salas de exhibición en condiciones superiores situadas en las capitales de estados o en ciudades de más de cien mil habitantes, con fijación de programación semanal y cuyo precio de entrada corresponde a la escala superior de los aprobados, por ciudades.

CINES DE SEGUNDO TURNO: Aquellas salas de exhibición con fijación de programación semanal o fracción de semana, cuyo precio de entrada corresponda a la escala inferior de precios, de los aprobados para los cines de estreno por ciudades.

CINES DE TERCER TURNO: Aquellas salas de cine con fijación de programación o intermedia y cuyo precio de entrada sea inferior a los cines de segundo turno.

COMERCIALIZACIÓN: Todas aquellas actividades con fines pecuniarios vinculadas con la distribución, exhibición y difusión de obras cinematográficas que se realicen en el territorio nacional e internacional.

CONSUMO CULTURAL: La primera dificultad para abordar el tema del consumo cultural ha sido la discusión sobre lo que en definitiva se podrá entender como "consumo" y, por supuesto, por "consumo cultural". En general, siempre ha estado asociado a gastos suntuarios, escenario del control económico y político o consumismo. Los economistas, de manera bastante compleja, lo explican por relaciones entre precios y salarios, inflación e índices de precios al consumidor, leyes de expansión y contracción de los mercados; por su parte, las ciencias sociales han apostado por los factores cualitativos determinados por las interacciones sociales. Lo cierto del caso, es que acercándonos a una noción proveniente de distintas disciplinas podríamos definirlo como: *"un acto donde las clases y grupos compiten por la apropiación del producto social, que distingue simbólicamente, integra y comunica, objetiva los deseos y ritualiza su satisfacción"*.

Es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos.

COPRODUCCIÓN CERTIFICADA COMO NACIONAL: Obra cinematográfica de carácter no publicitario o propagandístico realizada en coproducción con uno o varios países, que reúna las condiciones para ser certificada como producto nacional por el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía, de conformidad con el artículo 81 del Reglamento de la Ley de Cinematografía Nacional. Decreto 2.430 de 29-05-2003. G.O. N° 37.733 de 16-07-2003 .

CORTO PROPAGANDÍSTICO: La obra cinematográfica no mayor de cinco (5) minutos que informa con fines motivadores, destinada a orientar un flujo de opiniones hacia ideas o servicios para producirle beneficios al patrocinante.

CORTO PUBLICITARIO: La obra cinematográfica no mayor de dos (2) minutos que informa con fines motivadores, destinada a orientar un flujo de usuarios hacia productos o servicios con el objeto de producir beneficios económicos. Se exceptúan avances de películas.

CORTOMETRAJE: Obra cinematográfica cuya duración de proyección es inferior a los treinta (30) minutos.

COSTO PRESUPUESTARIO DE UNA ENTRADA AL CINE POR PERSONA: Utilizando los valores nominales de la RENTAt (ingreso disponible por persona), y del PRECIOt (precio promedio del cine) el resultado general nos indica que las personas para asistir a las salas de cine deben asignar en promedio entre un 2,5 y un 1,5 % de su presupuesto mensual para comprar una entrada.

CUOTA DE PANTALLA: Porcentaje de obra cinematográfica nacional a ser exhibido en las salas de exhibición, calculados sobre la base de “semana cine”.

DEFLACTOR DEL P.I.B.: Indicador estadístico que permite eliminar la ilusión inflacionista que abulta artificialmente el valor de los bienes y servicios. Permite pasar de una magnitud expresada en precios corrientes (nominal) a una magnitud en precios constantes (real).

DISTRIBUIDOR: Persona natural o jurídica que ejerza los derechos de explotación, de reproducción y de comunicación pública de obras cinematográficas por cualquier medio de difusión, a los fines de su arrendamiento o venta a los exhibidores. Realizan la conexión de las obras, entre los productores y las ventanas de exhibición. Ellos comercializan o difunden, contando con los derechos respectivos y cumpliendo con los requisitos legales para tal acción. Los derechos son específicos para cada ventana de exhibición: salas de cine comercial, salas de difusión cultural sin fines de lucro, canales de televisión abierta, canales de TV cable, satélite, TV *pay per view*, mercado de arriendo y venta de videos y DVD, entretenimiento de aviones, Internet, etc. Por tanto, pueden existir más de un distribuidor para una misma película, según la ventana de exhibición. a) La exhibición comercial de salas de cine: salas pertenecientes a cadenas de exhibición e independientes; b) La exhibición de difusión cultural: salas de cine arte, salas y red de video; c) canales de TV regional y local: transmisión señal aérea (TV abierta) y por cable; d) Tiendas de arriendo o venta de videos y DVD.

DISTRIBUCIÓN DE PELÍCULAS Y CINTAS DE VIDEO: La distribución de películas y cintas de vídeo a otras industrias, pero no al público en general; consiste en la venta o el alquiler de películas y cintas de vídeo a otras industrias, así como en las actividades relacionadas con la distribución de películas y cintas de vídeo, tales como las de alquiler, entrega, archivo, etc. Comprende: La compra y la venta de derechos de distribución de películas y cintas de vídeo

DOCTRINA DE EXCEPCIÓN CULTURAL: La doctrina de la “*excepción cultural*” se basa en el principio de que bienes y servicios culturales, en razón de su vinculación con la cultura, son de una naturaleza particular que va más allá del puro aspecto comercial. Comportan contenidos, valores y modos de vida que expresan la identidad cultural de un país y reflejan la diversidad creativa de sus individuos. Sin embargo, durante la última etapa de las negociaciones de la Ronda Uruguay, algunos países consideraron que la aplicación de los principios del GATT –sobre todo el tratamiento nacional y la cláusula de nación más favorecida- al comercio de bienes y servicios culturales y a las transacciones de derecho de autor amenazaba el hecho de tomar en cuenta la especificidad cultural de estos bienes y servicios en beneficio de sus aspectos puramente mercantiles. La viabilidad y supervivencia de las industrias culturales –especialmente el cine y el audiovisual- puede depender tan solo de la restricción a las importaciones de productos similares o de subvenciones concedidas por el Estado a industrias nacionales que tienen carácter cultural. Sometidas únicamente a las reglas de carácter comercial, como cualquier otro sector de la actividad, serían rápidamente reemplazadas por empresas sólidamente financiadas en razón de su carácter monopólico o de su implantación multinacional. Es por lo que algunos negociadores consideran necesaria la existencia de medidas de acción positivas para mantener y desarrollar una producción nacional económicamente viable, capaz de reflejar las

expresiones culturales locales y de evitar la homogeneidad de gustos y comportamientos sociales. Al final de las negociaciones, los países que defendían el mismo punto de vista adoptaron una actitud común: no aplicar las normas de las OMC a la circulación internacional del cine y el audiovisual. La “excepción cultural” carece de valor jurídico y no se menciona explícitamente en ninguno de los acuerdos. Las conclusiones del coloquio de expertos sobre *“Cultura: ¿Una mercancía como cualquier otra?”* (UNESCO, 1999), que continuaba las recomendaciones del Plan de Acción de la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales para el desarrollo (Estocolmo, 1998), demostraron que es posible llegar a un acuerdo a partir del momento en “que se entiende que la cultura no es solamente economía o algo económico”. Si bien es cierto que la fórmula “excepción cultural” fue atribuida a Francia, el principio de excepción –cuando los intereses nacionales está comprometidos- ya había sido invocado por los Estados Unidos para permitir su adhesión al primer tratado internacional sobre la circulación de bienes culturales, conocido como “Acuerdo de Florencia”.

ECONOMETRÍA: Aplicación de las técnicas matemáticas y estadísticas al análisis de los fenómenos económicos.

ECONOMÍA CULTURAL: “Se pueden definir asimismo otras características relevantes de este tipo de industrias, como las economías de escala, la difícil cuantificación del valor agregado que se genera en la actividad creativa, la intensidad en la utilización de recursos humanos, los riesgos e incertidumbre que implican lanzar un producto al mercado debido a la necesidad de invertir en activos altamente específicos, por el lado de la oferta, y la esencia errática e impredecible de la demanda y el ciclo de vida corto de los productos. En este contexto, los productores cumplen un rol muy importante a la hora de asumir los riesgos que implica lanzar un producto al mercado. La demanda de este tipo de productos es, en su mayoría, altamente dependiente del ingreso –libros, discos, conciertos, televisión cerrada, etc.– como así también de los gustos, preferencias y modas de cada mercado, los cuales suelen ser cambiantes. En general, un autor no puede asumir este tipo de riesgos por sí mismo”. (OMPI. 2002: p. 16).

ECONOMÍA DE LA CULTURA: De acuerdo al Informe publicado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2002:p.13) sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos, en términos de su incidencia sobre el Producto Interno Bruto (PIB) en los países miembros del MERCOSUR y Chile, la economía de la cultura, comprende: “...actividades y procesos diversos, con lógicas sociales y económicas diferentes. Incluye el arte, en sus diversas manifestaciones (música, teatro, plástica, artesanía, etc.), incluyendo el espectáculo artístico en vivo, el patrimonio cultural y su conservación (museos, etc.); las “bellas artes” y otras artes –excluidas de los conceptos restrictivos de cultura. En particular, se destacan los productos de representación, como la puesta en escena de obras de teatro o los recitales de música, o en forma más amplia comprendiendo a los espectáculos o fiestas de todo tipo en que se ejecuten obras de algún autor. El producto de estas industrias es un servicio que es consumido en el mismo acto de su producción. Esta cualidad de dichos productos artísticos les imprime un carácter único e irrepetible. Incluye, aún, las denominadas industrias culturales (cine, libros, discos, etc.), actividades que producen en escala masiva y mediante métodos industriales, bienes materiales que reproducen las creaciones culturales (literarias, musicales, dramáticas, etc.); y las industrias cuyo producto es un soporte físico de la obra, como es el caso de la industria editorial o de la discográfica, cuyo producto es un objeto que es consumido por el público a lo largo de toda su vida útil, siendo posible que se realicen múltiples lecturas o audiciones. La existencia de dichos productos está unida al desarrollo de la tecnología de reproducción, desde Gutenberg al DVD, e implica que cada producto que incluye una obra es reproducido múltiples veces.”

ELASTICIDAD: Designa la variación relativa de una magnitud (efecto), con respecto a la variación relativa de otra magnitud (causa).

EMPLEO CULTURAL: La cultura es una importante fuente de trabajo para creadores, intérpretes, empresarios, empleados y trabajadores independientes de empresas productoras, industriales, de medios, de comercialización mayorista y minorista, de agencias de publicidad, instituciones culturales, etc., así como para quienes se ocupan en actividades anexas, encadenadas a la producción cultural, en servicios técnicos, de apoyo, etc. El empleo cultural está conformado por diferentes categorías de puestos de trabajo, que a su vez implican distintas calificaciones laborales. Una primer categoría está integrada por creadores, artistas, intérpretes, dibujantes, etc. y constituye el núcleo clave de la

producción cultural. El valor de la producción cultural está determinado en gran proporción por el trabajo de esta categoría, caracterizado por la creatividad y originalidad. Una segunda categoría, próxima a la anterior, la integran periodistas, locutores, técnicos, etc., también con una elevada formación profesional, pero cuyo trabajo no es propiamente creativo. En su entorno, trabajan otras categorías laborales con menores requisitos de calificación: obreros, personal de servicio, administrativos, vendedores, etc., que constituyen la mayoría de los trabajadores del complejo cultural.

ENTIDAD FEDERAL: La mayor unidad de división político- territorial de Venezuela.

ENTRADA BRUTA: Producto de la venta al público de los boletos de admisión a la sala de exhibición de obras cinematográficas.

ENTRADA NETA: La cantidad que se obtiene al excluir de la entrada bruta el impuesto municipal y cualquier otro impuesto, tributo o tasa especial.

EQUIPO FOTOGRAFICO: cámaras fotográficas, proyectores de diapositivas, flash, trípode, lentes, filtros, objetivos, medidores de luz y otros accesorios de fotografía y equipos de revelar fotografía.

EQUIPO CINEMATOGRAFICO: cámaras fijas y móviles y con registro de sonido, videocámaras, tomavistas, proyectores de películas, equipos de procesamiento y ampliación de películas, pantallas, visores, lentes, filtros y medidores de luz, trípodes, flash, aparatos de revelar, objetivos, visores tridimensionales y otros accesorios de cinematografía.

ESPECTADOR CINEMATOGRAFICO: Toda persona natural que presencie o solicite para uso particular no comercial, obras cinematográficas fijadas en cualquier soporte.

ESTABLECIMIENTO CINEMATOGRAFICO: Lugar físico cuya actividad principal y permanente es la exhibición de películas, independientemente de que se persigan o no fines lucrativos y de que forme parte del sector público o privado (conocidos también como cines).

ESTABLECIMIENTOS PARA ESPECTACULOS PÚBLICOS: Lugar físico que cuenta con espacio para el público y el espectáculo, cuya finalidad es proporcionar esparcimiento y diversión, independientemente de que se persigan o no fines lucrativos y de que forme parte del sector público o privado.

ESTRENO: La presentación en forma continua de una obra cinematográfica que se exhiba por primera vez en Salas de Exhibición certificadas como Categoría A por el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía, y las exhibidas en Salas de Exhibición Categoría B, cuando en la ciudad o poblado no existan Salas de Exhibición Categoría A. Se excluyen la premier, el preestreno, los festivales y las exhibiciones de carácter cultural sin fines de lucro.

ESTRUCTURA DEL PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS: La presente terminología corresponde a la composición de los diferentes niveles tanto de ingresos como de gastos que componen el presupuesto institucional.

EXHIBIDOR: Persona natural o jurídica que hace accesible al público la obra cinematográfica por el medio de difusión que detenta, previa adquisición o arrendamiento de los derechos de comunicación pública.

FILM (FILMt): Recoge el número de películas exhibidas en el país cada año. El espectador no tiene capacidad de influir sobre la oferta de películas, por lo tanto la variable FILMt puede ser considerada exógena. Analizando las cantidades totales de películas tanto nacionales como extranjeras exhibidas en las salas de cines durante el período 1984-2002, se puede apreciar que la mayor cantidad de películas exhibidas en Venezuela fue en el año 1985 con 379 películas y la menor cantidad de películas exhibidas fue en el año 1998 con 147 películas. Podemos observar como a partir del año 1993 han ido disminuyendo consecutivamente las cantidades de películas exhibidas lo que también repercute en las cantidades de espectadores que asisten a las salas de cine y por ende en los ingresos totales de las mismas.

FOB: Valor de la mercancía en el puerto de embarque sin incluir flete y seguro.

FUNCIÓN: Se identifica por un horario (turno) y programación (lapso) diaria y específica de la proyección de una o más cintas cinematográficas con fines diversos como: culturales, artísticos, de esparcimiento, etc.

FUNCIÓN DE CONSUMO CULTURAL: El consumo es función del ingreso del individuo e ingreso disponible de manera directa, precio del bien en cuestión, de los demás bienes, y de los gustos del individuo. A partir de lo anterior se podría construir parcialmente la función de consumo cultural (C_C) de la siguiente manera, siendo su principal diferencia el tipo de relación (directa: +, indirecta: - o neutra: 0) con el consumo cultural:

$$C_C = f(Y_D, Y, P_{BC}, P_O, G, T)$$

Donde:

Y_D es el ingreso disponible, Y el nivel de ingreso, P_{BC} el precio del bien cultural, P_O el precio de los otros bienes culturales o no culturales, y G los gustos del individuo, T es la tecnología. Dicha función expresada no pretende ser la única que pueda explicar el comportamiento del individuo en el consumo cultural. Esta función es una posible aproximación al comportamiento del consumidor cultural y su incidencia en el campo económico.

FUNCIÓN DE DEMANDA: La función de demanda individual del cine en Venezuela, expresada en términos de asistencia media por habitante por año, podemos escribirla de la siguiente manera:

$$Q_t = f(P_t, P_{st}, Y_t, A)$$

Es decir, la cantidad demandada de cine por persona en el período t , (Q_t) depende del precio del cine (P_t), del precio de otros bienes sustitutos ó complementarios (P_{st}), de la renta del individuo (Y_t) y de un vector de variables (A) que tratarán de acercarnos posibles cambios en las preferencias del público. Es de esperarse que la asistencia (o cantidad demandada de cine) esté relacionada positivamente con la renta y con el precio de los bienes sustitutos y negativamente con su precio, con el precio de los bienes complementarios y con la influencia de la televisión y el vídeo, a los que daremos cabida en el vector A .

FUNCIÓN DE DEMANDA INELÁSTICA: Demanda que hasta cierto punto responde a los cambios en los precios, pero no en gran medida. Su valor numérico se encuentra en el rango >0 y <1 .

GASTOS CORRIENTES: Son todos aquellos gastos que son necesarios efectuar por parte de la institución, para el normal desenvolvimiento de las actividades operativas del mismo.

GASTOS DE CAPITAL: Comprende los gastos por compra de maquinarias y equipos nuevos y sus adiciones y reparaciones mayores realizados por los organismos con terceros. Incluye, de igual modo, las contribuciones, adiciones y reparaciones mayores de edificaciones y obras de infraestructura de dominio público y privado que realiza el Estado mediante terceros, así como los semovientes, activos intangibles y otro tipo de activos reales.

GENERO DE LAS PELÍCULAS: Es la clasificación referente a la trama, tema u objetivo de las películas. Los establecimientos cinematográficos regularmente las reciben ya clasificadas.

ILUSIÓN MONETARIA: Ilusión de la que son víctimas los agentes económicos que toman decisiones en función de variables nominales (expresadas en cantidades de moneda corriente) y no en función de variables reales (medidas a precios constantes o en poder de compra).

INDICADOR: Estadísticas que han sido procesadas con fines de interpretación. Podemos hablar de indicadores de producto, proceso, resultado e impacto.

INDICADOR ECONÓMICO: Magnitud calculada en fechas regulares que permite apreciar la evolución económica.

ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (I.P.C.): Mide la variación de los precios promedios de una canasta de bienes y servicios de consumo final con respecto a un año base.

INDUSTRIA AUDIOVISUAL: Aquella que comprende negocios que tienen como ventana al público, el cine, la televisión en todas sus alternativas, el vídeo u otros soportes de reproducción basados en el sonido y la imagen, como el CD Rom o los sistemas online.

INDUSTRIA CINEMATOGRÁFICA: El conjunto de personas naturales o jurídicas cuya actividad natural o transitoria, sea la creación, producción, realización, comercialización, distribución, exhibición, fomento, formación profesional, rescate y preservación de obras cinematográficas.

INDUSTRIAS CULTURALES: “Todas las definiciones coinciden en considerar que se trata de aquellos sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor. (...), las industrias culturales incluyen la edición impresa y multimedia, la producción cinematográfica y audiovisual, la industria fonográfica, la artesanía y el diseño. Ciertos países extienden este concepto a la arquitectura, las artes plásticas, las artes del espectáculo, los deportes, la manufactura de instrumentos musicales, la publicidad y el turismo cultural. Las industrias culturales aportan un valor añadido a los contenidos al mismo tiempo que construyen y difunden valores culturales de interés individual y colectivo. Resultan esenciales para promover y difundir la diversidad cultural así como para democratizar el acceso a la cultura y, además, conocen altos índices de creación de empleo y riqueza. Abocadas a fomentar y apoyar la creación, que constituye su fundamental ‘materia prima’, pero también a innovar, en términos de producción y distribución, la indisoluble dualidad cultural y económica de estas industrias constituyen su principal carácter distintivo”. (UNESCO / CERLALC. 2002:Pp.11-12). La UNESCO define a las industrias culturales “...como aquéllas que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos que son intangibles y culturales en su naturaleza. Estos contenidos están protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de bien o servicio. Son industrias trabajo y conocimiento-intensivas y nutren la creatividad a la vez que incentivan la innovación en los procesos de producción y de comercialización” (UNESCO, 2000). Según Ramón Zallo (1992: P.11), desde el punto de vista económico, las industrias culturales se conciben como: “un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social”.

INDUSTRIAS DE CONTENIDOS DIGITALES: Se entiende por industrias de contenidos digitales, a todas aquellas actividades productivas relacionadas con la generación, proceso y distribución de contenidos en formato digital. Tipos de empresas que integran el sector de las industrias de contenidos digitales: Empresas editoriales (libros, publicaciones), Medios de comunicación (prensa, radio, TV), Empresas que ofrecen Servicios de Internet (conexión, hospedaje, desarrollo de webs, marketing, publicidad), Empresas de Servicios de información profesionales (brokers de información, productores de bases de datos), Empresas del sector informático (editores de software, desarrolladores de aplicaciones multimedia), Operadores de telecomunicaciones (fijas, móviles, cable, satélite).

INFLACIÓN: Desequilibrio económico que se traduce en un alza continua del nivel general de precios.

INGRESOS CORRIENTES: Son todos aquellos recursos financieros de los entes y órganos del sector público en virtud de sus facultades de captar recursos del dominio público o por la realización de actividades del dominio privado.

INGRESO PERSONAL DISPONIBLE (I.P.D.): Es el ingreso neto que pueden disponer las familias con fines de gasto ó ahorro.

LARGOMETRAJE: Obra cinematográfica cuya duración de proyección es superior a los setenta (70) minutos.

MATERIAL AUDIOVISUAL: Material que contiene la información en imágenes (diapositivas, películas, microformatos, mapas, globos terráqueos y juegos didácticos) y sonidos grabados (discos, casetes y discos compactos). Generalmente, para ser utilizados requieren equipos especiales.

MEDIOMETRAJE: Obra cinematográfica cuya duración de proyección es superior a treinta (30) minutos e inferior a sesenta y nueve (69) minutos.

MULTICINEMA: Lugar físico con tres o más salas con lugar para butacas, pantalla y equipo de sonido independientes para la exhibición de películas.

NOTICIERO: Obra cinematográfica de una duración máxima de seis (6) minutos, que presenta periódicamente material informativo referente a los acontecimientos nacionales e internacionales de actualidad, contentiva solamente de publicidad institucional.

OBRA CINEMATOGRAFICA EXTRANJERA ESPECIAL: Obra cinematográfica de carácter no publicitario o propagandístico procedente del exterior que por su rendimiento comercial, calidad, costos de producción y duración permite a los distribuidores establecer una renta filmica máxima de sesenta por ciento (60%), en su estreno en ciudades principales.

OBRA CINEMATOGRAFICA EXTRANJERA: Obra cinematográfica de carácter no publicitario o propagandístico que no reúne las condiciones para ser certificada como producto nacional por el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía.

OBRA CINEMATOGRAFICA NACIONAL: Obra cinematográfica de carácter no publicitario o propagandístico que reúna las condiciones para ser certificada como producto nacional por el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía.

OBRA CINEMATOGRAFICA: Toda creación expresada mediante una serie de imágenes en movimiento, con o sin sonorización, incorporadas, fijadas o grabadas en cualquier soporte material, con posibilidad de ser exhibidas por cualquier medio de comunicación existente o que pudiera existir en el futuro.

PAÍS DE ORIGEN DE LAS PELÍCULAS: País al que pertenece la industria productora de cada una de las películas en exhibición.

PELÍCULA: Cinta de celuloide que contiene una serie continua de imágenes fotográficas y sonidos que al ser proyectadas y reproducidas generan el ambiente idóneo para captar la atención de los asistentes.

PIRATERÍA: La producción y distribución, en un país, de libros, discos, películas y fonogramas de vídeo piratas tiene como efecto principal frustrar la creatividad cultural de ese país y la evolución de las industrias que difunden esas obras entre el público: edición e impresión, grabación, producción de películas y vídeos, etc. Y no cabe duda que sin esos dos factores esenciales de la vida de un país en desarrollo la reafirmación de su identidad nacional y su progreso económico general sufrirán un grave retraso. Por supuesto, obtener libros, fonogramas o películas baratos, sobre todo lo que se necesitan para la educación, es un objetivo, en especial para los países en desarrollo. Pero perseguir ese objetivo mediante la piratería constituye un doble error; en primer lugar, es injusto para quienes crean, producen y distribuyen las ediciones legítimas –el autor y su editor. En segundo lugar, una política semejante inhibe el desarrollo de los autores, editores y productores locales, prolongando así la dependencia del país con respecto a los libros, productos y producciones extranjeras. Si se quiere proteger y estimula la piratería. Tolerarla por sus aparentes beneficios para la enseñanza y para la difusión de la educación y la cultura redundará a largo plazo en detrimento de los intereses del país, de la misma manera que los perjuicios de las drogas superan ampliamente cualquier beneficio económico inmediato obtenido gracias a su producción y su venta.

POLÍTICAS CULTURALES: Aunque son múltiples los conceptos o aproximaciones a la noción de Políticas Culturales, se puede aludir a tres de ellas: Néstor García Canclini (1987) concibe *la política cultural como el conjunto de acciones que realizan diversos agentes para orientar el desarrollo simbólico*, satisfacer las necesidades culturales y obtener consenso o disenso sobre un tipo de orden social. Nunca una Política Cultural puede ser formulada por un solo agente, así este sea sólo el mercado o el Estado o la comunidad autogestionaria.

José Joaquín Brunner (1987), en forma resumida, considera que son *las oportunidades para actuar en un circuito cultural (producción, circulación y consumo de bienes culturales)*. Los componentes de este circuito cultural son básicamente cinco: agentes habituales, medios de producción, medios de circulación, públicos y organizaciones (Estado-Mercado- Asociaciones Voluntarias).

Alfons Martinell establece la distinción entre finalidades sociales y políticas culturales. Las primeras son estables y accesibles por itinerarios o estrategias que no son necesariamente coincidentes; *las políticas, en cambio, son dinámicas y dependen de una realidad territorial concreta*. Por tanto, una finalidad social se puede orientar a partir de políticas diferentes. Al ser las políticas siempre expresión de un fenómeno de génesis y mediación social, las Políticas Culturales son siempre territoriales.

PRECIO DEL CINE (PRECIOT): Utilizamos el gasto medio por espectador, que resulta del cociente entre la recaudación total y el número de espectadores correspondientes a cada año. Lo definimos como precio promedio para el país. Sus fuentes estadísticas provienen del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (C.N.A.C). El indicador de Precio del Cine en términos reales, durante el período 1984-2002, el cual llamamos **PRECIOT**, deflactado sus valores nominales aplicando el índice Deflactor implícito del P.I.B, ya que este es el mejor estimador de la evolución de los precios en una economía, el cual se obtiene de cifras oficiales del Banco Central de Venezuela (B.C.V) en el Sistema de Cuentas Nacionales nos señala como el comportamiento del precio del cine en nuestra economía se ha mantenido constante durante los años de 1986 a 1996, siendo su valor más bajo el obtenido en el año 1989 de Bs. 5,03 y su valor más alto en el año 2000 de Bs. 1.051,51. Igualmente podemos observar como en el año 1997 el incremento en el valor del precio del cine fue de 16.195,33% con respecto al precio del año anterior de Bs. 5,17, motivado a la actualización de precios luego de la derogación del decreto 1.292 de fecha 17-04-96 de Libre convertibilidad de la moneda, manteniendo un comportamiento similar al de los años anteriores. Es importante destacar que el precio real de las entradas de cine, con respecto a su valor nominal nos indica que todo lo que pagamos adicional, no es más que la ilusión inflacionista que incrementa artificialmente el valor de los bienes y servicios. Ejemplo: El precio real de la entrada de cine en el año 2002 es de Bs. 888,68, el valor nominal es de Bs. 6.500,00, la diferencia entre el precio real y nominal es de Bs. 5.611,32 lo que representa la inflación.

PRECIO DE LOS OTROS BIENES (Pst): El precio de los otros bienes relacionados con el cine influyen sobre su consumo, tanto si son bienes complementarios (se consumen simultáneamente con el cine) como si son sustitutivos (se consumen en vez del cine). En el caso de los bienes complementarios, la influencia es negativa, si aumenta su precio se reducirá la cantidad consumida de cine. Si son sustitutivos un aumento de su precio favorecerá una mayor asistencia a las salas cinematográficas.

PRESUPUESTO DE GASTOS: Estimación inicial de necesidades en bolívares por parte de una Unidad determinada, sean éstos de personal, materiales y servicios, e inversión.

PRODUCCIÓN CULTURAL: Se entiende por producción cultural, no sólo la producción artística tradicional -literatura, pintura, música, teatro y equivalentes- sino el conjunto de bienes y servicios relacionados tanto con lo que se ha llamado 'alta cultura' como con lo que resulta de las 'industrias culturales' o 'cultura masiva' -radio, televisión, revistas, discos, conciertos, recitales, videos, cable, etc.-, de la 'cultura popular' o 'cultura folclórica' -artesanías, eventos populares, por ejemplo ferias, 'fiestas folclóricas', etc.- y de las diversas instituciones 'culturales' -casas de cultura, museos, galerías, etc.-, sin tener en cuenta, por otra parte, todo lo relacionado con el ámbito de la educación.

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.

PRODUCTO CULTURAL: No siempre resulta sencillo diferenciar la noción de **bien (o mercancía) cultural** respecto al concepto de **servicio cultural**. De hecho, los problemas derivados de su definición son motivo recurrente de debate a escala internacional, pues pese a una aparente claridad, no hay consenso con respecto a qué incluye cada categoría. En términos generales se acepta que los "productos culturales" abarcan tanto bienes como servicios.

PRODUCTO INTERNO BRUTO: La importancia económica de cualquier sector, puede ser medida a través de agregados macroeconómicos usualmente utilizados como indicadores globales de todo el sistema económico: el Producto Interno Bruto (PIB), el PIB per cápita, población ocupada, gastos

realizados por el sector público, demanda agregada interna, etc. Entre los indicadores disponibles destaca el PIB, por ser el que mejor representa la actividad económica desde un punto de vista colectivo y el que se utiliza para medir el crecimiento de un país. Definido éste como “el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos por los factores de producción residentes en el territorio de una economía a lo largo de un período de tiempo determinado” (GARCÍA GRACIA, María Isabel; Yolanda FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ y José Luis ZOFÍO PRIETO. 2000: p. 35). El valor agregado total de un país es el Producto Interno Bruto. Es el valor total generado durante un periodo de tiempo. En este se incluye lo producido por los residentes del país; todo lo que se produce al interior de los límites del país, incluyendo los agentes externos que producen al interior del país. Este Producto Interno Bruto cubre no solo lo que es consumido e invertido en el interior, también se incluyen las exportaciones. Las importaciones al ser producidas dentro de otros límites, no hacen parte del producto interno bruto.

PRODUCTOR: Persona natural o jurídica que asuma la responsabilidad económica y la coordinación de la realización de una obra cinematográfica a cargo de un director y de un equipo de artistas y técnicos capacitados, con equipamiento tecnológico y con recursos, provenientes de la propia empresa productora y de otros socios, y muchas veces con ayudas del Estado, amparados en ciertas políticas públicas y normativas de fomento y apoyo.

PROMEDIO DE LA SALA: La media aritmética de los boletos vendidos por una sala de exhibición y/o pantalla durante una semana, tomando en cuenta el promedio del año anterior en la misma sala de exhibición.

PROMOCIONES: Ofertas y descuentos especiales que le favorecen al consumidor bajo circunstancias específicas. Se refiere tanto a promociones fijas como extraordinarias.

RE-ESTRENO: La exhibición de una película en copias en buen estado estrenada por lo menos dos (2) años antes.

RENTA (RENTAT): Se ha utilizado la renta disponible per capita. Esta variable se obtiene como resultado del cociente entre el Ingreso Familiar disponible y el volumen total de la población. según los datos publicados en los Anuarios del Instituto Nacional de Estadísticas (I.N.E). Es importante destacar que este indicador nos muestra el comportamiento de la conducta del consumidor en cuanto a sus gustos y preferencias ya que tiene que ver con el poder adquisitivo de la moneda en un período de tiempo determinado, cuanto más alto es el alza de los precios más débil es el valor del dinero y la conducta del venezolano ha tenido que ser adaptada una y otra vez ya que no hay una consistencia en la variación de los ingresos que mejore la calidad de vida de las personas a lo largo del período 1984-2002. Para el año 1996 la Renta Disponible por persona alcanza su nivel más bajo Bs. 225,91 y para el año 1998 alcanza su valor más alto Bs. 33.703,97, notándose un fuerte incremento en el año 1997 de 14.063,26% motivado a la revisión de Sueldos y Salarios producto de la devaluación de la moneda al ser derogado el decreto No. 1492 de libre convertibilidad que estaba vigente en el país desde el mes de diciembre de 1995.

RENTA FÍLMICA: Ingresos percibidos por los distribuidores por concepto de arrendamiento de películas, excluida la exoneración municipal y cualquier otro impuesto, tributo o tasa especial.

REGIMEN LEGAL DE CINEMATOGRAFÍA:

- Ley de la Cinematografía Nacional (Ley del 9/9/93). G.O. N° 4626 del 8 de septiembre de 1993.
- Reglamento de la Ley de Cinematografía. Decreto N° 3.271 de 02-12-1993. G.O. N° 4.689 Ext. de 02-02-1994.
- Normas sobre comercialización de obras cinematográficas (Decreto N° 1612 de 4/9/82). G.O. N° 3017 del 15 de septiembre de 1982. G.O. N° 3024 Ext. de 01-10-1982.
- Reglamento de la Ley de Cinematografía Nacional. Decreto 2.430 de 29-05-2003. G.O. N° 37.733 de 16-07-2003.

SALA DE EXHIBICIÓN (PANTALLA): Cada espacio destinado a la exhibición de obras cinematográficas que reúna las características y condiciones de servicio establecidas en el artículo 49 de la Ley de Cinematografía Nacional. Decreto 2.430 de 29-05-2003. G.O. N° 37.733 de 16-07-2003.

SALA DE EXHIBICIÓN MÚLTIPLE: Constituida por varias salas de exhibición (Pantallas) agrupadas bajo una mismo inmueble.

SALAS DE EXHIBICIÓN CATEGORÍA A: Aquellas salas de exhibición certificadas como tal, por el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía, por cuanto en organización, equipamiento y servicio cumplen con los parámetros de calidad establecidos en las normas a que se refiere el Reglamento de la Ley de la Cinematografía Nacional.

SALAS DE EXHIBICIÓN CATEGORÍA B: Aquellas salas de exhibición certificadas como tal, por el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía, por cuanto en organización, equipamiento y servicio cumplen con los parámetros mínimos de calidad establecidos en las normas a que se refiere el Reglamento de la Ley de la Cinematografía Nacional.

SEMANA-CINE: Período de siete (7) días continuos de exhibición de una película, en una misma sala de exhibición.

SERVICIOS CULTURALES: Se entiende por servicios culturales aquellas actividades que, sin asumir la forma de un bien material, atienden a un deseo, interés o necesidad de cultura y que se traducen en aquellas infraestructuras y medidas de apoyo a las prácticas culturales que los estados, las instituciones privadas o de derecho semipúblico, las fundaciones o las empresas, ponen a disposición de la comunidad. Se incluyen aquí, entre otros servicios, la promoción de espectáculos, la conservación e información cultural (bibliotecas, archivos y museos, etc.). Estos servicios pueden ser de carácter gratuito o comercial. Mientras que en el ámbito del comercio internacional la noción de mercancía es sencilla de captar (un producto se transporta de un país a otro y paga —o no— aranceles al pasar la frontera), el comercio de servicios presenta una diversidad y una complejidad mucho mayor. Las compañías telefónicas, las agencias de publicidad o prensa, prestan servicios de carácter radicalmente diferente. De ahí la dificultad no sólo en describir la naturaleza de los servicios sino también en establecer reglas para su intercambio. Los anexos del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios o AGGS reflejan parte de esa diversidad. En términos generales incluyen servicios de espectáculo (teatro, orquestas y circo); servicios de edición y publicación, servicios de agencias de noticias y prensa, servicios de arquitectura, servicios audiovisuales (distribución de películas, programas de radio y televisión, de videos, así como los aspectos vinculados a la producción, los doblajes y copias, la exhibición, la propiedad y operación de televisión por cable y satélite, etc.). También incluyen servicios de bibliotecas, archivos, museos y otros servicios culturales. Esta variada tipología indica que hasta el momento no existe un único sistema estandarizado, basado en definiciones comunes que describa los servicios culturales que se comercian. Es más, la cuestión se complica con ciertos productos accesibles “en línea” —a través de Internet— además de en su versión física convencional, como libros o películas. ¿Son bienes virtuales tal como defienden ciertos países, o se trata más bien de servicios como defienden otros? Dado que los acuerdos de comercio internacional vigentes tratan los bienes y servicios de manera diferente, las futuras reglas de comercio electrónico tendrán un peso decisivo sobre la elección de los soportes (físicos y digitales) de los productos culturales en el futuro así como de los métodos de comercio.

SOPORTES TANGIBLES: Los soportes materiales en que se fijan y comercializan las obras incluyen los cassettes sonoros y visuales, los discos compactos, las películas, etc. Los medios de fijación y reproducción comprenden los equipos de grabación y reproducción de vídeo, cine y audio, etc. Los medios de utilización de obras incluyen la transmisión de programas vía satélite, por cable, por fibra óptica, vídeo, etc.

SUBSIDIO CULTURAL: Asignación de recursos financieros a una institución o grupo cultural sin fines de lucro, para completar los ingresos requeridos en la ejecución de proyectos y programas destinados al desarrollo y fortalecimiento del sector cultural.

TELEVISIÓN: Sistema de comunicación que permite la transmisión de imágenes no permanentes de objetos fijos o móviles.

TELEVISIÓN POR SUSCRIPCIÓN: Coexisten dos categorías en lo que genéricamente se denomina TV por suscripción: la **TV por satélite**, donde **DIRECTV** es el único actor, y la **TV por cable**, bien sea

por antena o por fibra óptica, donde el dominio corresponde a **INTERCABLE**, una firma oriunda del estado Lara que se ha posicionado fuertemente en el resto del país. Detrás siguen **SUPERCABLE** y **NET UNO**, con una cola larga de prestatarios locales. Según la Cámara Venezolana de TV por suscripción, el mercado terminó el 2001 con 977.044 suscriptores.

TRANSFERENCIAS: Aportes que realizan los organismos del sector público y otros entes públicos, al sector privado, o al sector externo y que no suponen contraprestación de bienes o servicios y cuyos importes no serán reintegrados por los beneficiarios.

TITULO: Término utilizado para designar una publicación impresa o audiovisual que constituye un todo único, tanto si consta de uno o varios volúmenes o unidades.

TOMA Y PROCESADO DE IMÁGENES: Es la acción de registrar una imagen en una película la cual, luego de procesos químicos, se convierte en una película con imagen negativa blanco y negro que se utiliza para generar copias.

UNIDAD DE INFORMACIÓN: Organización o instituciones encargadas de adquirir, procesar, almacenar y diseminar información, con miras a satisfacer necesidades de los usuarios. Son las Bibliotecas, Banco de datos, centro de documentación y de información centros de análisis, etc.

USUARIO: Designa toda la comunidad de aquellos que pudieran necesitar información en uno u otro momento, incluye los formularios de política, los decisores y en general los especialistas de la administración y el desarrollo, científicos, ingenieros, profesores, estudiantes de todos los niveles y grados, trabajadores de la agricultura, la industria, etc., los servicios o cualquier tipo de actividad en la que la información pueda mejorar los métodos, los productos o los resultados. Conviene observar que los usuarios en el sentido amplio, son a menudo al mismo tiempo productores de información y de alguno u otro modo debido a su calidad de contribuyentes, dueños de los sistemas de información.

VOLUMEN DE POBLACIÓN: Conjunto de personas que residen habitualmente en un país, en una provincia, pueblo ó zona geográfica dada.