

“EVOLUCIÓN Y CONNOTACIONES DE LA VARIACIÓN EN LAS ENTRADAS DEL CINE ARGENTINO”

La evolución en nuestro país del cine a lo largo del siglo XX, podemos describirla en cinco etapas principales. La primera etapa abarca desde las primeras exhibiciones hasta fines de la segunda década del siglo XX, a través del cine mudo. La segunda contiene las décadas de 1930 y 1940 y la mitad de la década de 1950, cuando se da una enorme expansión del número de salas de cine por todo el país (período que coincide con la llamada “edad de oro del cine argentino”) y la transformación de las tecnologías de exhibición para albergar equipos sonoros. La tercera etapa se inicia en el segundo quinquenio de los años 50, cubriendo las dos décadas siguientes. Fuertes cambios políticos, socioeconómicos y culturales confluyen en ese período. En ese contexto surge y se difunde rápidamente la TV por aire, que va a poner en cuestión el monopolio de la sala de cine como único lugar posible de consumo del cine. La cuarta, que arranca en 1975, es la etapa de expansión de la TV por cable (que existía desde la década de 1960) y el auge del reproductor de cine hogareño a través de la tecnología de VHS. También de este período datan las primeras salas de cine pequeñas instaladas en los *shoppings* (centros comerciales).¹ Esta etapa se cierra en 1994, fecha que marca el punto más alto de la crisis de la exhibición en salas de cine en el país y, coincidentemente, un momento de gran auge de los videoclubes. La última fase, que se extiende desde esa fecha hasta nuestros días, es una etapa de recuperación de la exhibición en salas pero en la que se plantea muy claramente un cambio en los

Lic. Marcelo Di Ciano

modos de exhibición; ese cambio tiene mucho que ver con la digitalización y con Internet. La digitalización se expresa en la posibilidad de desmaterializar la distribución de películas (y por ende su exhibición con equipos infinitamente más pequeños y baratos). Esa digitalización permite la reproducción y distribución alternativa de películas, cosa que es aún más sencilla gracias al cambio de VHS al DVD y a la difusión de internet. La última fase es también una de cambio en las empresas exhibidoras de cine, que van a dejar de ser nacionales para convertirse, mayormente, en extranjeras.

Una importante porción de la población ve limitadas sus posibilidades para consumir el cine en salas ya sea por la accesibilidad física a las mismas o por el precio de la entrada y opta por escoger otras formas de consumo de las películas.

Problemáticas económicas y culturales del sector

A partir de la dictadura militar, que se inició en 1976, se asistió a cambios importantes en la industria del cine tanto en términos de la producción como de la distribución y exhibición. En efecto, además de las restricciones que afectaban al cine nacional como resultado de la censura, persecución y exilio de los profesionales vinculados al cine, cayó el número de espectadores por el alto costo de las entradas como resultado de la sobrevaluación del peso y la aparición de la TV por cable y la difusión posterior de los videos VHS.

En efecto, el alquiler de videos hogareños y la TV por cable ampliaron la tradicional oferta televisiva tradicional a la que se sumaban, además de largometrajes, documentales, programas periodísticos, deportivos, de interés

Lic. Marcelo Di Ciano

general e infantil. No debiera soslayarse, también, en el caso argentino, la aparición de la TV a colores, en 1978, cuando se llevó a cabo el campeonato mundial de fútbol en la Argentina.

Un factor no menos importante en la caída de la venta de entradas a las salas de cine fue el aumento del precio medio de las entradas (Cuadro abajo desarrollado), particularmente durante la última dictadura militar (que pasó de 0,60 centavos de dólar 1976 a 5 dólares en 1980 bajando luego a cerca de 2 dólares en 1983); y, posteriormente en el contexto de la política neoliberal de desregulación durante la década de los años noventa (en dólares pasó de 1,50 en 1989 a 6 dólares en 1997).

Precio medio de las entradas en dólares, 1939 a 1997

Año	U\$S	Año	U\$S	Año	U\$S	Año	U\$S
1939	0,45	1976	0,60	1983	1,70	1990	3,20
1948	0,35	1977	1,20	1984	0,80	1991	4,00
1959	0,30	1978	2,20	1985	1,00	1992	4,00
1969	1,40	1979	2,30	1986	1,30	1993	5,00
1973	0,35	1980	5,00	1987	1,10	1994	5,00
1974	1,20	1981	3,00	1988	0,90	1995	6,00
1975	0,90	1982	2,20	1989	1,50	1996	6,00

El cine argentino en los últimos 10 años estuvo marcado por un gran impulso. La producción de películas nacionales ha ocupado un lugar importante, haciendo que el número de espectadores aumente. Si bien siempre existe una marcada diferencia entre la cantidad de espectadores de películas extranjeras

Lic. Marcelo Di Ciano

y nacionales (26.339.218 vs 5.116.344), el cine argentino consiguió, por ejemplo, en septiembre de 2009 una cuota de mercado del 58.3% del total de espectadores. El secreto de sus ojos (Juan José Campanella) y Las viudas de los jueves (Marcelo Piñeyro) encabezaron el ranking de las películas más vistas en todo el país, con 2.378.401 y 511.004 espectadores respectivamente. Las películas extranjeras al contrario decrecieron en el número de espectadores, una variación de 10,65% respecto al 2008. Si bien la cantidad de estrenos no aumentó, el precio del ticket promedio se incremento. Si tomamos por ejemplo un periodo 2005-2009, el ticket promedio creció un 100% (ver tabla 2) lo cual generó un aumento en la recaudación de un 54% en ese periodo. Si vemos el 2009, la recaudación aumento un 16,66% respecto al año 2008.

Tabla 2

Año	Espectadores	Estrenos	Ticket
Promedio			
2005	37.427.138	232	6,63
2006	35.756.694	264	7,89
2007	34.303.483	297	9,47
2008	34.350.279	299	11,45
2009	32.662.505	246	14,05

Fuente: INCAA e informes propios

Lic. Marcelo Di Ciano

En el primer trimestre de 2010, la venta de entradas subió un 20% en comparación con el mismo período del 2009. El precio del ticket continúa con tendencia creciente hasta la actualidad, ya sea por la oferta de nuevos servicios y comodidades así como también por efecto de la inflación, con una venta anual total en el país de 36 millones de entradas, cifra que se mantendrá relativamente constante en los próximos años.

Surgimiento del cine en 3D

Un dato importante a destacar es el surgimiento de los films en 3D el 4 de septiembre del 2008 que hasta la actualidad no para de crecer, aumentando año a año la cantidad de salas cinematográficas que proyectan películas en tres dimensiones. En el año 2010 este formato de película contaba con un 10% del total de pantallas cinematográficas disponibles en la Argentina, generado más de la tercera parte de la recaudación total. En el año 2009 las entradas vendidas en 3D fue de 1.363.841 y el año 2010 más de 6.000.000

Con el avance de la Tecnología y la disponibilidad de acceso a la misma en el mercado, gran parte de la población actualmente cuenta con computadoras en sus hogares y conexión de banda ancha, lo cual permite la bajada de películas desde la web, en paralelo a sus estrenos en las salas, haciendo que la venta de entradas en los cines disminuya considerablemente.

Lic. Marcelo Di Ciano

La piratería es un tema preocupante en la industria ya que las películas son copiadas rápida y fácilmente en CD' s, y su venta sin impuestos capta a aquellos individuos en la vía pública que eligen consumir a menor costo, aunque la calidad sea menor.

Mutación cuantitativa en la oferta de salas y su repercusión en la sustentabilidad del sector

La distribución de esas salas ubicadas generalmente en el casco central de las ciudades y en barrios de clase media, pero también en pequeñas localidades del interior, sufrió diversas modificaciones en este período. Tal como se mencionó anteriormente, con la proliferación de la TV por cable y la creciente disponibilidad de aparatos hogareños para la reproducción de películas (inicialmente en formato de videocasetes VHS) se produjo una caída en la concurrencia del público a las salas de cine y muchas de ellas cerraron siendo reemplazadas por locales bailables, iglesias evangelistas, sectas religiosas, estacionamientos para autos, etc.

De las algo más de 1.300 salas de cine que había en el conjunto del país hacia la década del setenta sólo quedaban 280 en 1992.⁴⁸ Si bien la reducción de las salas fue un fenómeno nacional, la misma no tuvo la misma intensidad en todo el país ya que en algunas provincias, según muestra el estudio de Perelman y Seivach, “los cines literalmente desaparecen, mientras que en otras se reducen a una o dos salas en las ciudades más importantes”.

Estudios señalan que “la mayor cantidad de salas cerradas no corresponden a Capital y Gran Buenos Aires sino a las provincias del interior del país, donde muchas ciudades se quedaron sin la posibilidad de ver cine.

Lic. Marcelo Di Ciano

También en muchos barrios de la ciudad de Buenos Aires se asistió, durante toda esa etapa, a un masivo cierre de grandes salas de cine que pasaron a tener destinos diversos. Estos cambios incidieron no sólo en el paisaje urbano a partir del pasaje de las grandes salas a los multicines. En efecto, las salas tradicionales fueron dejando de ser el punto de reunión de públicos masivos, que expresaban tipologías específicas de espectadores según las películas exhibidas y donde las salas tenían cierta especialidad, ya sea como cine arte, cine infantil, cine comercial, etc. En la actualidad, la masividad en los multicines sólo se produce en el espacio donde se venden las entradas pero como las opciones de las múltiples pantallas ofrecidas son muy diversas, el público puede ser muy variado en edades y orientaciones estéticas.

El decrecimiento de salas en la Ciudad de Buenos Aires se corresponde con un crecimiento en el Gran Buenos Aires donde aparecen nuevas salas atrayendo a público del conurbano bonaerense que antes se trasladaba a la Capital para ir al cine. También hubo crecimiento en la mayoría de las provincias (Mendoza, Tucumán, Jujuy, Misiones, Córdoba, etc.).

Actualmente, con 242 pantallas en 25 complejos, las salas de las empresas de la Cámara de Exhibidores Multipantalla convocan a aproximadamente el 47% de los espectadores de la Argentina y facturan más del 50% de las ventas.

Gran parte de las exhibidoras nacionales están nucleadas en la Federación Argentina de Exhibidores Cinematográficos que, a su vez, agrupa a la Asociación Cinematográfica de Exhibidores Independientes y a la Asociación de Empresarios Cinematográficos de la Provincia de Buenos Aires. Estas

Lic. Marcelo Di Ciano

instituciones representan más de 200 salas chicas y medianas en todo el país. El año 2012, 70% de la facturación correspondió a 40 complejos con 373 pantallas; el 30% restante se repartió entre 229 salas y 456 pantallas.

Muchas de estas salas son de entidades diversas como clubes, municipalidades, universidades, sindicatos, etc.

Cabe destacar, que a diferencia de lo que sucede con el crecimiento del público asistente, entre 2004 y 2012, se estima una ligera disminución de los edificios destinados al cine, ya sea a los complejos con varias salas como a los edificios que albergan una sola.

Sin embargo, si en vez de contabilizar los edificios, contamos las pantallas de cine, el resultado es distinto ya que se aprecia un aumento significativo en la mayoría de los distritos, especialmente fuera del área metropolitana. Lo que nos muestran las cifras es que hubo un incremento de salas (90 más) pero no así de edificios, o sea que desaparecieron las salas de cine no así los multicines.

Irrupción de redes sociales y nuevas opciones de selección de formatos

Probablemente un conjunto de factores incidieron en el cambio entre el 2004 y el 2012, entre los cuales cabe destacar, según Ultracine (2012), la simultaneidad de estrenos en más ciudades de todo el país por la digitalización y porque las distribuidoras hacen más copias de 35mm. Asimismo, las redes sociales como Facebook –donde el público comparte informaciones sobre películas con sus amigos de manera más rápida que antes- generan mayor difusión tanto para los cines independientes como para las distribuidoras y exhibidoras.

Lic. Marcelo Di Ciano

Es exponencial el uso de alternativas digitales con las que cuenta el público en la actualidad para acceder a una película sin necesidad de concurrir a un cine. Esto naturalmente atenta con la clásica manera de recaudar vía entradas, dado que es una opción no solo mas económica, sino que resulta incluso más accesible a mucha gente en virtud de evitar los traslados a las salas y todos los costos anexos que esto genera, como también la oportunidad de seleccionar el momento oportuno para ver la película en cuestión. Ciertamente es también que, vale señalarlo, lo que se gana en lo cuantitativo (dinero y tiempo) se pierde en lo cualitativo, ya que la esencia del cine se disipa en buena medida al verlo en una computadora o en la tv de un hogar.

Regulación legal del precio de la entrada de cine.

La ley 17.741 regula la actividad cinematográfica modificada por Ley N° 23.316, y las Resoluciones N° 1707/05/INCAA, 1708/05/INCAA, 1047/06/INCAA, 781/09/INCAA, 2852/11/INCAA, 2647/12/INCAA, 1076/12-INCAA, 1077/12-INCAA, 3100/13-INCAA y 2765/13-INCAA.

Posteriormente, el Decreto 1248/2001 ordenó dichas leyes aprobando el texto de la Ley de Fomento de la Actividad Cinematográfica Nacional N° 17.741 y sus modificatorias. Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. Películas nacionales. Cuota de pantalla. Clasificación de las salas cinematográficas. Exhibición y distribución. Fondo de Fomento Cinematográfico. Subsidios. Crédito industrial. Cortometrajes. Prensa filmada. Comercialización en el exterior. Cinemateca nacional. Registro de empresas cinematográficas.

Lic. Marcelo Di Ciano

Dicha ley en su Capítulo VI de fondo de fomento cinematográfico establece en su ART. 21 que el Fondo de Fomento Cinematográfico, cuya administración estará a cargo del INSTITUTO NACIONAL DE CINE Y ARTES AUDIOVISUALES, se integrará, con un impuesto equivalente al DIEZ POR CIENTO (10%) aplicable sobre el precio básico de toda localidad o boleto entregado gratuita u onerosamente para presenciar espectáculos cinematográficos en todo el país, cualquiera sea el ámbito donde se realicen. El impuesto recae sobre los espectadores, y los empresarios o entidades exhibidoras adicionarán este impuesto al precio básico de cada entrada, formando parte integrante de la misma.

Por último: Se ha descrito a lo largo del trabajo, como factores endógenos y exógenos han incidido de diferentes maneras en la evolución del cine, en particular en lo que respecta a la arista comercial, tanto en la recaudación propiamente dicha (aspecto cuantitativo) como en la nueva metodología en el ofrecimiento del material cinematográfico al público (aspecto cualitativo). Indefectiblemente debemos asociar la realidad económica del cine argentino, a la realidad económica del país, dado que como toda actividad que posee una relación directa con el comercio, va a ser afectada por las circunstancias económicas que se den en el mercado donde esta opere, siendo afectada y condicionada de forma proporcional, normalmente, al resto de las actividades que lo integren.

Lic. Marcelo Di Ciano