



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



La Innovación Tecnológica en la Industria Cinematográfica Iberoamericana

Estudio Delphi Exploratorio

**Coordinador General de la Investigación
Mgs. CARLOS E. GUZMÁN CÁRDENAS**

**Equipo Técnico de investigación
Mgs. YOLANDA QUINTERO AGUILAR
Mgs. RICARDO MEZA**

Enero 2007 /ININCO-UCV /SIPEC



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



Ficha técnica y relación de integrantes del panel de expertos



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO. METODOLOGÍA DELPHI.

La información utilizada en el presente estudio prospectivo ha resultado de una investigación basada en la **metodología Delphi** para encontrar ideas, formar opiniones y realizar pronóstico de futuro acerca del impacto de **la innovación tecnológica en la Industria Cinematográfica de Iberoamérica**. De esta manera, se pretende aportar informaciones y conocimientos de un tema que, no obstante su importancia estratégica para el desarrollo cultural y comunicacional nacional, ha sido hasta ahora poco estudiado. Es importante tener en cuenta que durante la realización del ejercicio prospectivo Delphi existen tres aspectos críticos:

1. Formulación adecuada del cuestionario que será suministrado a los expertos;
2. Correcto procesamiento de la información, en particular el tratamiento de las variables cualitativas; e
3. Interpretación adecuada de los resultados.

Las ventajas del método Delphi son las siguientes:

1. La amplitud de la consulta permite llegar a expertos a quienes usualmente no se llega en otras consultas a través de paneles o comisiones; y
2. El anonimato, por su parte, impide que los consensos sean forzados por líderes de grupos y permite así llegar a consensos más basados en las convicciones de los expertos que en dinámicas de grupo.

El método Delphi tiene por objetivo construir escenarios con relación al comportamiento de una o más variables. Cuando las variables consideradas no pueden ser medidas directamente sino a través de una gama de indicadores asociados, entonces la técnica debe centrarse en el comportamiento de tales indicadores para poder obtener alguna conclusión acerca del comportamiento de sus variables respectivas. Esta metodología requiere de la participación de un **grupo de expertos o especialistas** en el tema que se desea indagar. De ellos se espera que puedan dar una opinión fundamentada sobre el comportamiento futuro de un conjunto de variables que definen una situación o sistema de interés. El grupo de expertos debe ser lo más homogéneo posible en cuanto a su composición y sus integrantes deben trabajar en forma individual y en perfecto anonimato. En esencia, un ejercicio de pronóstico prospectivo basado en la técnica Delphi consiste en preguntarle a los expertos sus opiniones (juicios de valor basados en conocimientos, experiencia, imaginación, sentido común e intuición) acerca del comportamiento futuro de un grupo dado de variables e indicadores.



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO.

La intencionalidad analítica del estudio, “**La Innovación Tecnológica en la Industria Cinematográfica Iberoamericana**”, se orientó hacia un primer estudio sobre la situación, tendencias y factores de la innovación tecnológica en la Industria Cinematográfica, entre **2006-2010**, con el fin de estimar las principales acciones públicas encaminadas a reforzar la capacidad de innovación del sector. Por consiguiente, el nivel de investigación fue **analítico**, no descriptivo, si bien procuramos mantener el valor descriptivo e informativo de los datos obtenidos. De ahí la necesidad de proceder metodológicamente a una encuesta por **cuestionario Delphi, que fue aplicada en dos (2) rondas** mediante la cual los expertos entrevistados pudieron proporcionar las informaciones necesarias para la construcción de las variables requeridas para nuestro análisis. Así tenemos, que a partir del cumplimiento de la propuesta metodológica, se ha organizado la direccionalidad temporal del proyecto de investigación en **dos etapas y nueve fases de actividades** que permiten ordenar los momentos más indicados para evaluar los resultados parciales de la investigación.

El desarrollo de la investigación ha consistido en un proceso de interacción con un grupo formado por **30 expertos** de reconocido prestigio que desarrollan su labor profesional en el ámbito de los medios de comunicación, en el mundo académico y en el campo de la investigación, así como otros pertenecientes a instituciones y organizaciones directa e indirectamente relacionadas con el objeto de estudio. El problema central del estudio fue indagar con los expertos:

¿Cuáles son los escenarios más probables que se pueden dar en la Industria Cinematográfica en el contexto Iberoamericano, entre 2006-2010, desde la perspectiva de la innovación?

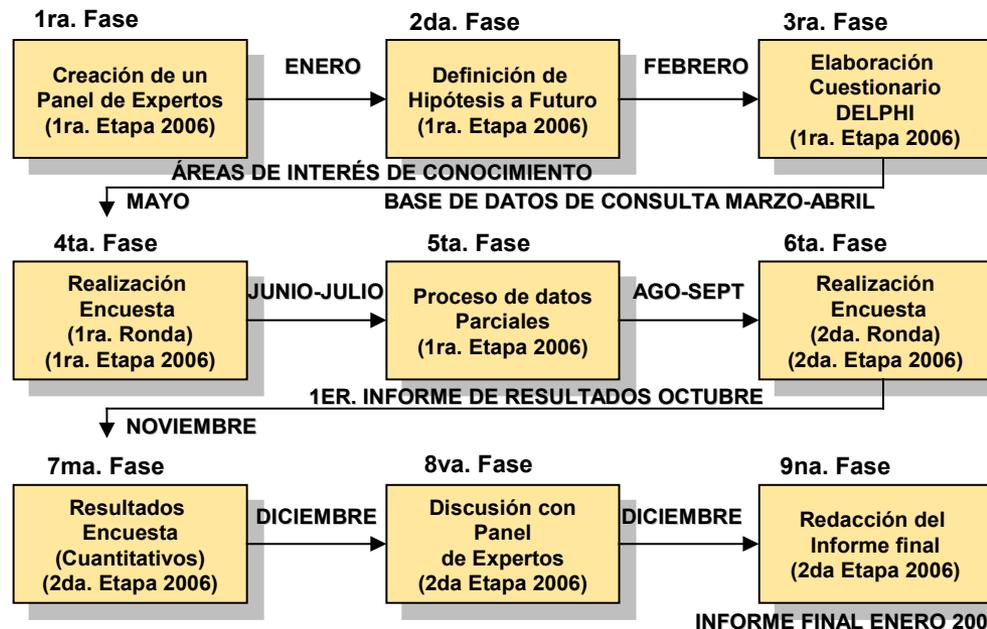
En la primera etapa de la investigación se ha procedido a una ronda de consultas a los expertos, solicitando la respuesta a un **cuestionario de 22 preguntas**. alguna de las cuestiones planteadas significaba la solicitud de más de una respuesta. Las preguntas contenidas en el cuestionario han sido tanto de carácter abierto como cerrado. Éstas últimas han sido planteadas a partir de una escala de *likert* definida desde el **valor uno** hasta el **valor cinco**.



FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO. ETAPAS, FASES Y RONDAS.

En la **primera ronda** de consultas, se han planteado diversas cuestiones relacionadas con la previsible evolución que experimentará la industria cinematográfica en Iberoamérica en los próximos años. La **segunda ronda** de consultas ha tenido la finalidad de incrementar la homogeneidad de las respuestas que presentaban menor consenso en el grupo.

Las preguntas han estado orientadas a conocer el **nivel de probabilidad que estiman los expertos consultados** sobre la ocurrencia de algunos acontecimientos, o bien la importancia que tendrán determinadas variables asociadas a la innovación tecnológica en el futuro mapa cinematográfico y audiovisual de Iberoamérica.



El cuestionario se estructuró en: 14 áreas de interés de conocimiento, 22 preguntas (que significaba la solicitud de 548 respuestas) y 30 Entrevistados.



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO. COBERTURA. 14 ÁREAS.

Para el logro de los objetivos señalados, se propuso abordar a través de una mirada prospectiva, la situación, tendencias y factores de la innovación tecnológica en el sector cinematográfico iberoamericano entre **2006-2010**, sobre la base de **catorce (14) áreas de interés**, subdivididas a su vez en temas, orientados a conocer, reconocer y proponer diferentes formas de responder a los retos de la transición digital para adaptarse adecuadamente a un entorno cambiante.

1. Nivel de satisfacción con respecto a diversos aspectos de la actual Industria Cinematográfica Iberoamericana.
2. Nivel de satisfacción general con respecto a la evolución de la Industria Cinematográfica Iberoamericana.
3. Transformaciones industriales y cambios estructurales del mapa audiovisual entre 2006 y 2010.
4. Elementos característicos de la Producción y Distribución Cinematográfica Nacional.
5. Definición de Innovación Tecnológica.
6. Perspectivas de futuro de la Industria Cinematográfica Nacional en los próximos cinco años.
7. El proceso de desarrollo de la innovación tecnológica en la Producción, Distribución y Exhibición de la Industria Cinematográfica Nacional.
8. Evolución de la Producción y Distribución Digital del Cine en el espacio iberoamericano en los próximos cinco años.
9. Fomento de factores incentivadores de innovación tecnológica en el sector cinematográfico nacional.
10. Servicios ofertados dentro de la plataforma de televisión por pago y para la telefonía móvil multimedia.
11. Definición y nivel de convergencia tecnológica y multimedia.
12. Nivel de interactividad existente en el mapa cinematográfico nacional entre 2006 y 2010.
13. Sector socioeconómico y rango de edad donde genera mayor impacto las innovaciones tecnológicas aplicadas a.
14. Factores asociados a las innovaciones tecnológicas que incidirán en la Industria Cinematográfica Nacional del año 2010.



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMÉRICA



RELACIÓN DE INTEGRANTES DEL PANEL DE EXPERTOS.

1. **SCHARGORODSKY, Héctor.** Director General del Observatorio Cultural de la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires, UBA. Argentina.
2. **FUENZALIDA, Valerio.** Chile.
3. **LÓPEZ, Omar.** Proyecto Economía y Cultura. Convenio Andrés Bello, CAB. Colombia.
4. **MELO, David.** Ministerio de Cultura, Colombia.
5. **FERNÁNDEZ BLANCO, Víctor.** Profesor de la Universidad de Oviedo, Departamento de Economía, España.
6. **GARCÍA GRACIA, María Isabel.** Profesora de la Universidad Complutense de Madrid. España.
7. **LÓPEZ SINTAS, Jordi.** Profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona UAB, Facultad de Economía. España.
8. **RAMIREZ ALVARADO, María del Mar.** Profesora de la Universidad de Sevilla, Facultad de Comunicación. España.
9. **SACRISTÁN ROMERO, Francisco.** Profesor de la Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información. España.
10. **SÁNCHEZ MONTES, José.** Director General de Ático Siete Productora. España.
11. **SEGOVIA ALONSO, Ana Isabel.** Profesora de la Universidad Complutense de Madrid UCM, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento Periodismo III. España.
12. **CORTÉS, Javier Arath.** Director de Cinematografía, Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, Secretaría de Gobernación. México.
13. **CROVI DRUETTA, Delia María.** Profesora de la Universidad Autónoma de México UNAM. México.
14. **PIEDRAS FERIA, Ernesto.** Director General The Competitive Intelligence Unit. Consulting Group. México.
15. **SÁNCHEZ RUIZ, Enrique.** Profesor de la Universidad de Guadalajara. México.
16. **DELGADO, Jorge.** Presidente Sociedad Peruana Industria Audiovisual (SPIA). Perú.
17. **CASTRO NEVES, Artur.** APCNP- Associação para a Promoção Cultural do Norte de Portugal. Portugal.
18. **NARTALLO, Adriana y Daniel Amorín.** Producciones de HACHAYTIZA. ASOPROD, Asociación de Productores y realizadores de Cine y Video del Uruguay. Uruguay.
19. **TAJAM, Hernán.** Productora HTV3. Uruguay.



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



RELACIÓN DE INTEGRANTES DEL PANEL DE EXPERTOS.

20. **ABREU, Miguel.** Director General Kaleidoscopio Producciones, C.A. Venezuela.
21. **ALVARADO, José Rafael.** JRAR Producciones C.A. Productora. Venezuela.
22. **ARTIGAS AVILA, Daniela.** Profesora de la Universidad del Zulia, LUZ. Venezuela.
23. **CALDERA, Alfredo.** CAACI-SECI.
24. **FONSECA, Alejandra.** Productora Laberinto Films Cooperativa. Venezuela.
25. **GAGLIARDI LUGO, Marcello.** Productora Terra Nova Audiovisual C.A. Venezuela.
26. **GIRÓN, Jonathan.** PDVSA INTEVEP. Venezuela.
27. **LEE, Carlos.** Profesor de la Universidad Metropolitana, UNIMET. Venezuela.
28. **TABLANTE, Leopoldo.** Profesor de la Universidad Católica Andrés Bello, UCAB. Centro de Investigación de la Comunicación (CIC). Venezuela.
29. **STRAGA, Rafael.** Productora Films, Cine&Video. Venezuela.
30. **VILLEGAS BARTHELL, Luis Guillermo.** Presidente Productora Bolívar Films. Venezuela.



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



1. Valore su nivel de satisfacción con respecto a cada uno de los siguientes aspectos de la actual Industria Cinematográfica en Iberoamérica.





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



NIVEL DE SATISFACCIÓN CON LA ACTUAL INDUSTRIA CINEMATOGÁFICA. “*Poco y Algo Satisfecho*” 61,8%.

Si bien el objetivo principal consiste en **reducir el nivel de incertidumbre** sobre la evolución de la Industria Cinematográfica y Audiovisual tras el cambio tecnológico de analógico a digital, en la relación de temas a tratar se ha incluido una breve evaluación del pasado más reciente del sector en los países miembros de la CAACI. De esta forma, iniciamos la exposición de los principales resultados del estudio con ***un diagnóstico sobre el nivel de satisfacción*** con la actual Industria Cinematográfica en Iberoamérica hasta el periodo (2006-2010) desde el que se desea considerar su futuro desarrollo. En este sentido, los miembros del panel de expertos han sido consultados sobre los acontecimientos que mejor explican la situación a la que llega el cine iberoamericano al año 2006. Al evaluar la Industria Cinematográfica Iberoamericana en aspectos generales, tales como, *su función como mediador social, capacidad de adaptación, contribuciones, calidad, adaptación e innovación*, se midieron los niveles de satisfacción de los expertos en una **escala de cinco (05) puntos**, en donde **1 es Muy poco satisfecho** y **5 es Muy satisfecho**. Los resultados obtenidos son los siguientes.

En líneas generales, **el nivel de satisfacción**, de las personas consultadas, en el área con respecto a múltiples aspectos de la Industria Cinematográfica Iberoamericana, esta ubicado entre **Poco Satisfecho (31,1%)**, y **Algo Satisfecho (ni positiva, ni negativa), con un 30,7%**. Tal circunstancia, tiene que ver principalmente por aspectos, tales como: el impacto económico sobre el empleo del país en donde el grupo de expertos opinaron estar *muy poco satisfecho* o *poco satisfecho* (70,3%), distribución digital en fase de ensayo y desarrollo en el país (77%), innovación comercial (mercadeo) de la Industria Cinematográfica (65%), Mayor dependencia de las salas de exhibición (62%), Oportunidades de las distribuidoras pequeñas y cadenas de exhibición independientes (85%), diferentes ventanas de amortización de las películas nacionales (73%) y rigurosas limitaciones a la piratería audiovisual y cinematográfica, en donde **más del 50% de los expertos evalúan el nivel de satisfacción como muy poco satisfecho o poco satisfecho**. De las características negativas de la Industria Cinematográfica señaladas por el grupo de expertos, destaca de manera sobresaliente esta última mención (rigurosas limitaciones a la piratería audiovisual y cinematográfica), en donde los informantes (66,7%) señalaron estar *muy poco satisfechos*. Las conclusiones comentadas se confirman con las respuestas recogidas en los gráficos.



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA

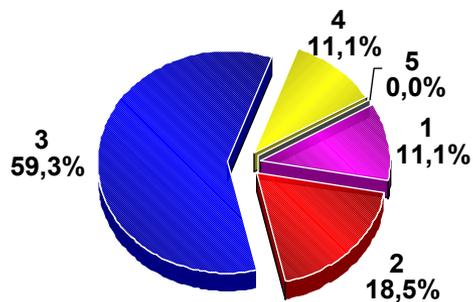


En la misma, se recoge el análisis de algunos aspectos referidos a la evolución de la Industria Cinematográfica Iberoamericana, pudiéndose apreciar dos grupos de aspectos que se distinguen por su valoración. Existe un **juicio medianamente satisfactorio** como ente mediador social y cultural (77%), contribución al funcionamiento del Sistema Político-Democrático (84%), contribución a la modernización y el desarrollo cultural del país (73%), capacidad de adaptación a los gustos del mercado (62%), impacto sobre la Industria audiovisual y de producción de contenidos del país (59%), nivel de convergencia tecnológica (66%), innovación tecnológica en la producción y distribución (81%), impulso a la creatividad, la experimentación y la formación (81%) y, producciones nacionales en soporte digital alta definición (66%), nuevos géneros y formatos (70%), eficiencia económica de la Industria Cinematográfica nacional (62%), costos y tiempos reducidos de edición y duplicación (65%), comercialización y distribución óptima del mercado cinematográfico nacional (69%), asistencia y frecuencia a las producciones nacionales (62%) y la innovación organizativa de la Industria (65%), fueron evaluadas como **Poco satisfactorias o Algo satisfactorio** en su opinión por más de un 50% de los expertos (valores 2 o 3 de la escala).

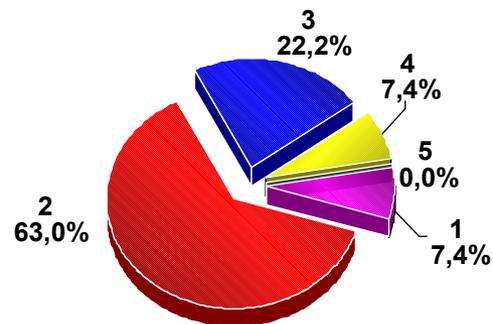
En sentido contrario, **existe un juicio favorable** (48% de las respuestas de los expertos consultados) en cuanto a los resultados obtenidos en los aspectos de carácter técnico y nivel de profesionalización existente en el medio. Por último destacan los expertos la capacidad que tiene la Industria Cinematográfica Iberoamericana de adaptarse a los cambios tecnológicos que han condicionado la evolución del sector. Así tenemos: adaptación de la Industria cinematográfica nacional a los cambios tecnológicos (66%), el nivel de profesionalización (80%), la calidad de las producciones cinematográficas del país (66%), digitalización de la imagen cinematográfica en el país (58%), mayor calidad de imagen y sonido (84%), calidad de los servicios ofertados (76%), relación Costos/Servicios ofertados (81%), reconversión tecnológica de las salas de exhibición (70%) y la asistencia y frecuencia a las salas de exhibición (59%), con un 50% o más de participantes que las evaluaron de manera **Algo satisfactoria o Satisfactoria** (valores 3 o 4 de la escala).

Es de hacer notar que la valoración **Muy Satisfactorio** (valor 5 en la escala de valoración), sólo fue mencionada en contadas ocasiones, quedando relegada a un 2,4 % de forma general.

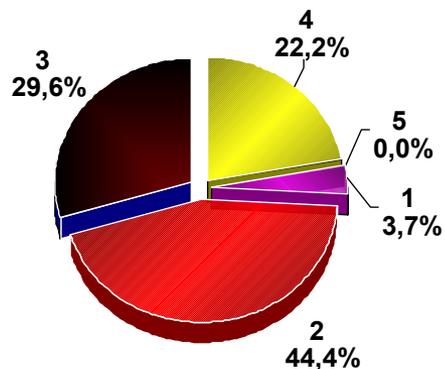
Mediador Social y Cultural



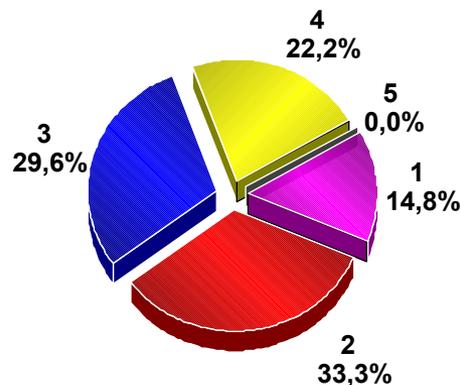
Contribución al Funcionamiento del Sistema Político-Democrático



Contribución a la modernización y el desarrollo Cultural del País



Capacidad de Adaptación a los Gustos del Mercado



Leyenda:

1. Muy Poco Satisfecho

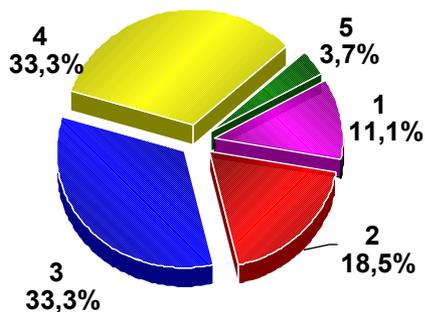
2. Poco Satisfecho

3. Algo Satisfecho

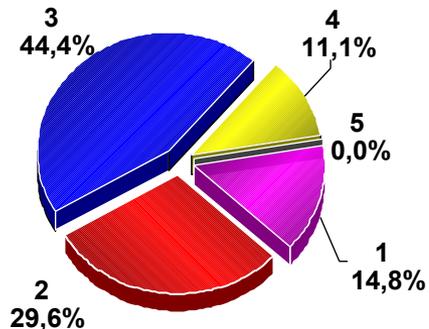
4. Satisfecho

5. Muy Satisfecho

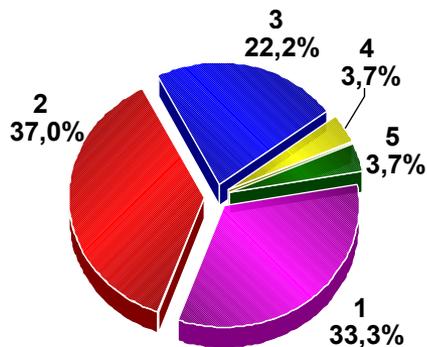
Adaptación de la Industria cinematográfica nacional a los cambios tecnológicos



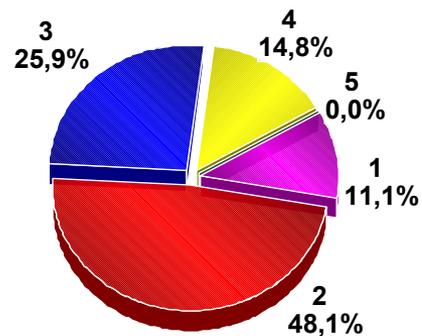
Impacto sobre la industria audiovisual del país



Impacto económico y sobre el empleo del país



Impacto sobre la industria y producción de contenidos del país



Leyenda:

1. Muy Poco Satisfecho

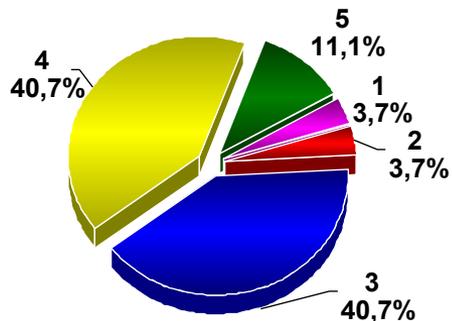
2. Poco Satisfecho

3. Algo Satisfecho

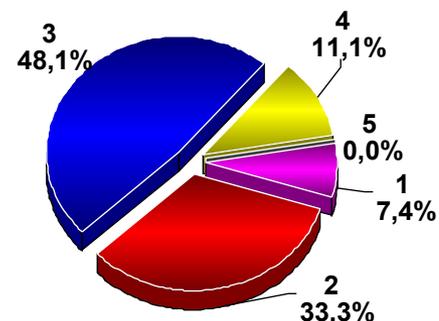
4. Satisfecho

5. Muy Satisfecho

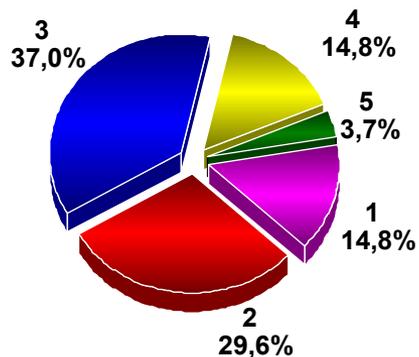
Nivel profesional



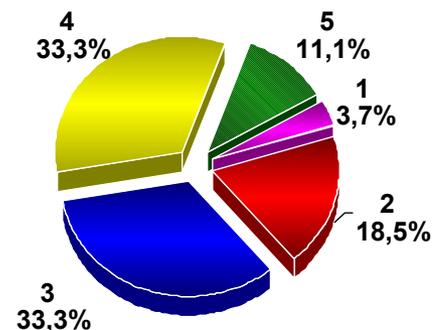
Innovación tecnológica en la producción y distribución



Nivel de Convergencia Tecnológica



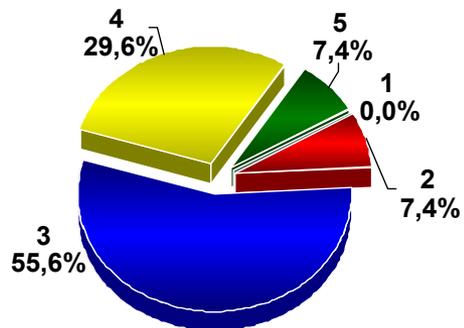
Calidad de las producciones cinematográficas del país



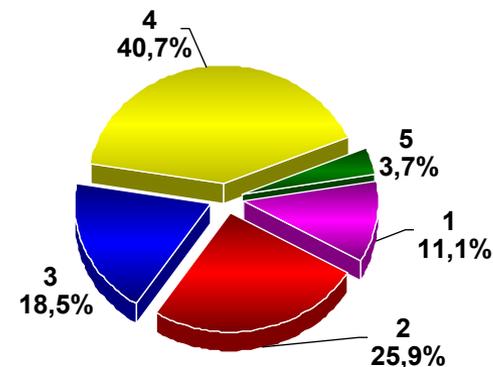
Leyenda:

- 1. Muy Poco Satisfecho
- 2. Poco Satisfecho
- 3. Algo Satisfecho
- 4. Satisfecho
- 5. Muy Satisfecho

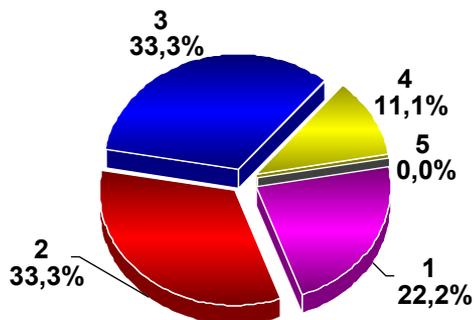
Mayor calidad de Imagen y Sonido



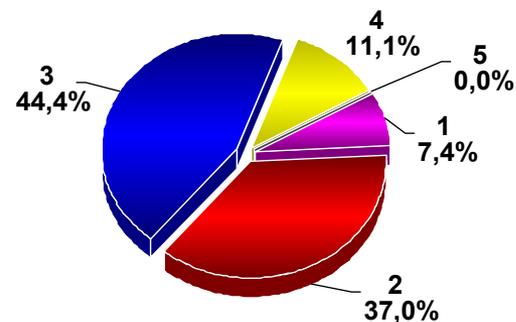
Digitalización de la Imagen cinematográfica en el país



Producción Nacional en soporte digital de alta definición



Impulso a la creatividad, la experimentación y la formación



Leyenda:

1. Muy Poco Satisfecho

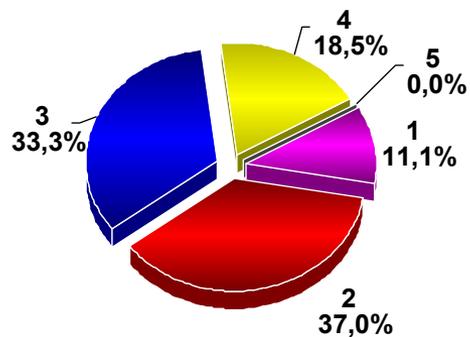
2. Poco Satisfecho

3. Algo Satisfecho

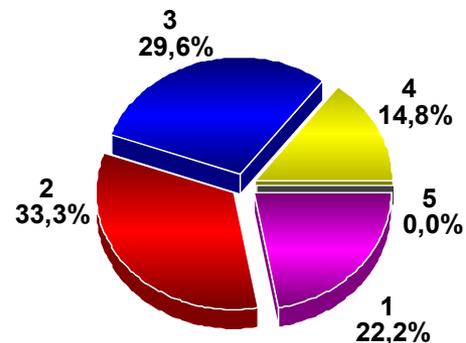
4. Satisfecho

5. Muy Satisfecho

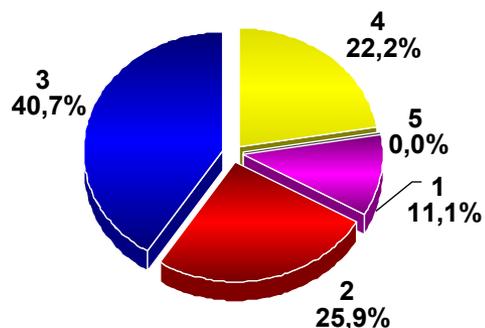
Nuevos géneros y formatos



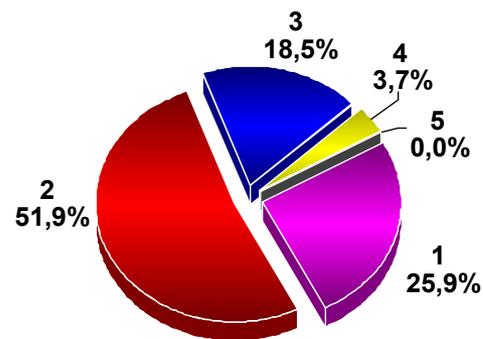
Eficiencia económica de la industria cinematográfica nacional



Costos y tiempos reducidos de edición y duplicación



Comercialización y distribución óptima del mercado cinematográfico nacional



Leyenda:

1. Muy Poco Satisfecho

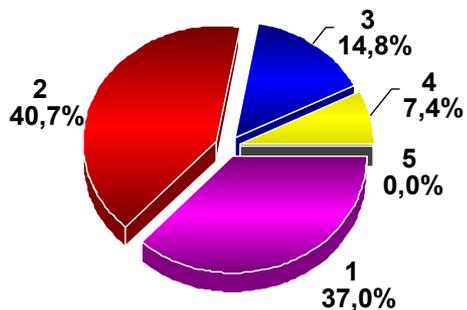
2. Poco Satisfecho

3. Algo Satisfecho

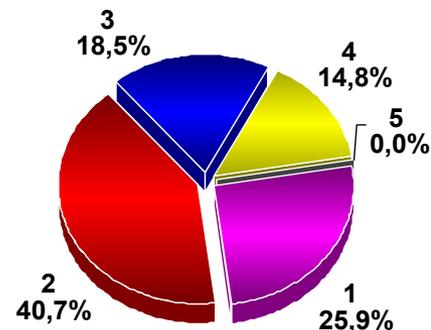
4. Satisfecho

5. Muy Satisfecho

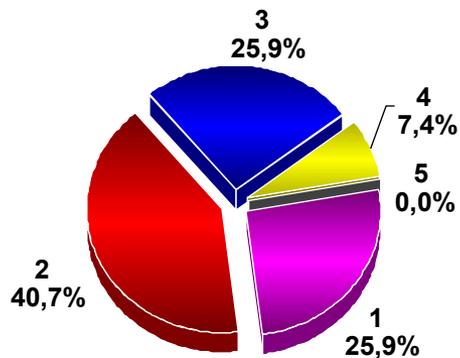
Distribución Digital en fase de ensayo y desarrollo en el país



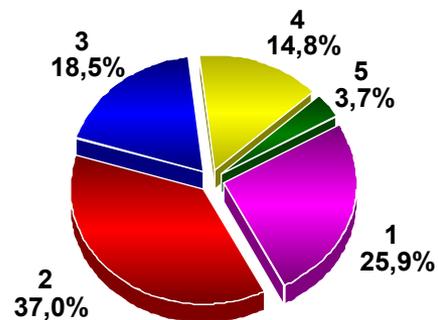
Innovación Comercial (Marketing) de la Industria Cinematográfica Nacional



Innovación Organizativa de la Industria Cinematográfica Nacional



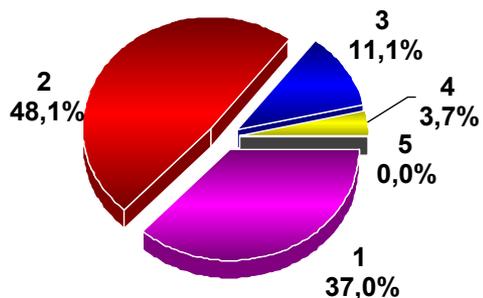
Mayor dependencia de las salas de exhibición en el país



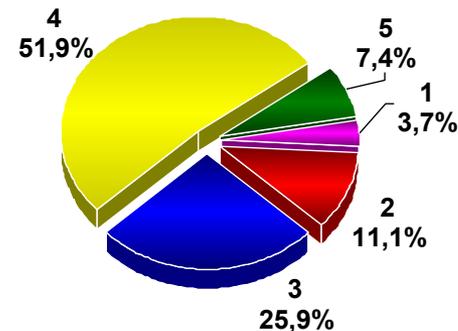
Leyenda:

- 1. Muy Poco Satisfecho
- 2. Poco Satisfecho
- 3. Algo Satisfecho
- 4. Satisfecho
- 5. Muy Satisfecho

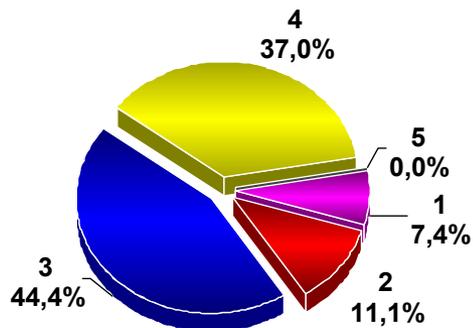
Oportunidades de las distribuidoras pequeñas y cadenas de exhibición independientes



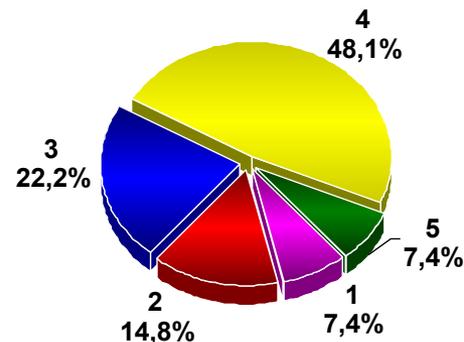
Calidad de los servicios ofertados por las salas de exhibición



Relación Costo/Servicios ofertados por las salas de exhibición



Reconversión tecnológica de las salas de exhibición del país



Leyenda:

1. Muy Poco Satisfecho

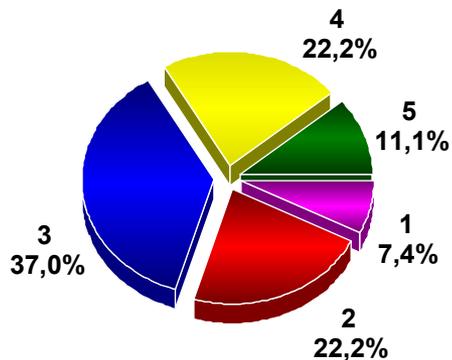
2. Poco Satisfecho

3. Algo Satisfecho

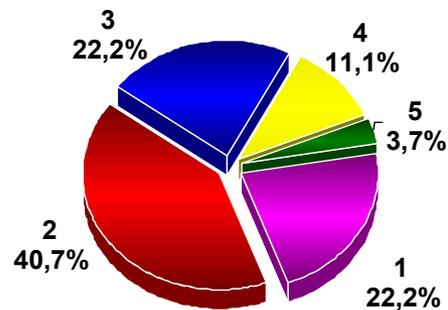
4. Satisfecho

5. Muy Satisfecho

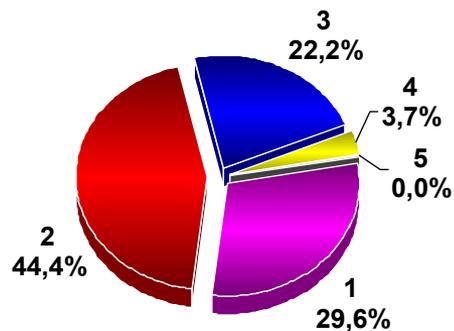
Asistencia y frecuencia a las salas de exhibición en el país



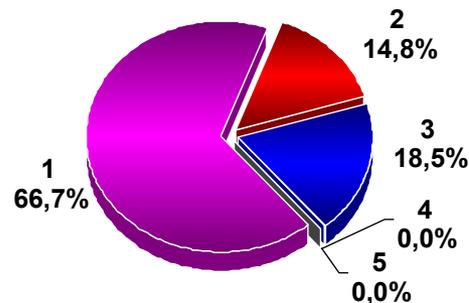
Asistencia y frecuencia a las producciones nacionales



Diferentes ventanas de amortización de las películas nacionales



Rigurosas limitaciones a la piratería audiovisual y cinematográfica



Leyenda:

1. Muy Poco Satisfecho

2. Poco Satisfecho

3. Algo Satisfecho

4. Satisfecho

5. Muy Satisfecho

Otros Aspectos de la Industria Cinematográfica en Iberoamerica

-Efectos en la Industria por la importación Paralela	2
-Gestores culturales para promover y comercializar el producto audiovisual nacional	1

Leyenda:

1. Muy Poco Satisfecho 2. Poco Satisfecho 3. Algo Satisfecho 4. Satisfecho 5. Muy Satisfecho



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



2. Valore su nivel de satisfacción general con respecto a la evolución de la Industria Cinematográfica Iberoamericana.





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA. “Poco y Algo Satisfactorio” 68,9%.

La evaluación de la **evolución de la Industria Cinematográfica Iberoamericana** se llevó a cabo bajo los mismos parámetros de valoración de la satisfacción de los expertos participantes, esto es, con una escala del 1 al 5, en donde **1 significa *Muy poco satisfactorio*** y, **5 representa a la valoración *Muy Satisfactorio***.

En líneas generales, **el nivel de satisfacción general** de las personas consultadas, con respecto a la evolución de la Industria Cinematográfica Iberoamericana, esta ubicado entre ***Poco Satisfactorio (37,5%)***, y ***Algo Satisfactorio, con un 31,4%***.

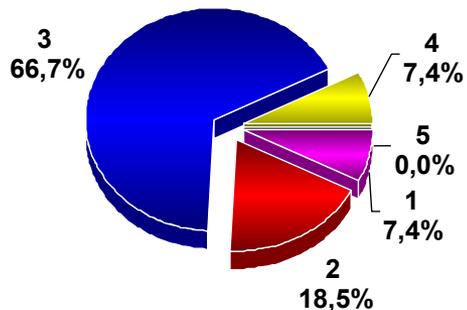
Los resultados obtenidos en las tres categorías investigadas fueron:

En cuanto a la **Dimensión Social, Cultural y Política**, ésta fue valorada como ***Algo Satisfactorio*** por un 66,7% de los expertos consultados.

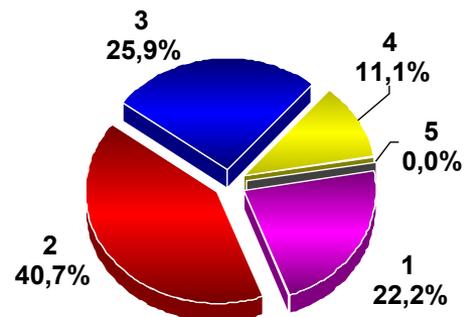
Para los aspectos **Dimensión de Mercado y Económica e Innovación tecnológica**, estos fueron evaluados como ***Poco Satisfactorio y Algo Satisfactorio*** por más del 65% de los participantes.

Es de hacer notar que la valoración *Satisfactorio* (valor 4 en la escala de likert), sólo fue mencionada en contadas ocasiones, quedando relegada a un 8,33% de forma general.

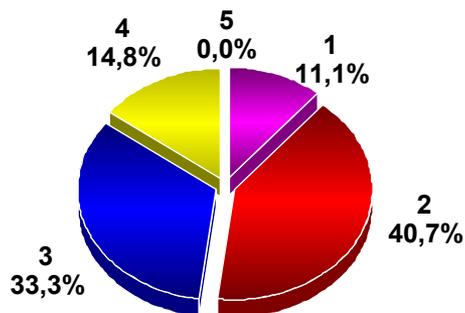
Dimensión Social, cultural y Política



Dimensión de mercado y económica



Dimensión de Innovación tecnológica



Leyenda:

1. Muy Poco Satisfactorio

2. Poco Satisfactorio

3. Algo Satisfactorio

4. Satisfactorio

5. Muy Satisfactorio



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



3. Indique, tres de los principales elementos característicos de las transformaciones industriales y cambios estructurales en la configuración del mapa audiovisual entre 2006 y 2010.





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA

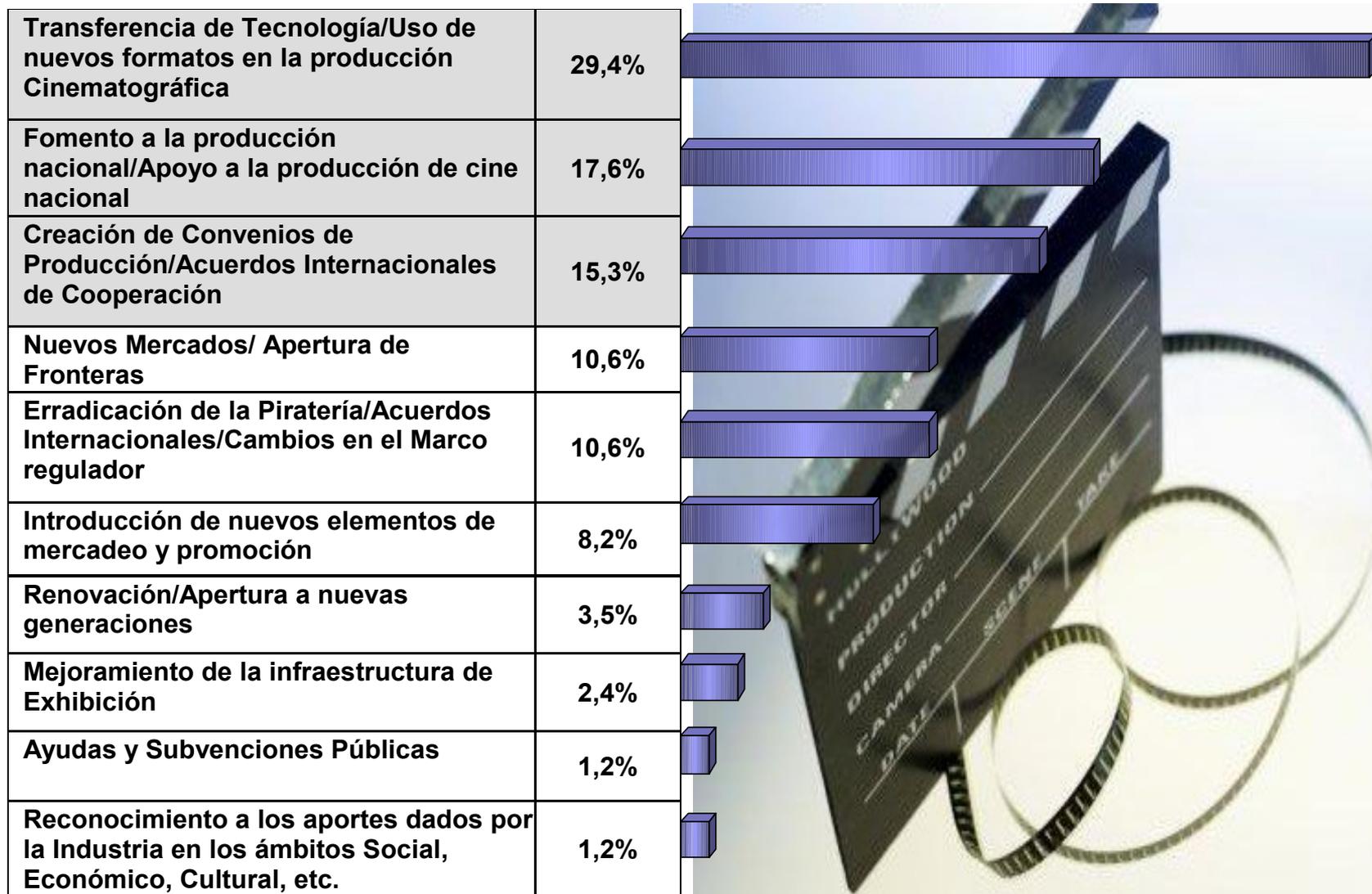


LAS TRANSFORMACIONES INDUSTRIALES Y CAMBIOS ESTRUCTURALES. MAPA AUDIOVISUAL ENTRE 2006-2010.

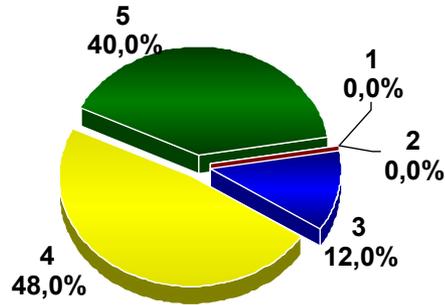
Primer lugar (29,4%) en las menciones: *transferencia de tecnologías*

La evolución del mapa audiovisual para los **próximos 5 años (2006 al 2010)**, en referencia a las **transformaciones industriales y cambios estructurales**, ha sido analizada bajo una serie de elementos característicos, considerados por el grupo de expertos, como los principales ejes transformadores de la Industria Audiovisual. En este sentido, presentamos los resultados de la prospección realizada, al objeto de analizar **cuáles serán los principales cambios que acontecerán en los próximos años y que condicionarán los distintos escenarios posibles para el año 2010**. Esta gama de factores han sido clasificados por orden de importancia según su mayor o menor mención por parte de los expertos y, evaluados bajo una escala de aceptación de 5 puntos, desde **Muy poco importante (1)**, hasta **Muy Importante (5)**. Cabe destacar, que la totalidad de las menciones dadas han recibido evaluaciones que las catalogan de **Importantes a Muy Importantes (4 o 5)**, dado que son las consideradas por los expertos consultados como los principales elementos característicos de las futuras transformaciones en la Industria Audiovisual, por tanto, su clasificación se basará en la importancia relativa en cuanto a las menciones dadas así como a la importancia que éstas tienen dentro de todo el conjunto.

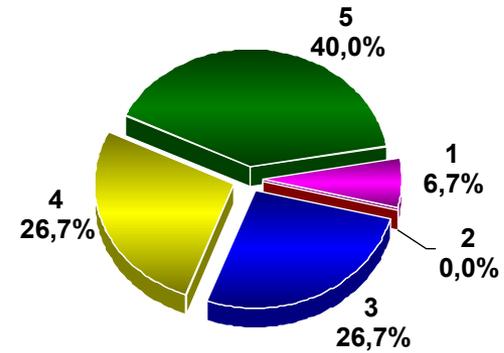
Según la consulta realizada al grupo de expertos que conforman el panel, el **29,4% del total de frecuencia de respuestas (menciones)** señaló, en primer lugar, que la **transferencia de tecnologías y el uso de nuevos formatos en la producción cinematográfica** serán los principales elementos característicos de los cambios estructurales en la Industria Audiovisual Iberoamericana durante los próximos años, alcanzando un 84% conformado entre **Importante (48%)**, y **muy importante con un 40%**. Le siguen en orden de importancia fomento y apoyo a la producción nacional con 17,6% y, convenios y acuerdos internacionales de cooperación con 15,3% del total de frecuencia de las respuestas.



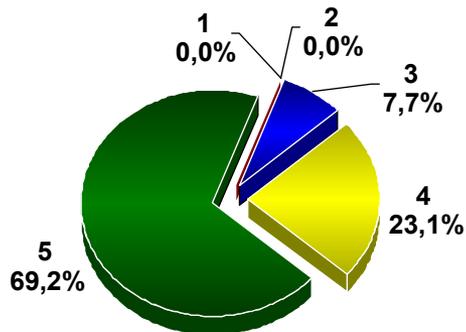
Transferencia de Tecnología/ Uso de nuevos formatos en la producción Cinematográfica



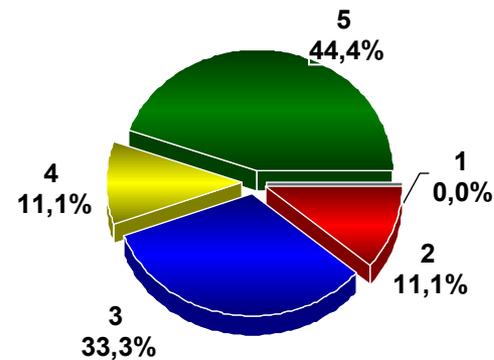
Fomento a la producción nacional/ Apoyo a la producción de cine nacional



Creación de Convenios de Producción/ Acuerdos Internacionales de Cooperación



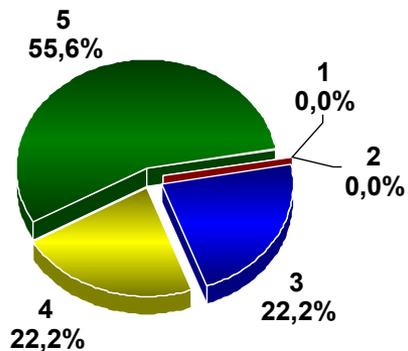
Nuevos Mercados/ Apertura de Fronteras



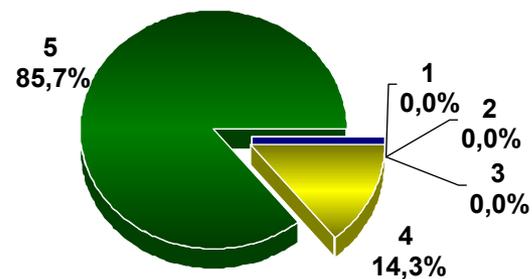
Leyenda:

1. Muy Poco Importante 2. Poco Importante 3. Algo Importante 4. Importante 5. Muy Importante

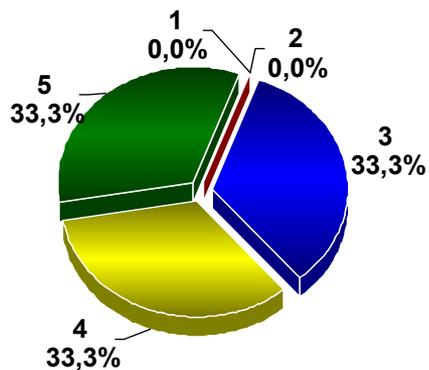
Erradicación de la Piratería/Acuerdos Internacionales/Cambios en el Marco regulador



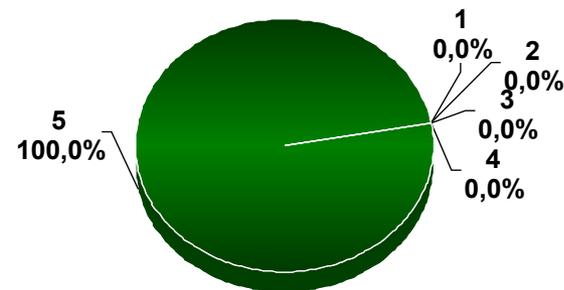
Introducción de nuevos elementos de mercadeo y promoción



Renovación/Apertura a nuevas generaciones



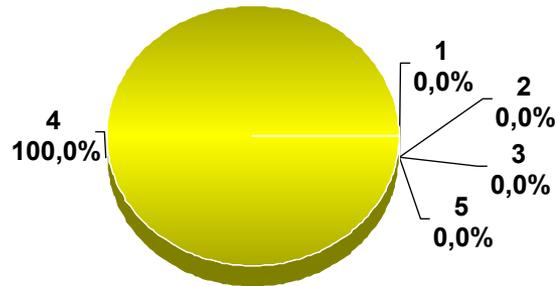
Mejoramiento de la infraestructura de Exhibición



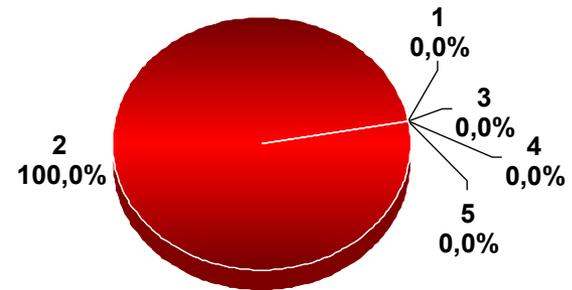
Leyenda:

- 1. Muy Poco Importante
- 2. Poco Importante
- 3. Algo Importante
- 4. Importante
- 5. Muy Importante

Ayudas y Subvenciones Publicas



Reconocimiento a los Aportes dados por la Industria en los ámbitos Social, Económico, Cultural, etc.



Leyenda:

1. Muy Poco Importante

2. Poco Importante

3. Algo Importante

4. Importante

5. Muy Importante



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



4. Indique, por orden de importancia, al menos tres de los principales elementos característicos de la Producción y Distribución Cinematográfica Nacional





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA

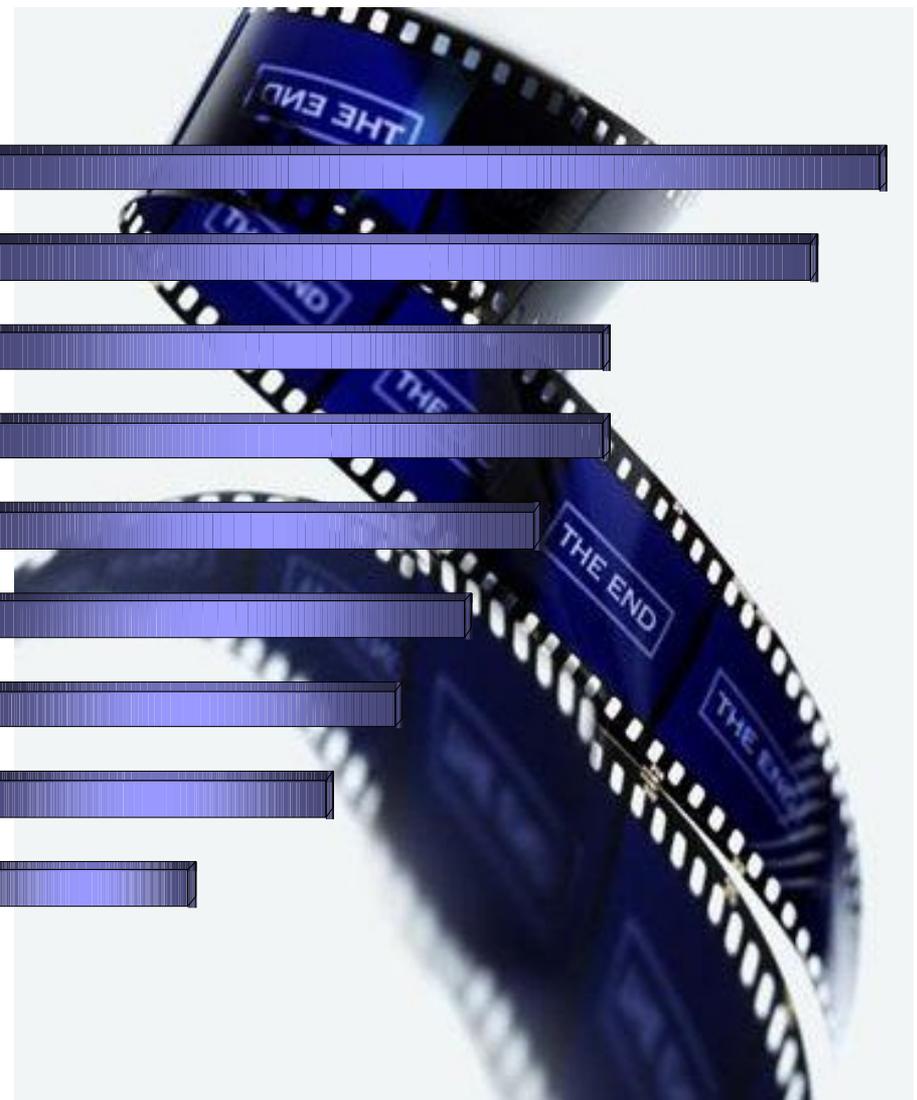


PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRAFICA NACIONAL Primer lugar (18,06%) en las menciones: *temas sociales mal enfocados*

La escala empleada en esta fase del cuestionario es la misma que se empleó en la pregunta anterior; una escala de 5 puntos, en donde **1 representa al extremo negativo con la valoración *Muy Poco Importante* y 5 representa al extremo opuesto con una valoración de *Muy Importante***. Las menciones, presentadas en el próximo cuadro, están clasificadas por un orden decreciente, según el grado de importancia y la cantidad de veces que fue catalogada como elemento importante por los expertos participantes.

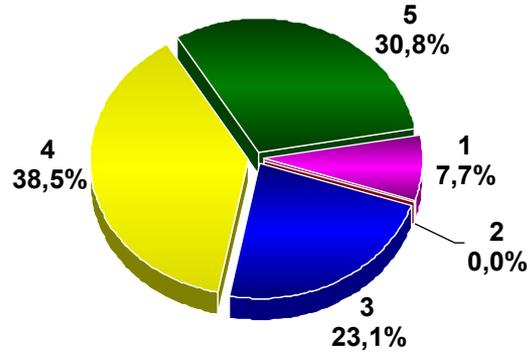
Según los expertos consultados para el presente estudio prospectivo, podemos observar que las principales cuatro características mencionadas, por orden de importancia, referidas a la Producción y Distribución Cinematográfica Nacional, están referidas a **temas sociales “mal enfocados” con un 18,06% del total de frecuencia de menciones**, conformado entre ***Importante* (38%)**, y ***muy importante* con un 30%**, seguida por la necesidad optimizar la logística en la producción y distribución (16.67%), aumento de intercambio y coproducciones y, mejoras en los formatos de distribución (12,5%).

Es importante señalar que la mención que hace referencia a los *limitados presupuestos y dependencia económica*, aunque fue escasamente mencionada, entre los elementos característicos que influyen en la producción y distribución cinematográfica nacional, no obstante se le asignó un 66,7% de *muy importante*. Las demás menciones dadas por los informantes han sido catalogadas como Importantes o Muy Importantes, entre las que destacan: coproducciones (66,7%); empleo de nuevos formatos de rodaje (55,6%), falta de visión del cine como industria (50%) y mayor calidad técnica (40%).

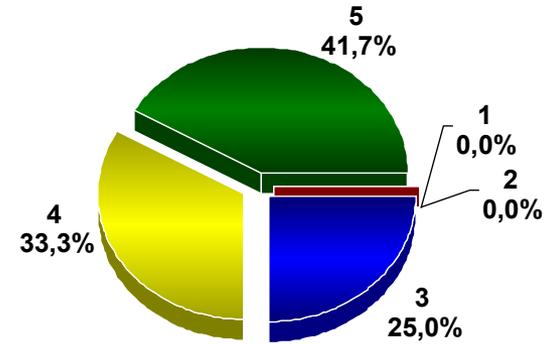


Temas sociales mal enfocado / Tramas pocos creíbles	18,06%
Optimizar la logística / Planificación	16,67%
Aumento del Intercambio Cultural / Coproducciones	12,50%
Mejoras en el formato de Distribución	12,50%
Mejores niveles de formación técnica	11,11%
Empleo de nuevos formatos de rodaje	9,72%
Falta de visión del Cine como Industria	8,33%
Mayor calidad técnica	6,94%
Limitados Presupuestos / Dependencia Económica	4,17%
TOTAL	100%

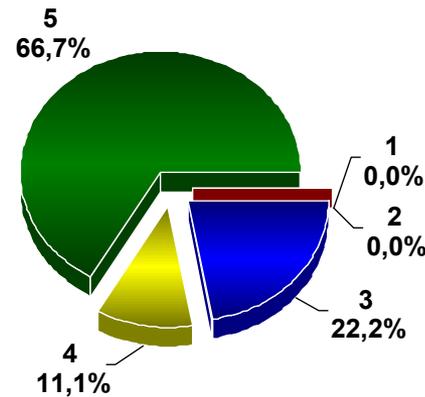
Tema Social mal Enfocado / Trama Poco Creíble



Optimizar la logística / Planificación



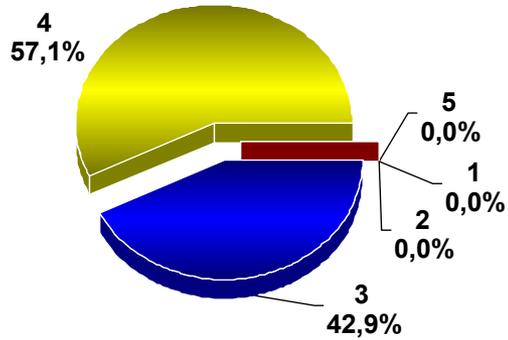
Aumento en el Intercambio Cultural / Coproducciones



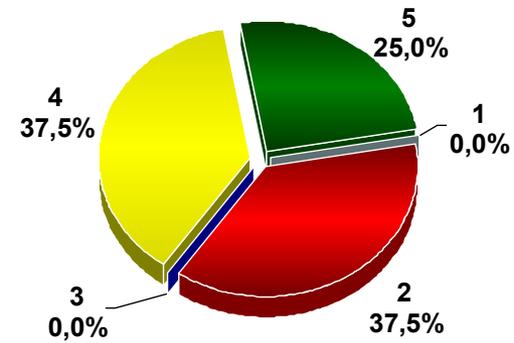
Leyenda:

- 1. Muy Poco Importante
- 2. Poco Importante
- 3. Algo Importante
- 4. Importante
- 5. Muy Importante

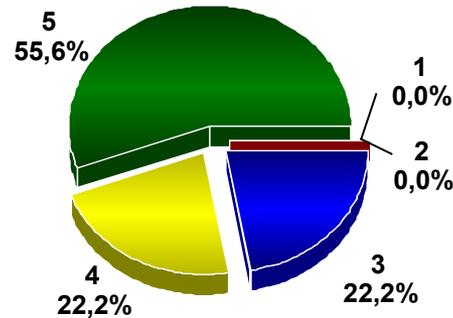
Mejoras en el Formato de Distribución



Mejores Niveles de Formación Técnica



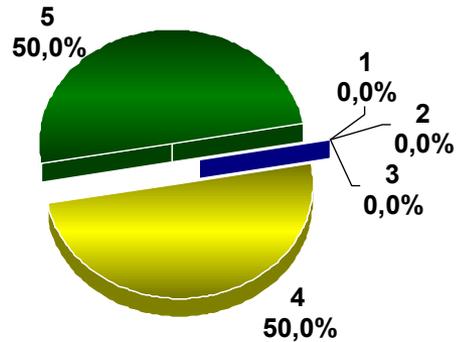
Empleo de Nuevos Formato de Rodaje



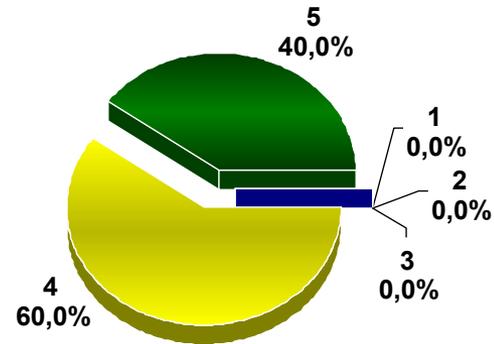
Leyenda:

1. Muy Poco Importante 2. Poco Importante 3. Algo Importante 4. Importante 5. Muy Importante

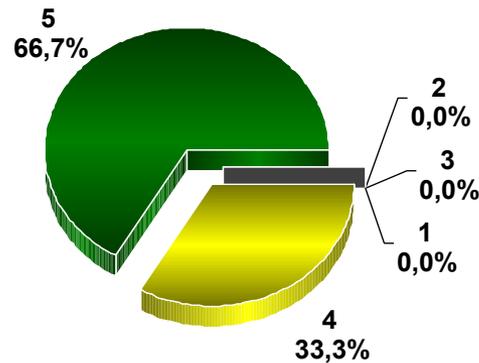
Falta de visión del Cine como Industria



Mayor Calidad Técnica



Limitados Presupuestos / Dependencia Económica



Leyenda:

- 1. Muy Poco Importante
- 2. Poco Importante
- 3. Algo Importante
- 4. Importante
- 5. Muy Importante



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



5. Defina brevemente, en una frase a ser posible, lo que entiende por innovación tecnológica.



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Se puede definir *la Innovación Tecnológica* como aquella que resulta de la primera aplicación de los conocimientos científicos y técnicos en la solución de los problemas que se plantean a los diversos sectores productivos, y que origina un cambio en los productos, en los servicios o en la propia empresa en general, introduciendo nuevos productos, procesos o servicios basados en nueva tecnología (entendiendo tecnología de una manera simple como la aplicación industrial de los descubrimientos científicos).

La Innovación Tecnológica se produce generalmente como consecuencia de dos factores. El primero es efecto de un incremento del conocimiento, o lo que es lo mismo, un descubrimiento que permita desarrollar nuevos productos anteriormente desconocidos, así como mejorar los sistemas de producción, de una forma más efectiva y barata. Cuando estas invenciones se convierten en bienes o servicios disponibles en el mercado, se habla de **innovaciones de producto**. Cuando las innovaciones se introducen en el proceso de producción se habla de **innovaciones de proceso**. La segunda forma de lograr una innovación tecnológica es aplicando los conocimientos o novedades descubiertas por otros en aras de conseguir una mejora en los productos o en los procesos de la empresa (*difusión tecnológica*). Este tipo de innovaciones, en contra de lo que se ha venido pensando durante tiempo, tiene un impacto sobre la economía tan importante o más que la innovación por generación de nuevos conocimientos.

Recientemente se ha definido la innovación como la conversión de ideas en productos, procesos o servicios que tienen éxito en el mercado. Estas ideas pueden ser tecnológicas, comerciales y organizativas. Por ello, se puede distinguir entre innovaciones tecnológicas y 'no tecnológicas'. Las primeras implican productos, servicios o procesos nuevos o mejorados gracias a la tecnología. Las segundas consisten en nuevas formas de organización o gestión de la empresa o nuevos comportamientos en el mercado.



INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

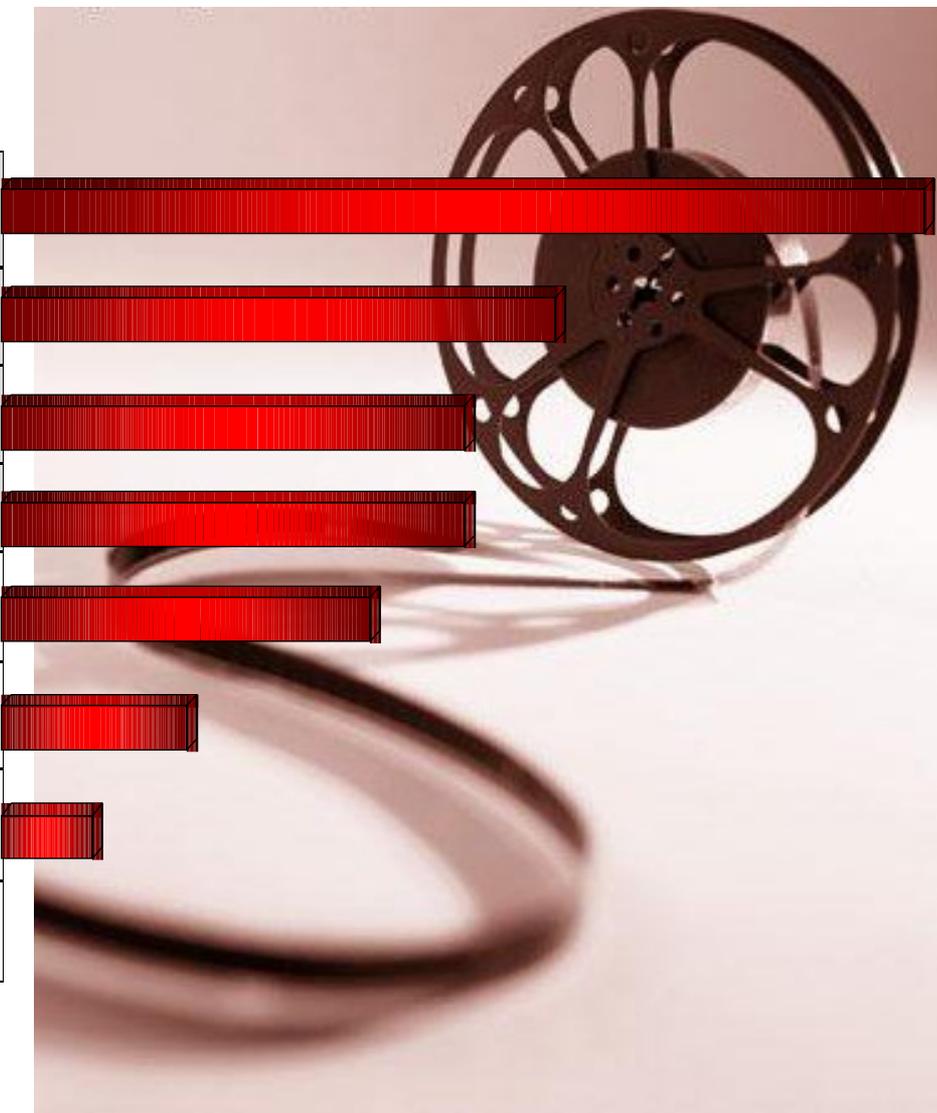
Primer lugar (30,3%) en las menciones: *“empleo de nuevos elementos o de nuevas tecnologías”*

Ahora bien, para efectos del estudio prospectivo, se les pidió a los expertos consultados que explicaran, en una frase, lo que entendían por **Innovación tecnológica**, lográndose obtener una variada gama de frases que la describen, de manera general, como **la incorporación de nuevas tecnologías a la actividad cinematográfica y audiovisual**. Los resultados de la consulta efectuada a los miembros del panel de expertos, denotan un elevado nivel de conocimiento a la hora de definir “en una frase” lo que entendían por innovación tecnológica. Las frases que engloban estas menciones están indicadas en la siguiente tabla, presentado en orden de relevancia, según la cantidad de menciones (frecuencia) obtenidas de los informantes.

Podemos observar que para los expertos, **la frase que mejor define a la innovación tecnológica es “el empleo de nuevos elementos o de nuevas tecnologías” en la industria cinematográfica (30,3%)**. La segunda mención en importancia esta referida al desarrollo de los procesos con el fin de lograr mejoras en la calidad de las producciones con un 18,2%. Con igual ponderación, se presentan la tercera y cuarta mención, con un 12,5% las cuales están referidas a la implementación de nuevos nichos de mercado o la creación o desarrollo de nuevos productos y, el desarrollo y evolución de la industria del cine.

Las tres últimas menciones hacen referencia a la adopción inmediata de los formatos digitales (12,1%), al proceso de aprendizaje y adaptación a las nuevas tecnologías (6,1%) y a la potenciación de lo existente a nuevas dimensiones (3,0%). Como conclusión podemos decir que para los expertos involucrados en el estudio, la adopción de las nuevas tecnologías y tendencias en el desarrollo de la industria cinematográfica es la clave de la Innovación tecnológica.

Empleo de nuevos elementos / Nuevas tecnologías	30,3%
Desarrollo de procesos para mejorar la calidad	18,2%
Nuevos nichos de mercados / Nuevos productos	15,2%
El desarrollo / El Cambio / La evolución del medio	15,2%
Adaptación inmediata a formatos digitales	12,1%
Proceso de aprendizaje y adaptación tecnológica	6,1%
Potenciar lo existente a nuevas dimensiones	3,0%
TOTAL	100%





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



6. Valore las perspectivas de futuro e indique, por probabilidad de ocurrencia, los posibles acontecimientos de los siguientes elementos en la industria cinematográfica nacional, tomando como consideración el escenario de la innovación y convergencia tecnológica en los próximos cinco años





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



PERSPECTIVAS DE FUTURO EN LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA.

2008: año de los avances de la Industria Cinematográfica

Para analizar la transformación que se producirá en los próximos años, diferenciamos un primer periodo temporal que dura desde 2006 hasta 2008 y un segundo cuya duración se prolonga hasta 2010. Así, los expertos han sido consultados de manera explícita por los cambios más importantes que se producirán en el sector cinematográfico en cada uno de los dos periodos temporales. El resultado de esta consulta identifica los acontecimientos representados en los gráficos.

A continuación, vamos a considerar **cómo tendrán lugar esos acontecimientos, por probabilidad de ocurrencia**. Se les pidió a los expertos en el área *proyectarse en el tiempo y evaluar en cuánto tiempo* pudiesen estar ocurriendo una serie de factores relevantes para la Industria Cinematográfica, tomando en consideración el escenario de la innovación y convergencia tecnológica. La evaluación se hizo en base a los próximos cinco años, a partir del año 2006, y los resultados obtenidos pueden clasificarse según la **estimación de ocurrencia** de los mismos. Así, podemos agrupar una serie de factores o acontecimientos que se estiman pudiesen estar ocurriendo más prontamente que otros, que pudieran ocurrir en un lapso de tiempo mayor. Bajo este esquema podemos incluir en un primer grupo a los siguientes acontecimientos:

Dentro de las posibilidades de ocurrencia en el año **2006**, podemos nombrar el reforzamiento de la creatividad por la introducción de la tecnología digital (25,9%) y la Industria cinematográfica difícilmente se verá afectada por la aparición de las cámaras digitales (44,4%). Para el próximo año **2007**, los principales acontecimientos que se esperan puedan estar ocurriendo son, entre otros: el menor ciclo de vida de productos cinematográficos a escala mundial (29,6%) y, la mayor implantación de tecnología digital en la industria del cine nacional (33,3%) frente al soporte fotoquímico.



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

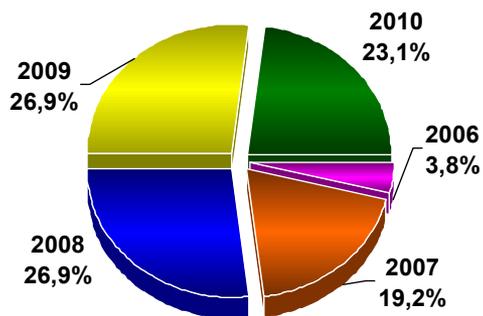
CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



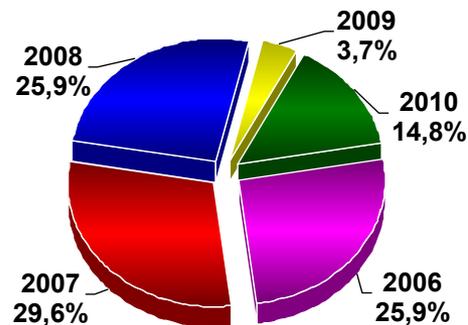
El año **2008**, según los profesionales que participaron en el estudio, está declarado como **el año de los avances en la Industria cinematográfica (29,02%)**, ya que es en éste año en donde se estima la mayor ocurrencia de aspectos y eventos relacionados con la innovación tecnológica, tales como: el aumento del entorno virtual (26,9%), los cambios en la histórica cadena de valor cinematográfico a redes-contenidos (29,6%), la digitalización de las fases del ciclo de vida de una película, desde su producción hasta su distribución y exhibición (29,6%), reducción de costos en todas las fases de producción (29,6%), convergencia, interactividad y fácil integración de productos tales como Pcs y móviles (33,3%), la aparición de nuevas estéticas cinematográficas en el mercado nacional (29,6%), la transición de espectador a cliente (40,7%), una paulatina transición por parte de los directores latinoamericanos del cine fotoquímico de 35 mm al cine electrónico (33,3%), aceleramiento de los tiempos de amortización y optimización de los procesos de distribución (37%), la digitalización de las redes de telecomunicación permitirá una nueva distribución comercial del cine nacional (44,44%), las implementaciones tecnológicas a nivel de productos y procesos (40,7%), un rol más activo por parte del consumidor cinematográfico (33,3%), reducción de los costos de duplicados así como la distribución local de las películas nacionales (37%) y, un aumento en las vías de consumo y acceso a la información (37,0%).

Por otra parte, para el año **2009**, están planteadas las hipótesis, con un 33,3% de los informantes, de que el mercado será más volátil, ya que el usuario cambiaría con mayor dinamismo con base en la oferta y, el aumento en el nivel de especialización/inversión en formación (29,3%). Y para el **año 2010**, con la menor expectativa de ocurrencia de todo el abanico de opciones, se encuentra la posibilidad de que la innovación tecnológica podría transformar los desequilibrios existentes entre las diferentes cinematografías de Iberoamérica y EEUU, con un 51,9% de la opinión de los expertos. Todo este conjunto de eventos y acontecimientos proyectados en el tiempo, nos dicen que la industria cinematográfica aún espera por un crecimiento tecnológico, el cual no está planteado para los próximos dos años, sino, mas bien, es a partir del año 2008 en donde se plantean con mayor seguridad de ocurrencia, los tan esperados cambios tecnológicos y la adopción por parte de productores y consumidores de las nuevas tecnologías y capacidades de la industria.

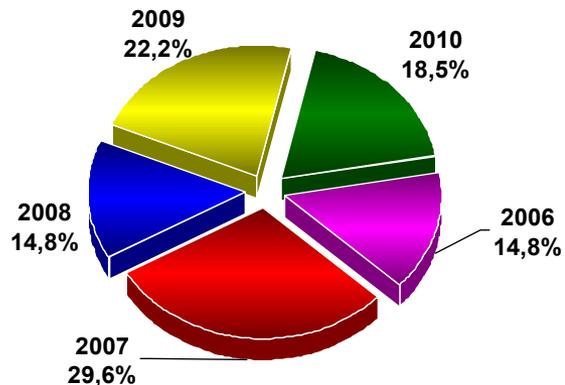
Aumento de un entorno Virtual



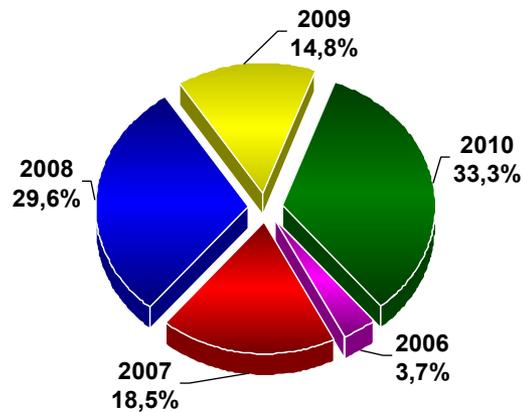
La creatividad se vera reforzada con la introducción de la tecnología digital



Menor ciclo de vida del producto cinematográfico a escala mundial

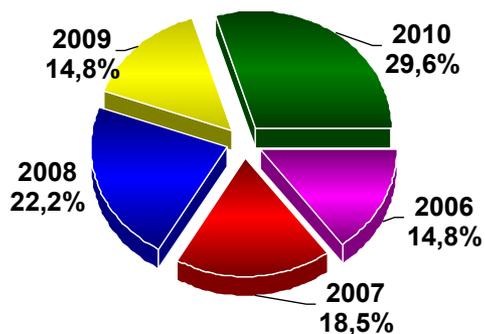


Cambios en la histórica cadena de valor cinematográfica a redes-contenidos

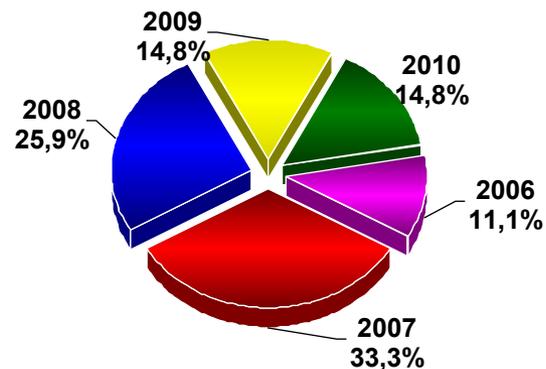


Fechas Estimadas

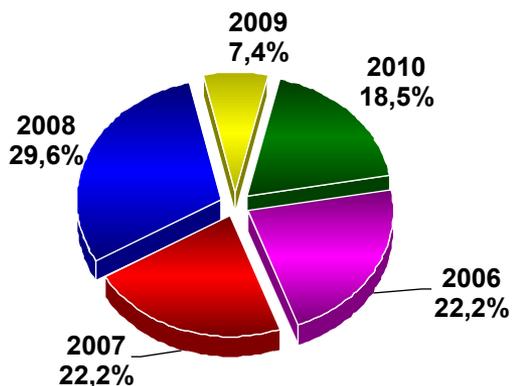
Digitalización del conjunto de las fases del ciclo de vida de una película, desde su producción y rodaje hasta su distribución y exhibición



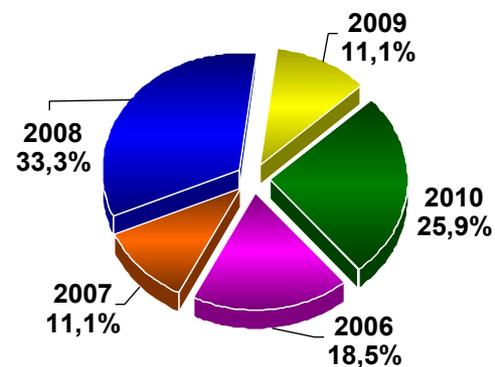
Mayor implantación de la tecnología digital en la industria cinematográfica nacional frente al soporte fotoquímico



Reducción de costos en todas las fases de producción

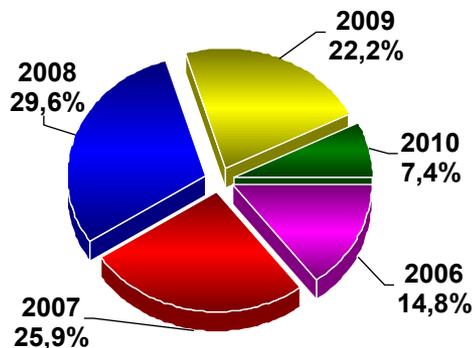


Convergencia, Interactividad y fácil integración en otros productos y periféricos (PC, Móvil, etc.)

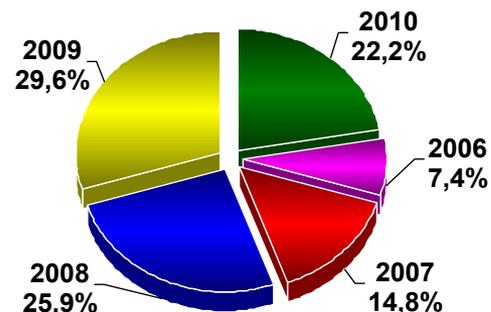


Fechas Estimadas

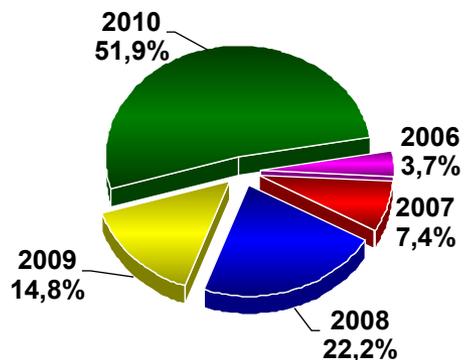
Nuevas estéticas cinematográficas en el mercado nacional



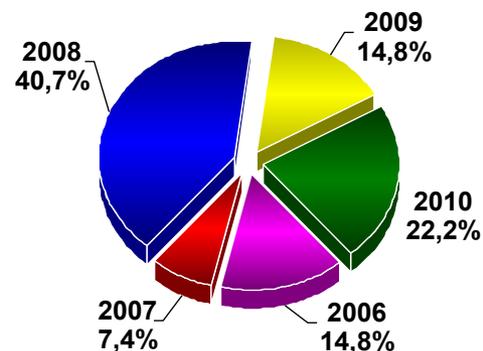
Aumento en el nivel de especialización/Inversión en formación



La innovación tecnológica podrá transformar los desequilibrios que existen entre las diferentes cinematografías de Ibero América y la de EEUU

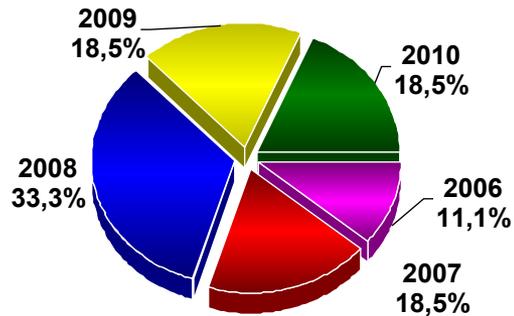


Transición del espectador a cliente

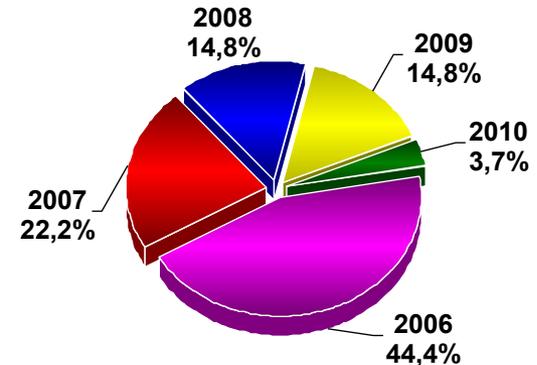


Fechas Estimadas

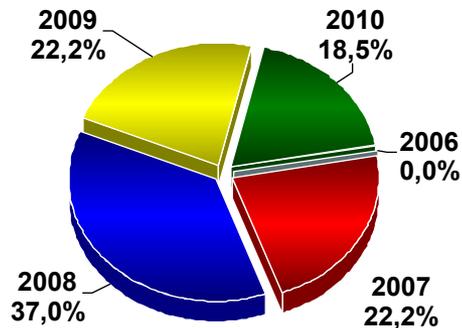
Paulatina transición, por parte de los directores latinoamericanos, del cine fotoquímico de 35 mm al cine electrónico



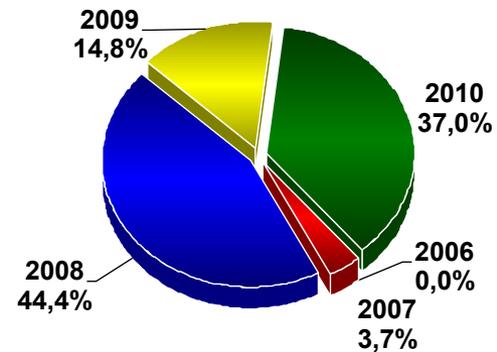
La industria cinematográfica nacional difícilmente se vera afectada con la aparición de las cámaras digitales



Aceleramiento de los tiempos de amortización y optimización de los procesos de distribución

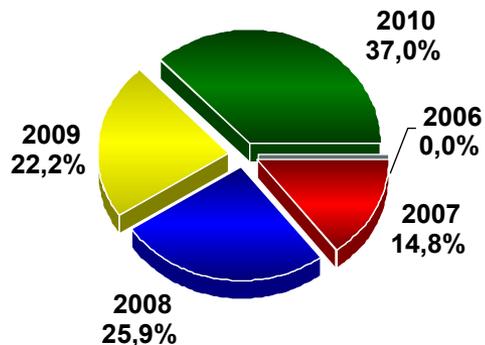


La digitalización de las redes de telecomunicación permitirán una nueva distribución comercial de las películas nacionales

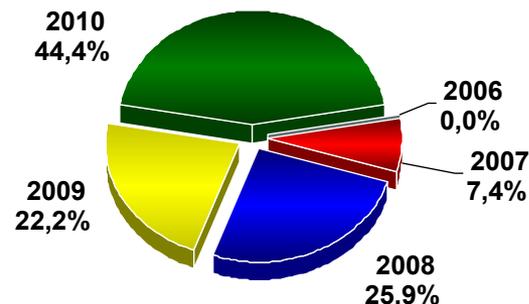


Fechas Estimadas

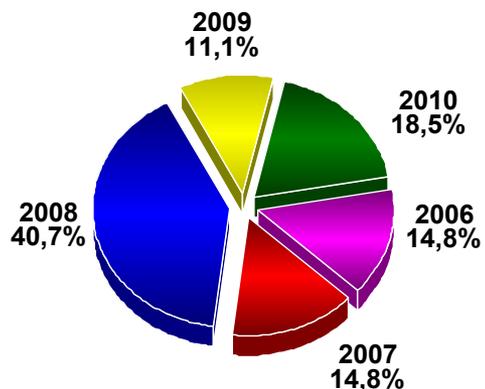
El llamado cine electrónico reemplazará los proyectores de películas de 35 mm en los cines, multisalas y multiplexes por proyectores digitales de alta calidad, ideales para películas en soporte electrónico



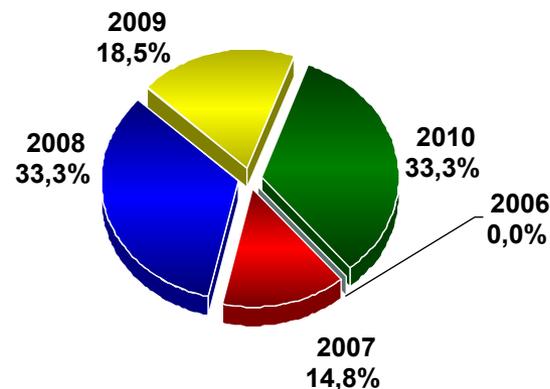
La digitalización del cine en sus diferentes fases, gracias a la innovación tecnológica, se transformará en ventaja para las cinematografías de Iberoamérica. Las barreras de entrada se debilitarán



Las implementaciones tecnológicas (de productos y proceso) reforzarán la concentración y la competencia asimétrica que existen en el mercado nacional en la actualidad

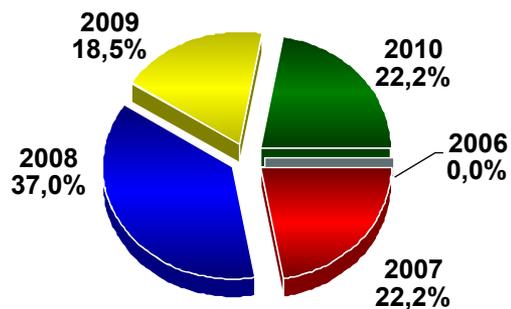


Mayor rol activo del consumidor cinematográfico

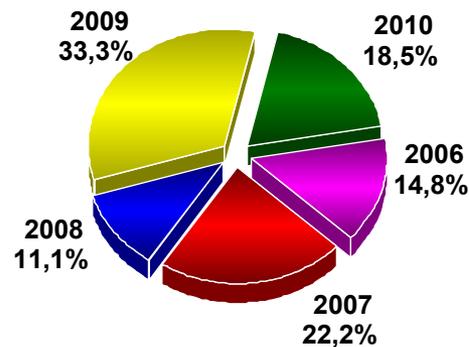


Fechas Estimadas

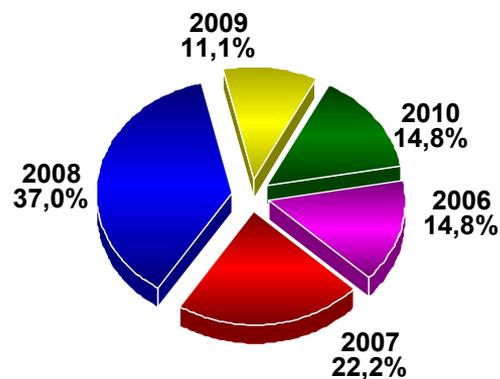
Reducción de costos de duplicado y de distribución local de las películas nacionales



El mercado será más volátil. El usuario cambiara de ofertas con mayor dinamismo en base a la oferta



Aumento en las vías de consumo y acceso de información



Fechas Estimadas



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



7. y 8. Valore el proceso de Desarrollo de Innovación Tecnológica en la Producción, Distribución y Exhibición de la Industria Cinematográfica Nacional en relación con otros mercados de la región y en comparación con el contexto mundial en el Sector.





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



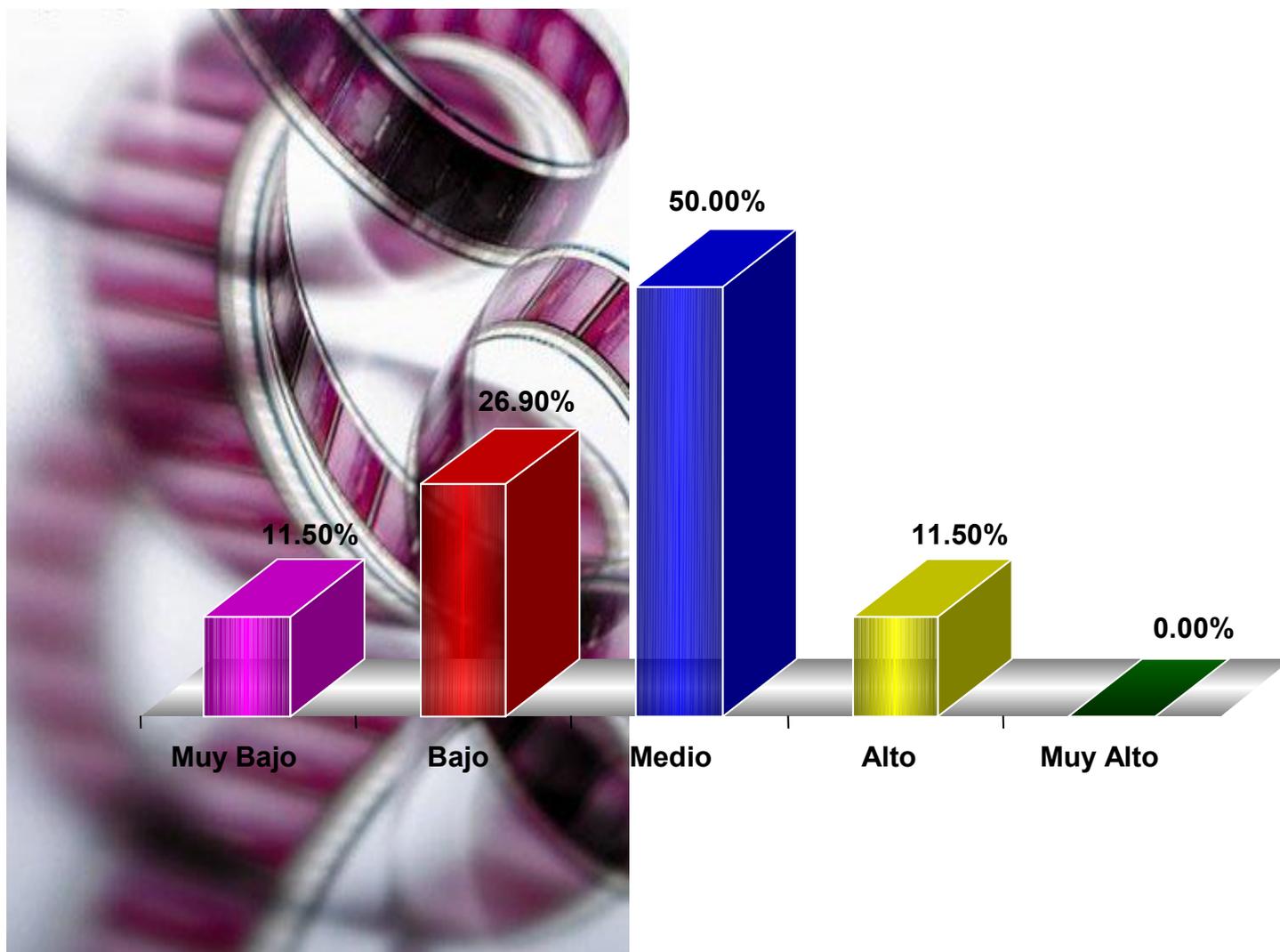
EL DESARROLLO DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA CONTRASTADA CON OTROS MERCADOS DE LA REGION Y DEL MUNDO.

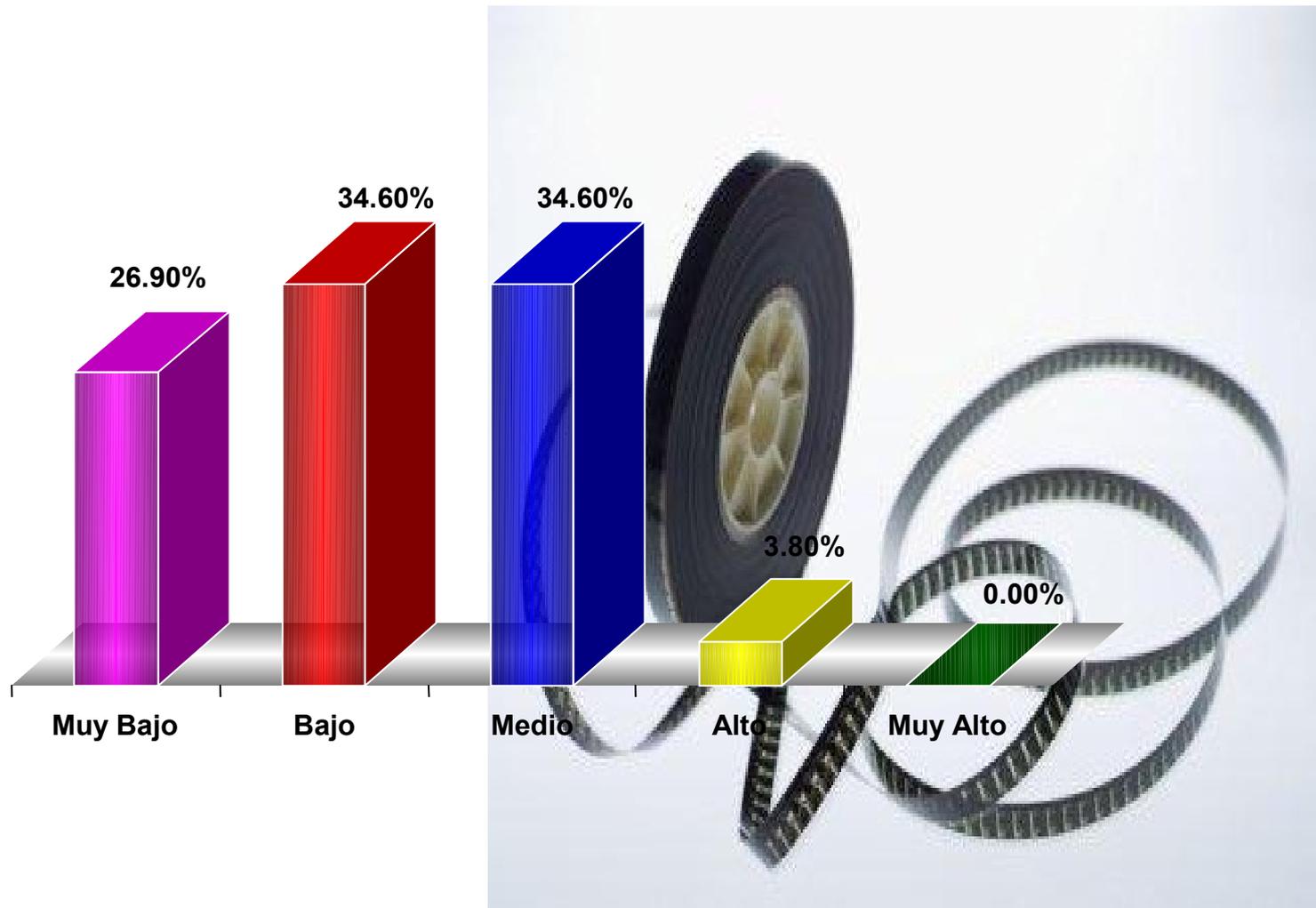
Desarrollo de la innovación tecnológica: nivel medio

A juicio del grupo de expertos consultados el **nivel de innovación tecnológica de la industria del cine con relación a otros mercados activos de la Región**, la mitad de los informantes coincide en que la Industria Cinematográfica se encuentra en un **nivel medio de innovación tecnológica** con respecto a otros mercados en la Región, mientras que un 26,9% de los expertos lo considera más bien un desarrollo bajo en relación con otros mercados. Solamente un 11,5% del total de personas entrevistadas considera que esta innovación tecnológica es alta con respecto a los mercados comparados, con una misma proporción de personas que opina que este desarrollo es Muy Bajo.

Al comparar el desarrollo de la innovación tecnológica en la Producción, Distribución y Exhibición Cinematográfica Nacional en un contexto más amplio, podemos observar los siguientes resultados:

El **69,2% de los informantes calificados** que respondieron el instrumento delphi considera que el nivel de desarrollo en innovación tecnológica esta en un **nivel medio o bajo (34,6% en cada mención)**, con respecto al entorno mundial, mientras que el 26,9% de los entrevistados opina que el nivel de desarrollo en innovaciones tecnológicas en la industria del cine esta muy por debajo en comparación con el contexto mundial en ese mismo sector. Solamente un 3,8% considera que este nivel de desarrollo esta en un nivel Alto al compararlo a nivel mundial.







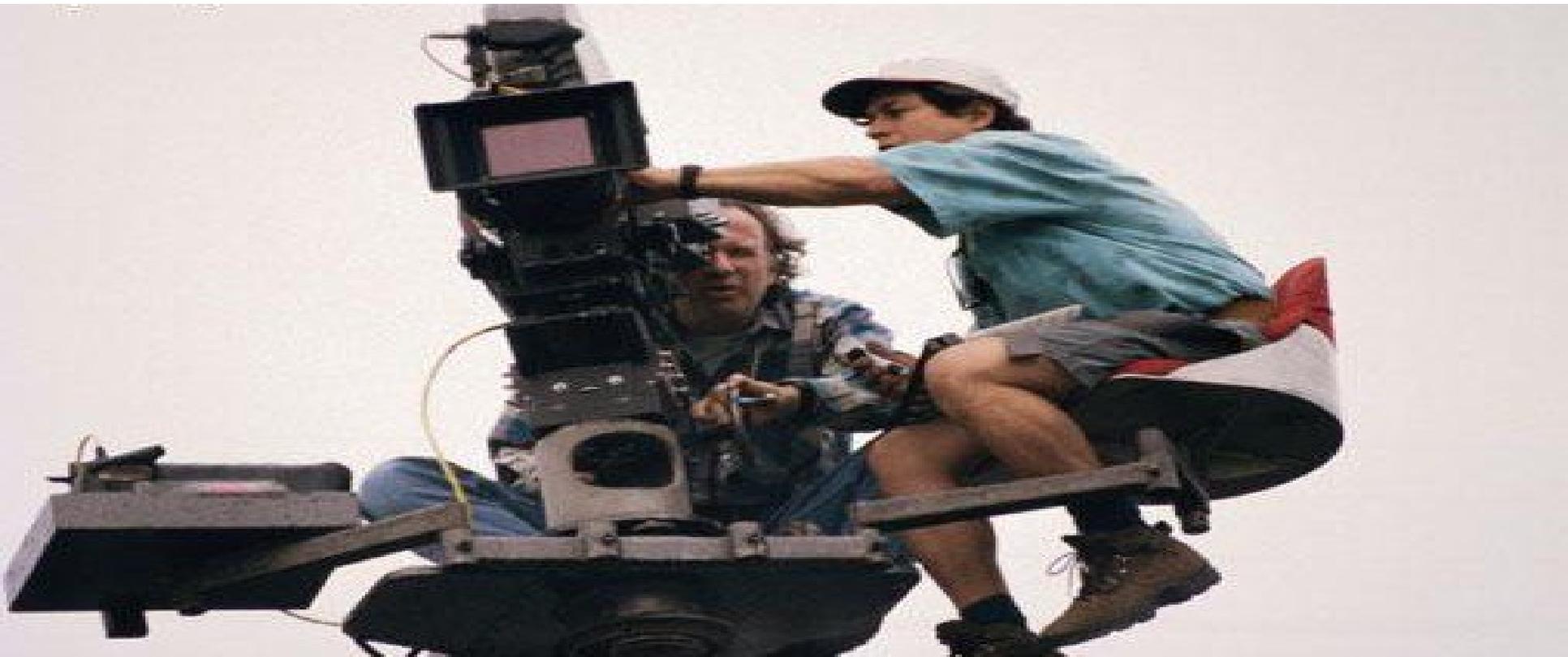
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



9. Indique la evolución de la Producción y Distribución Digital del cine en el espacio Iberoamericano en los próximos cinco años, tomando en consideración el carácter experimental de la grabación digital; el perfil de desarrollo de la distribución de películas por Internet y de ensayo en la distribución a las salas por medio de satélite.





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



EVOLUCIÓN PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DIGITAL DEL CINE IBEROAMERICANO EN LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS.

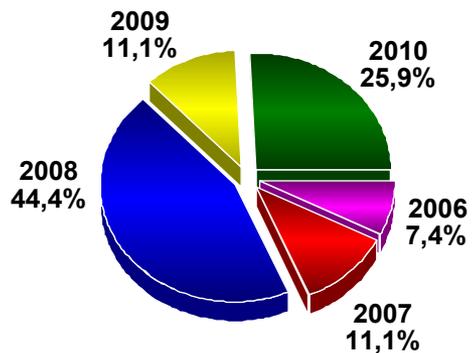
2008: desarrollo de la producción digital del cine iberoamericano

El carácter experimental que presenta el **cine digital** en los actuales momentos se plantea como una evolución de la industria cinematográfica en los próximos cinco años. Sobre este contexto, se les pidió a los expertos que formaron parte de la consulta, que expresaran sus expectativas en función del tiempo de ejecución y puesta en marcha de las distintas fases de éste cine experimental.

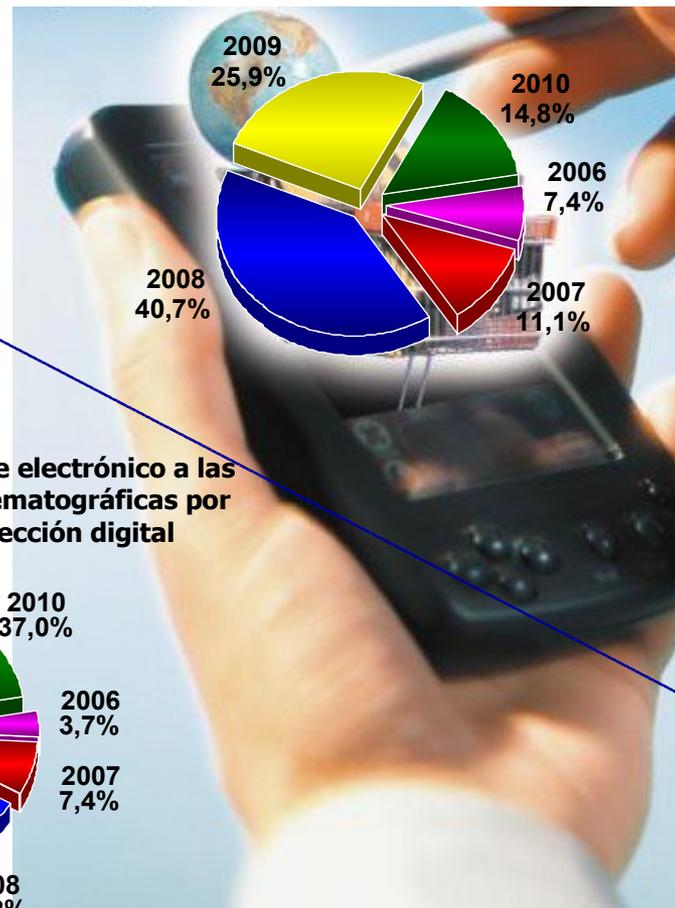
Ante esta interrogante, los participantes expresaron de **manera unánime** que la evolución del cine tradicional al cine electrónico, tanto en las etapas de producción, así como en la distribución y exhibición, **están planteadas a partir del año 2008 y no antes (35,80% de los encuestados)**, teniendo como primeros avances a partir de ese año el desarrollo de la producción digital del cine iberoamericano (con un 44,4% de las opiniones), y el empleo de Internet como soporte de red para la descarga de películas entre distintos medios, tales como televisores, ordenadores personales y teléfonos móviles (40,7% de las menciones).

Un **66,6%** de los informantes considera que la **distribución digital en soporte electrónico y su distribución a través de satélites, así como su proyección digital, quedarán rezagadas para los años 2009 y 2010 (con un 29,6% y un 37%, respectivamente)**. A juicio del grupo de expertos consultado, hay tres factores que van a ser críticos para explicar la cuota de mercado que alcanzarán los distintos sistemas de difusión: los contenidos ofrecidos, la posibilidad de combinar el servicio de televisión con el servicio de telefonía y acceso a Internet y el precio de la oferta comercial.

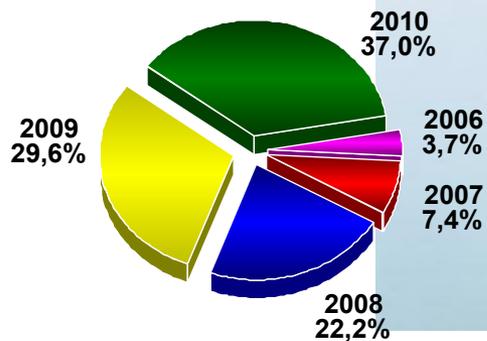
Desarrollo de la producción digital del cine iberoamericano



Internet como soporte de red para la descarga de películas entre televisores, ordenadores personales y teléfonos móviles



La distribución digital en soporte electrónico a las clásicas salas de exhibición cinematográficas por medio de satélite y su proyección digital



Fechas Estimadas



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



10. Valore la actuación de la estructura organizativa y órganos de gobierno en el fomento de factores incentivadores que conducen a la implantación de innovaciones tecnológicas en el Sector Cinematográfico Nacional.





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



ACTUACIÓN DE ÓRGANOS DE GOBIERNO EN EL FOMENTO DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LA INDUSTRIA DEL CINE.

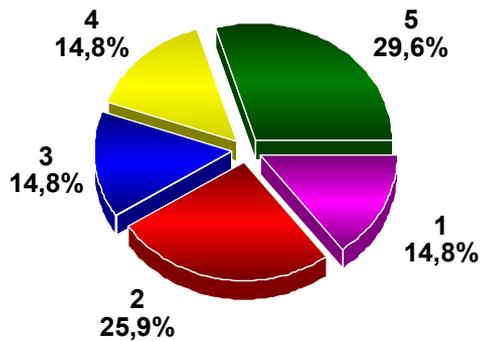
“Muy Poco importante y Algo Importante” 59,9%.

Al plantearse la interrogante de cómo los entes gubernamentales y el Gobierno (39,99% *importante y muy importante* vs. 59,99% *muy poco importante hasta algo importante*) en si mismo han colaborado en la implementación de innovaciones tecnológicas en el sector cinematográfico nacional, los resultados obtenidos se presentan de la siguiente manera: en cuanto a la **actuación del Gobierno**, se plantean opiniones encontradas con respecto a su rol de fomentar factores incentivadores que conlleven a la innovación tecnológica en la Industria Cinematográfica, ya que para algunos expertos, consideran *Muy Importante* (29,6%) su actuación pública, mientras que otro grupo lo evalúa como *Poco Importante* (25,9%). Las demás menciones se presentan uniformes en su resultado. Para el grupo de expertos consultados, **el Parlamento, Asamblea y/o Congreso están total o parcialmente divorciados de la Industria cinematográfica**, al presentar resultados de valoración de su actuación de *Muy Poco Importante* (33,3%), *Poco Importante* (33,3%) y *Algo Importante* (14,8%). Los **Institutos de Cine y Consejos Audiovisuales** presentan valores más alentadores al posicionarse entre un modesto *Algo Importante* (33,3%), *Importante* (22,2%), y *Muy Importante* (25,9%).

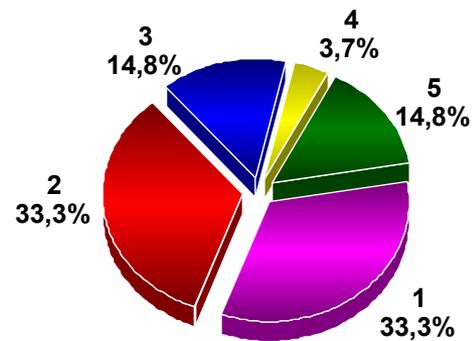
En relación con las **Cámaras, Asociaciones y Corporaciones de Productores Cinematográficos**, el 88,8% de los entrevistados los considera como *Algo Importante* (29,6%), *Importantes* (25,9%) y *Muy importantes* (22,2%). Para las **Cámaras, Asociaciones y Corporaciones de Distribuidores y Exhibidores Cinematográficos**, hay valores contradictorios entre un 33,3% que opina que son *Poco Importantes* y un 25,9% que indica que si son *Muy Importantes*.

En cuanto a otros entes gubernamentales, enunciados por los informantes, tenemos que las Cooperativas están clasificadas como *Algo importante* a este hecho. Las Comunidades organizadas son las peor evaluadas al presentar un *Muy Poco importantes*, La Sociedad Civil, los Organismos Internacionales y la Cooperación Internacional fueron evaluados como *Importantes* y la inversión de Otros Sectores Económicos obtuvo la evaluación más alta, al posicionarse como *Muy Importante*.

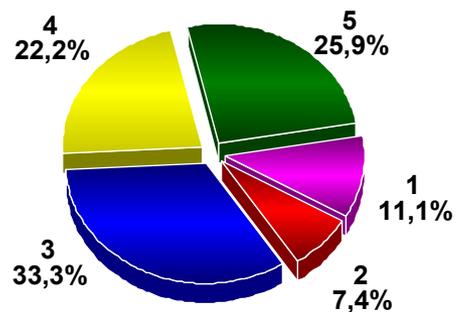
Gobierno



Parlamento, Asamblea y/o Congreso



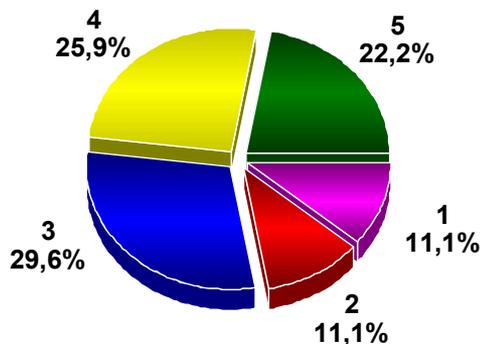
Institutos de Cine y Consejos Audiovisuales



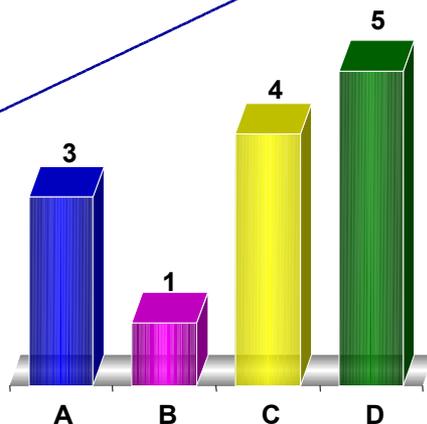
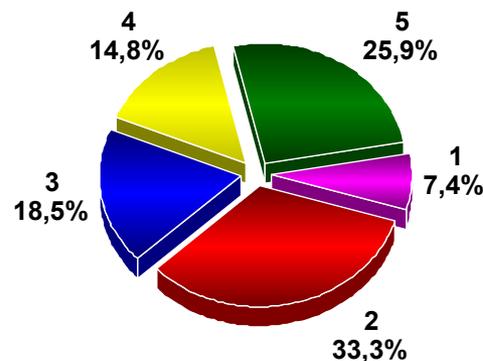
Leyenda:

- 1. Muy Poco Importante
- 2. Poco Importante
- 3. Algo Importante
- 4. Importante
- 5. Muy Importante

Cámaras, Asociaciones y Corporaciones de Productores Cinematográficos



Cámaras, Asociaciones y Corporaciones de Distribuidores y Exhibidores Cinematográficos



Otros:

- A) Cooperativas
- B) Comunidades Organizadas
- C) Sociedad Civil, Organismos Internacionales, Cooperación Internacional
- D) Inversión de Otros Sectores Económicos

Leyenda:

- 1. Muy Poco Importante
- 2. Poco Importante
- 3. Algo Importante
- 4. Importante
- 5. Muy Importante



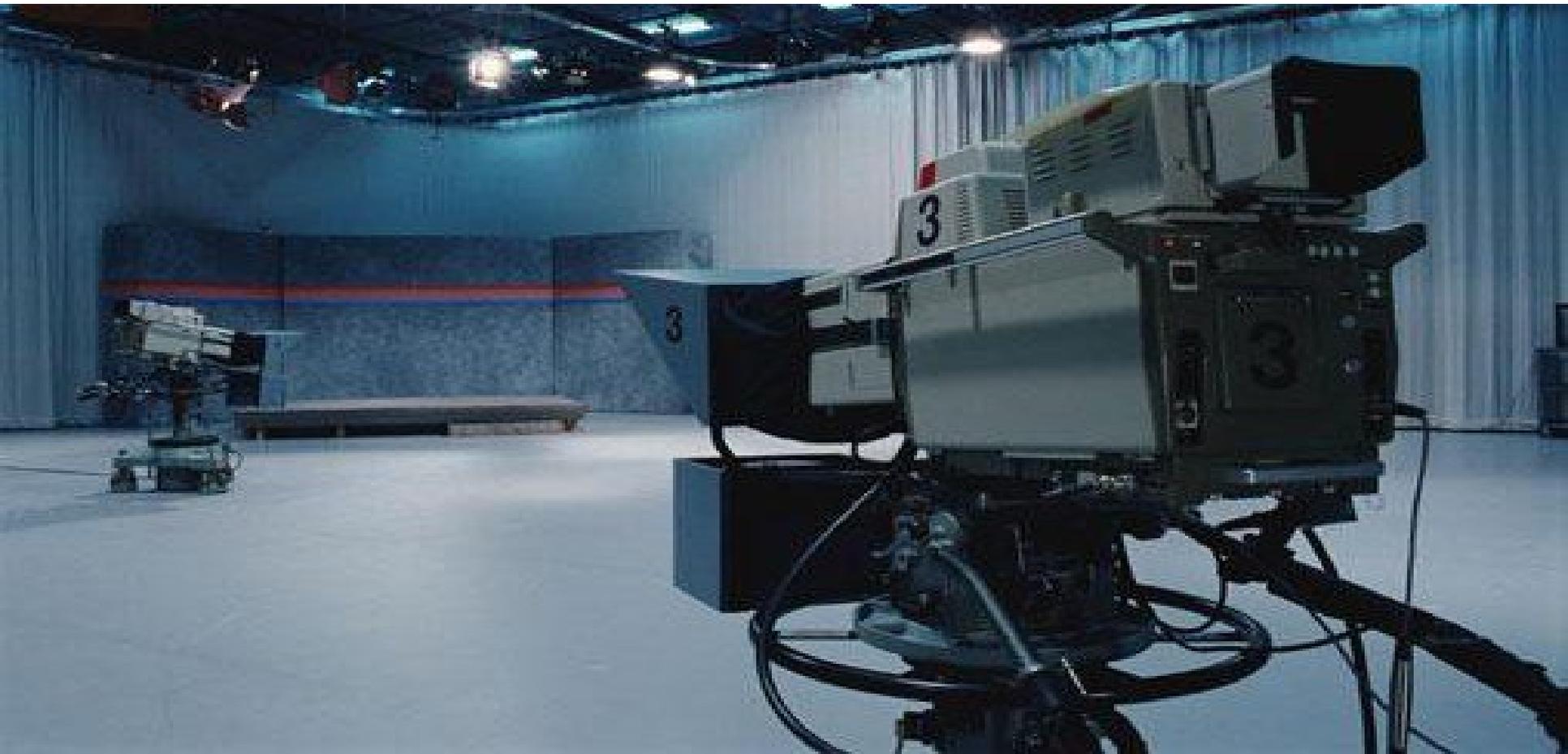
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



11. Valore el nivel de desarrollo de los siguientes servicios ofertados dentro de la plataforma de Televisión por Pago





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



NIVEL DE DESARROLLO DE LOS SERVICIOS OFERTADOS POR LA TELEVISIÓN POR PAGO.

La Oferta Audiovisual de la Tv por Suscripción es “Muy Poco Importante hasta Algo Importante” 65,82%.

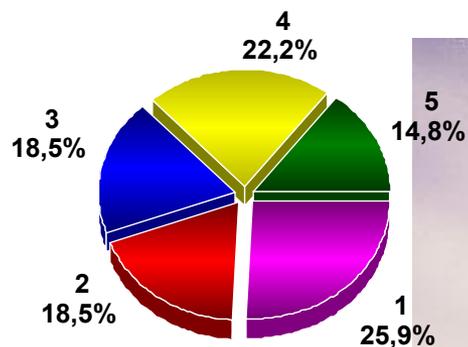
En los próximos años, **la oferta audiovisual** incluirá los distintos sistemas de televisión: analógico, por cable, satélite, ondas terrestres y la incipiente televisión sobre ADSL y vía móvil. Esta circunstancia va a suponer un incremento significativo sobre la cantidad de contenidos accesibles actualmente para el usuario de los servicios de televisión. No obstante, la valoración que realizan los expertos consultados sobre el desarrollo de los servicios ofertados por la **televisión por pago o suscripción** de acuerdo al país de residencia, ronda entre un **65,82% desde Muy poco Importante hasta Algo Importante**.

Internet obtuvo una proporción similar en las cinco categorías de valoración ya estudiadas, lo que nos da la idea de que este servicio depende principalmente de la región en donde se este aplicando o de donde sea originaria la entrevista, ya que para algunos es *Muy Poco Importante o Poco Importante* y para otros es *Importante o Muy Importante*.

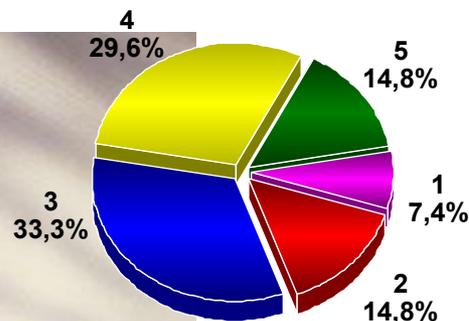
El formato de TV On Demand, Video On Demand y los Juegos digitales fueron valorados como *Muy Poco Importantes o Poco Importantes* por la mayoría de los expertos entrevistados. El empleo de guías de programación electrónicas esta valorado como *Poco Importante o Algo importante* por un 55% de los entrevistados, mientras que para un 22% de los mismos, esta clasificado como *Importante*. Para los programas de TV de pago regular y las Emisoras de Radio, la valoración obtenida esta entre *Algo Importante e Importante* por un 62,9% y 51,2% de los entrevistados respectivamente.

Para el 44,4% de los mismos, la modalidad de video Pay Per View fue catalogada como *Algo Importante*. Sólo un 22,2% lo clasificó como *Importante*. Los servicios interactivos de banca electrónica, administración pública y otros fueron clasificados de manera ambigua, ya que para algunos profesionales del área, esta modalidad es clasificada como *Muy Poco Importantes* (25,9%) o *Poco Importantes* (18,5%), mientras que para un 33,3% fue clasificada como *Importante* y *Muy Importante* para otro 14,8%.

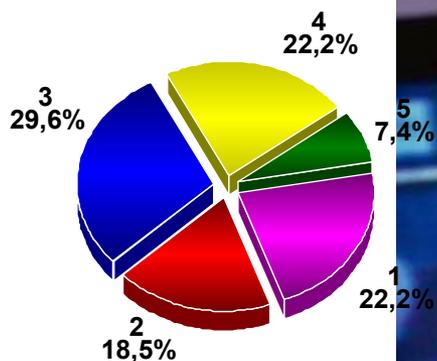
Internet



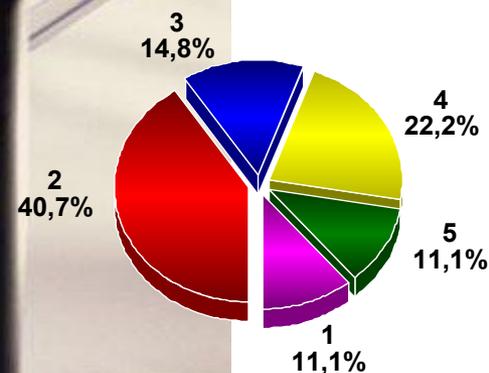
Programas de TV de pago regular



Emisoras de radio



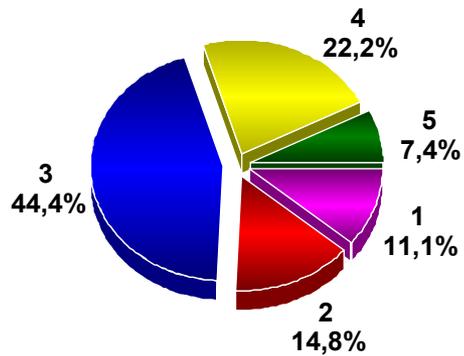
Guía de programación electrónica



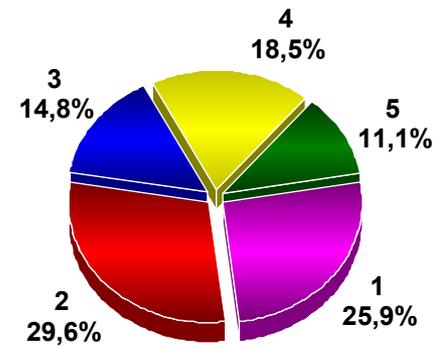
Leyenda:

- 1. Muy Poco Importante
- 2. Poco Importante
- 3. Algo Importante
- 4. Importante
- 5. Muy Importante

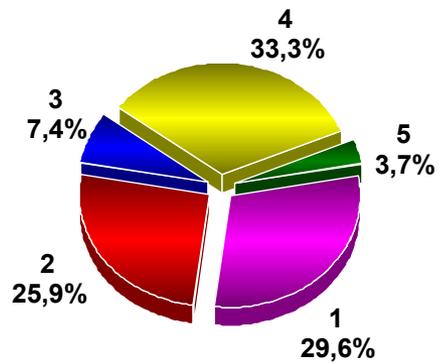
Pay per View (PPV)



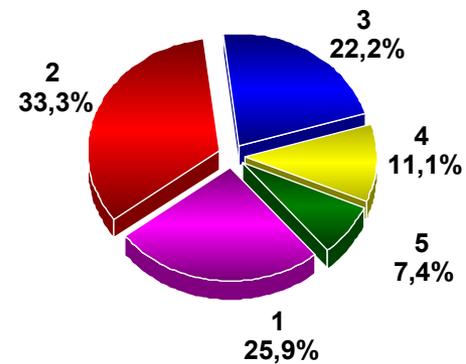
TV On Demand



Juegos



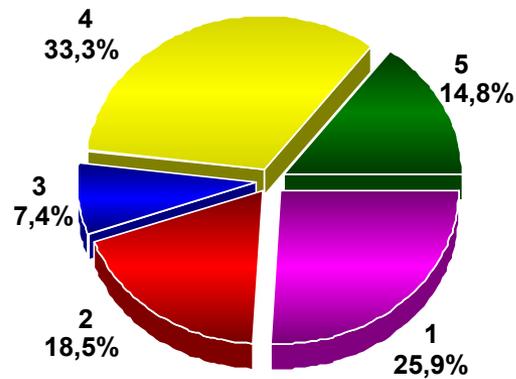
Video On Demand



Leyenda:

1. Muy Poco Importante 2. Poco Importante 3. Algo Importante 4. Importante 5. Muy Importante

**Servicios interactivos de banca, educación, administración pública,
entre otros**



Leyenda:

1. Muy Poco Importante

2. Poco Importante

3. Algo Importante

4. Importante

5. Muy Importante



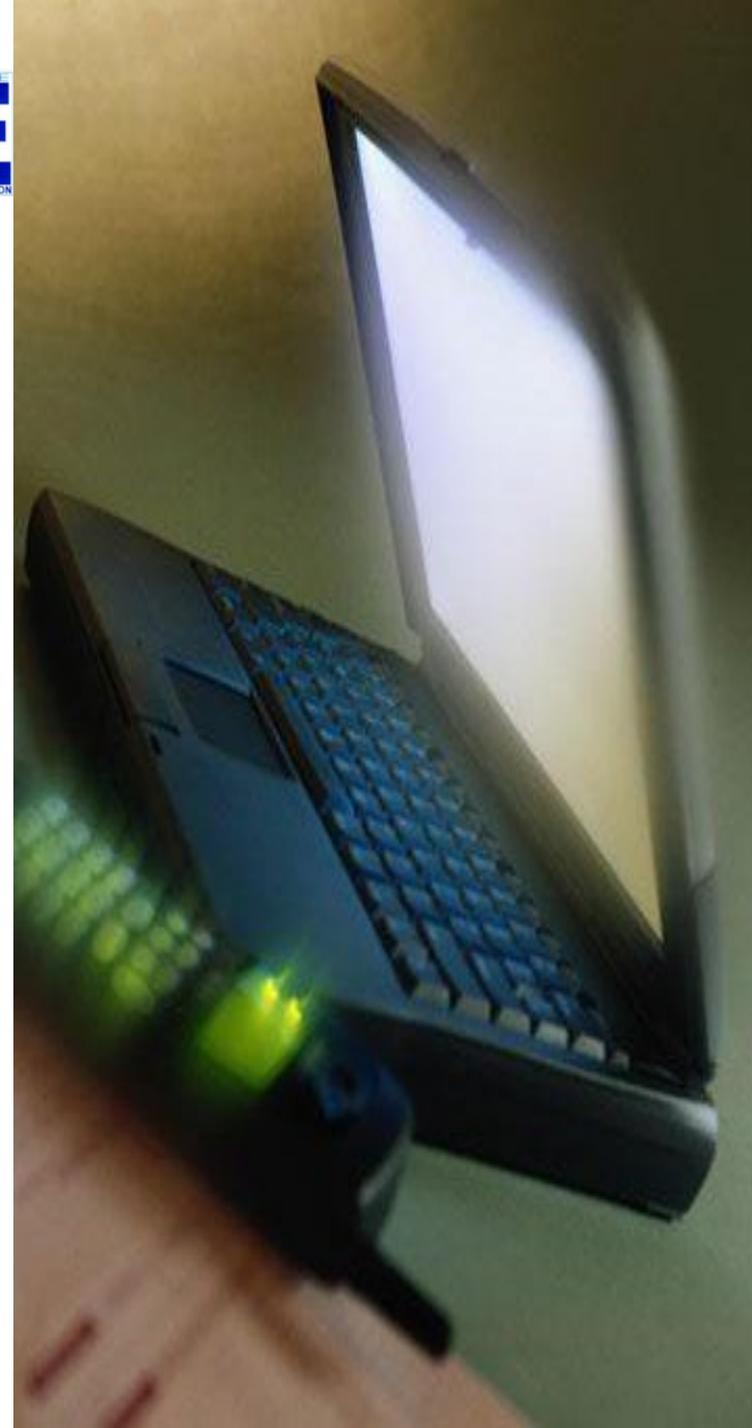
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



12. Valore el nivel de desarrollo de los siguientes servicios ofertados para la telefonía móvil multimedia





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



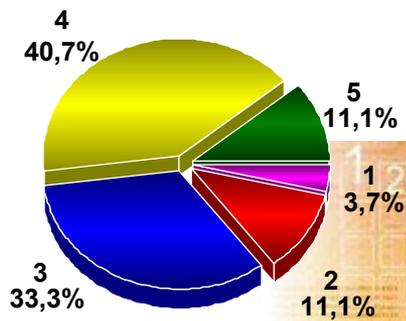
NIVEL DE DESARROLLO DE LOS SERVICIOS OFERTADOS POR LA TELEFONÍA MÓVIL MULTIMEDIA.

La Oferta la Telefonía Móvil valorada como “*Importante*” 40,7%

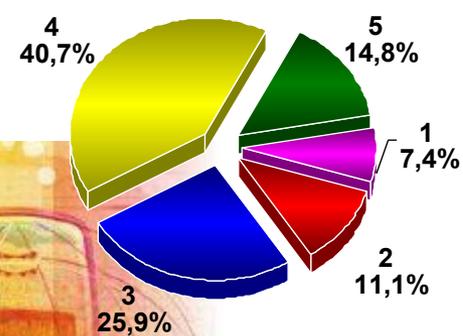
La voz y los SMS, las principales fuentes de ingresos de los operadores móviles, son dos mercados ya maduros y que empiezan a ofrecer ARPU (ingresos medios por usuarios) decrecientes. Por esta razón, la llegada de la tercera generación de móviles ha traído consigo el desarrollo de un conjunto de nuevas aplicaciones atractivas para los clientes, que permitan recuperar e incrementar los niveles de ingresos por cliente. Una de estas aplicaciones, en un nuevo ejemplo del **proceso de convergencia digital**, es la de la **televisión en el móvil**. Precisamente es sobre esta aplicación sobre la que se han depositado grandes expectativas para que impulse el negocio de los móviles 3G. Algunos expertos se han mostrado muy entusiastas sobre la introducción de esta aplicación y consideran que la televisión en el móvil tendrá tanto éxito como en el pasado han tenido los SMS y se convertirá en la “killer application” de la telefonía 3G. La combinación de altas tasas de penetración y uso de la televisión y de los teléfonos móviles, junto con un proceso de incremento de la renta per capita de los ciudadanos, que se traduce en el aumento de la disponibilidad de recursos destinados al **ocio y entretenimiento**, abre las puertas a la televisión en el móvil como una nueva aplicación en un contexto de movilidad.

Los servicios de la **telefonía móvil** en líneas generales fueron clasificados como **Importantes o Muy Importantes** por la gran mayoría de los expertos consultados. Dándole prioridad a los servicios de Información (navegación por Internet, compras on line, etc.), los servicios financieros y de negocios (oficina virtual móvil) así como a los servicios de entretenimiento (audio, juegos, videos, televisión, turismo virtual, etc.), valorados como *Importantes* con 40,7% cada uno. El único servicio valorado negativamente en términos de su nivel de desarrollo, esta referido a los sistemas educativos (bibliotecas On Line, escuela virtual), en donde los informantes lo clasificaron como **Muy Poco Importante (29,6%) o Poco Importante (29,6%)**, según el país de residencia.

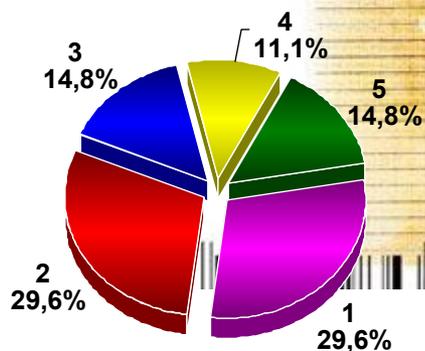
Servicios de Información (navegar por Internet, compra en casa, medios de comunicación On Line, etc.)



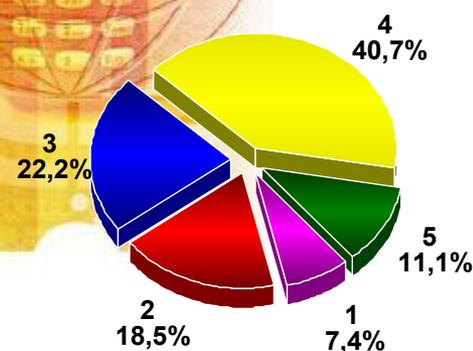
Servicios financieros y de negocios (oficina virtual móvil, banca virtual, comercio interactivo)



Servicios Educativos (Bibliotecas On Line, escuela virtual)



Servicios de Entretenimiento (audio bajo demanda, juegos bajo demanda, turismo virtual, video bajo demanda, televisión vía móvil)



Leyenda:

- 1. Muy Poco Importante
- 2. Poco Importante
- 3. Algo Importante
- 4. Importante
- 5. Muy Importante



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



13. Describa en una frase lo que debería entenderse, a su juicio como “Convergencia Tecnológica y Multimedia”



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



LA CONVERGENCIA TECNOLÓGICA .

Primer lugar (25%) en las menciones: *“integración entre las distintas industrias”*

La convergencia, como **proceso de agregación y combinación de los sectores de las telecomunicaciones, los medios de comunicación (contenidos), y las tecnologías de la información (Internet)**, se produce en diferentes planos: tecnologías, negocios, mercados, iniciativas públicas, y regulación. La convergencia entre las tecnologías procedentes de los sectores de telecomunicaciones, medios de comunicación y tecnologías de la información es hoy un hecho innegable. Cualquier aplicación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) que se pueda imaginar -navegación por Internet, televisión digital, Internet móvil, DVD, videoconferencia, telefonía fija o móvil, mensajería móvil avanzada, difusión interactiva de contenidos, etc.-, hace uso intensivo de componentes procedentes del ámbito de las redes de comunicaciones, el software y el hardware, que constituyen los elementos técnicos básicos que soportan esta convergencia.

Ahora bien, para efectos del estudio prospectivo, también se les pidió a los expertos consultados que explicaran, en una frase, lo que entendían por convergencia tecnológica y multimedia. Dichas frases están indicadas en el siguiente gráfico, presentado en orden de relevancia, según la cantidad de menciones (frecuencia) obtenidas de los informantes. Al solicitar a los expertos que expresasen en una frase breve que entienden por convergencia tecnológica y multimedia, los principales resultados obtenidos fueron:

Para un 25% (mayor número de frecuencia en menciones) de los expertos involucrados en el estudio, la convergencia tecnológica y multimedia viene expresada en la frase: **“Integración entre las distintas industrias para el servicio del público”**, mientras que para un 20% adicional, la frase que mejor expresa ésta idea viene dada por **“la Integración de sonido, voz, datos y video y/o manejos de Contenidos”**. Un 16% de los entrevistados opina que es “El empleo de las nuevas tecnologías para la distribución de productos”.

Optimización de la Producción con Nuevas tecnologías

8 %

La unión o fusión entre Tecnología y Multimedia

4 %

Integración entre las distintas industrias para el servicio público

24 %

Encuentro de Nuevas Ideas con Nuevas tecnologías

8 %

El Empleo de las nuevas tecnologías para la distribución de productos

16 %

Integración Tecnológica / Sinergia Entre diferentes áreas tecnológicas

12 %

Integración de sonido, voz, datos y Vídeo / Manejo de contenidos

20 %

Productos al alcance de todos

4 %

Aprendizaje y Adaptación a las Nuevas tecnologías

4 %



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



14. Indique el nivel de convergencia tecnológica y multimedia en los servicios ofertados existentes en la plataforma de los sistemas de distribución de televisión, la red Internet y telefonía (oferta conjunta televisión+Internet+telefonía)





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA

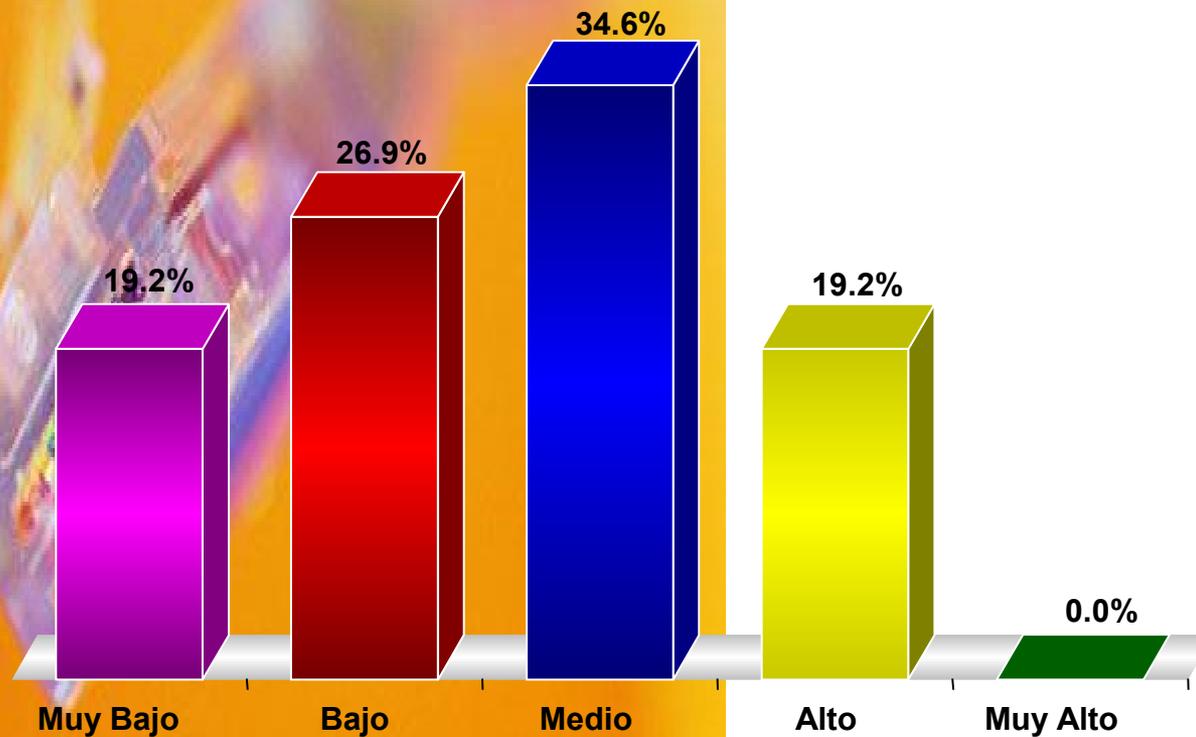


NIVEL DE CONVERGENCIA TECNOLÓGICA Y MULTIMEDIA. Nivel medio para los expertos consultados

Algunos de los beneficios esperados de la convergencia tecnológica son los generalmente incluidos en el discurso relativo a la difusión masiva de las tecnologías de la información y las comunicaciones. La introducción de estos últimos objetivos tiene un enorme potencial económico pues producirá una mayor facilidad en el acceso, uso y consumo de información, lo que incrementará el crecimiento del mercado y los ingresos por usuario, extendiéndose este efecto al sector de creación de contenidos, aplicaciones, servicios e infraestructuras. El acceso ubicuo y transparente a la información y a las aplicaciones que la manejan también realimenta **el desarrollo de la sociedad del conocimiento**, en la medida en que los ciudadanos podrán acceder a su información y aplicaciones personales en cualquier lugar y desde cualquier red.

La convergencia es, además, una oportunidad para promocionar la diversidad lingüística y cultural, a la vez que se fomentan nuevos modelos de negocio y se crean nuevas formas de expresión. Como consecuencia, se está creando un nuevo mercado, considerado como hipersector, que agrupa a los sectores de telecomunicaciones, medios de comunicación, y tecnologías de la información, a los que se añaden otros nuevos sectores frontera aún no bien conocidos. Este hipersector tiene una dimensión mucho mayor que la suma de las partes la ofertar nuevas soluciones no presentes en los sectores originales. Además es necesaria la acción en cuestiones pendientes que permitan monitorizar los beneficios y el desarrollo de la convergencia. Por ello, es necesario valorar y cuantificar el tamaño del mercado resultante de la convergencia. Ante esto, se les pidió a los informantes que evaluaran los niveles de convergencia tecnológica en los servicios ofertados existentes en la plataforma de los sistemas de distribución televisión, la red Internet y la telefonía móvil en los actuales momentos.

Para un **34,6%** de los entrevistados, el nivel de convergencia tecnológica esta en un nivel **Medio**, mientras que otro 26,9% de los informantes consideran que estos niveles están en un nivel **Bajo**, a su vez, un 19,2% lo considera **Muy Bajo**. Solamente un 19,2% considera que el nivel de convergencia tecnológica esta en un nivel **Alto** tal y como podemos observar en la gráfica anexa.





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



15. Valore el nivel de interactividad existente en la configuración del mapa cinematográfico nacional entre 2006 y 2010





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



LA INTERACTIVIDAD EN EL MAPA CINEMATOGRAFICO EN LOS PRÓXIMOS AÑOS.

Nivel de interactividad a largo plazo para los expertos consultados

Se les solicitó a los expertos entrevistados que dieran sus expectativas sobre la **Interactividad de la Industria Cinematográfica en los próximos cinco años** y evaluaran en el Corto, Mediano o Largo plazo, como son éstos niveles de interactividad.

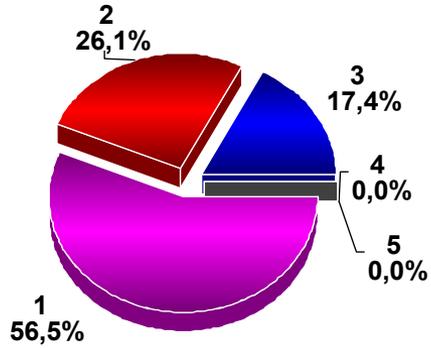
Las conclusiones obtenidas sobre este respecto se plasmaron de la siguiente forma:

Para más del 70% de los entrevistados, las expectativas a **corto plazo** de una interactividad en el mapa cinematográfico son **Muy Pocas (56,5%) o Pocas (26,1%)**, tendencia que se mantiene en el **mediano plazo**, ya que siguen siendo **Pocas (42,3%) o Algo (38,5%)**.

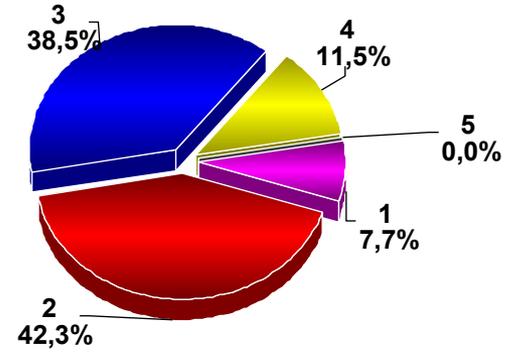
Es para el **largo plazo** que se espera una **interactividad mayor** en la Industria Cinematográfica, entre 2006 y 2010, al pasar de **Algo (44,4%) a Elevada (33,3%)** en la expectativa de cambio.

En términos generales las expectativas en los niveles de interactividad son valoradas como "Algo" de 33,43% de los expertos consultados y de largo plazo.

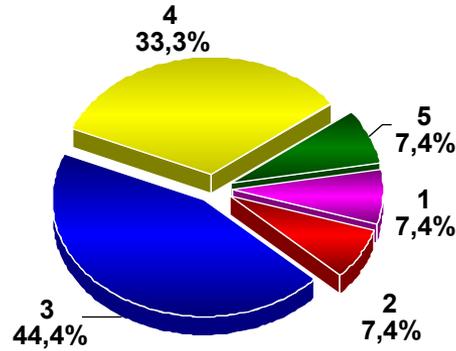
Corto Plazo



Mediano Plazo



Largo Plazo



Leyenda:

1. Muy Poco 2. Poco 3. Algo 4. Elevado 5. Muy Elevado



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



16. Valore el Sector Socioeconómico donde genera mayor impacto las innovaciones tecnológicas aplicadas en la Industria Cinematográfica Nacional





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



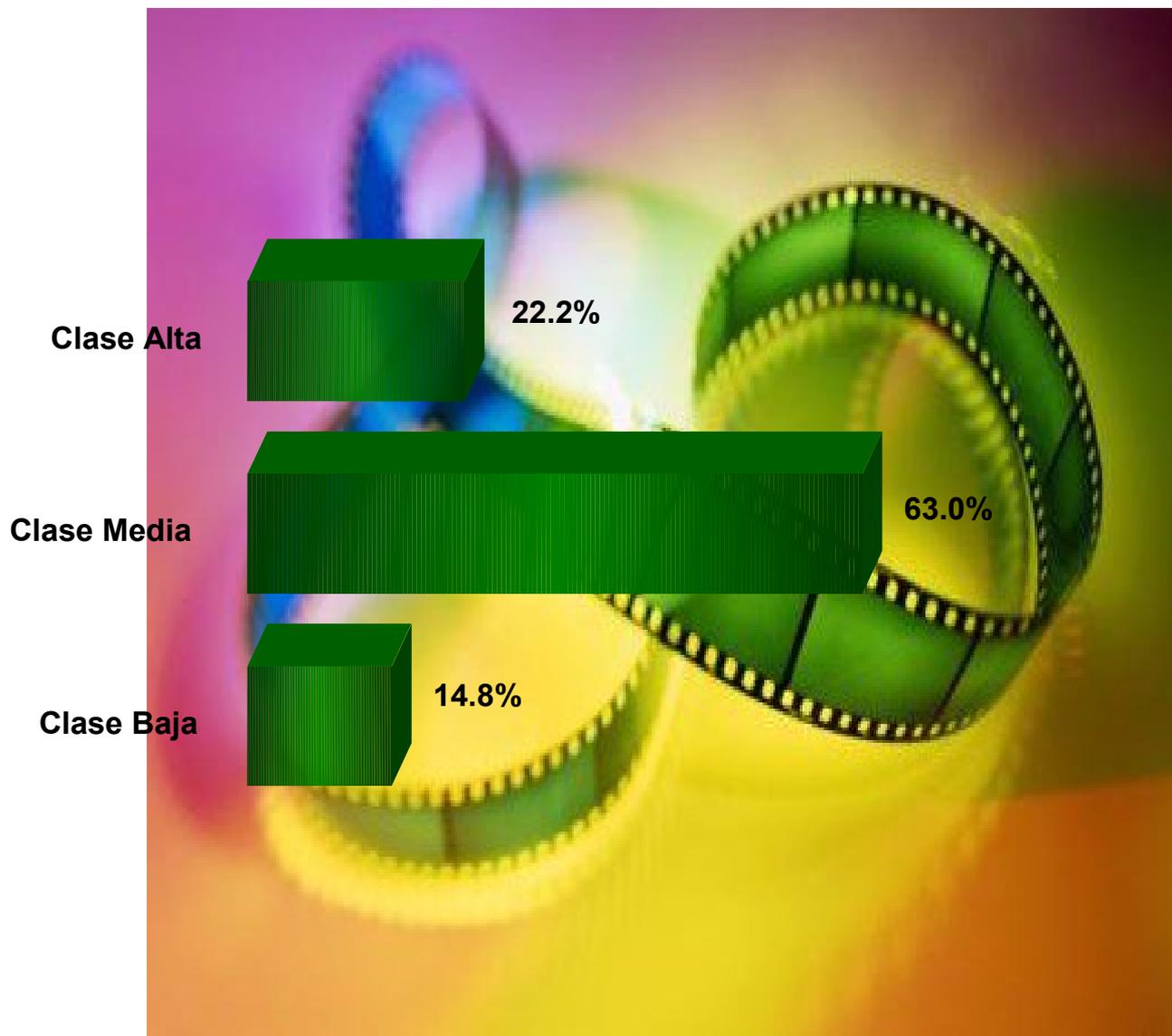
SECTORES SOCIOECONÓMICOS DONDE GENERA MAYOR IMPACTO LAS INNOVACIONES TECNOLÓGICAS.

Sector socioeconómico medio principal receptor de las innovaciones aplicadas al cine.

En el siguiente gráfico podemos observar como se plantea el alcance de las innovaciones tecnológicas en los distintos sectores socioeconómicos:

Podemos observar que el **63% de los expertos consultados clasifican al Sector Socioeconómico Medio como el principal receptor de los cambios producidos por las innovaciones tecnológicas en la Industria del Cine**, seguidos de la clase Alta con un 22,2%, dejando en último lugar al sector socioeconómico menos favorecido con un 14,8%.

A manera de ejemplo, el precio de una cámara de video digital es cada vez mas accesible, lo mismo que el software que se ocupa para editar las imágenes y que además contiene ciertos efectos ópticos, lo que las hace accesibles para que estén al alcance de las familias de estratos medios hacia arriba.





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



17. Describa en una frase breve la que debería ser, a su juicio, la razón de la anterior respuesta.





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



IMPACTO DE LAS INNOVACIONES TECNOLÓGICAS EN LOS SECTORES SOCIOECONÓMICOS.

Para efectos del estudio prospectivo, también se les pidió a los expertos consultados que explicaran, en una frase, el *por qué* de sus afirmaciones sobre los sectores socioeconómicos donde genera mayor impacto las innovaciones tecnológicas aplicadas al sector cinematográfico nacional. Las respuestas obtenidas se pueden agrupar de la siguiente forma:

Para la **Clase Social Alta**:

El principal factor que clasifica a la clase alta como la de mayor impacto con las innovaciones tecnológicas esta definido por los **“Altos costos de acceso a la tecnología” (66,7%)**, los cuales solo pueden ser cubiertos por este sector. Como segundo factor relevante a la hora de clasificar al sector Alto como principal receptor de los impactos tecnológicos esta la **“Adopción tecnológica a favor de los niveles socioeconómicos más altos” (33,3%)**.

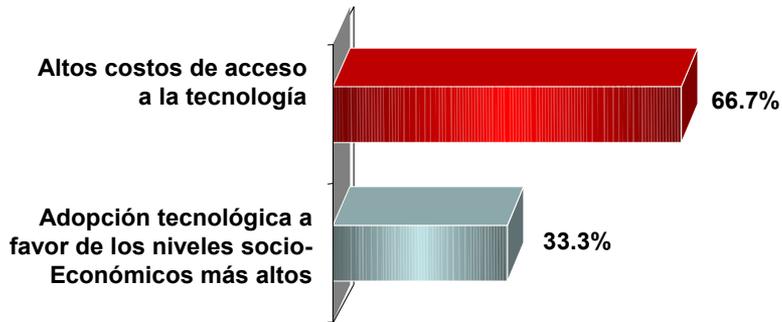
Para la **Clase Social Media**:

Como principal característica podemos nombrar el **Acceso a la mayor cantidad de mercado o el mayor nivel de consumo que presenta este sector dentro de la Industria del cine (37,5%)**. Como segundo factor podemos observar la idea de que los costos de modernización solo pueden ser cubiertos por estos sectores socioeconómicos (25,0%).

Para la **Clase Social baja**:

Podemos observar que entre los informantes que calificaron a este sector como el principal afectado por los impactos de la Innovación tecnológica en la Industria del cine, la principal causa enunciada es que consideran a este sector como el **principal consumidor de la Industria cinematográfica (50%)**, seguido en igualdad de peso por las menciones del Ajuje de iniciativas caseras y de menores alternativas de acceso a información y/o entretenimiento (25% cada uno).

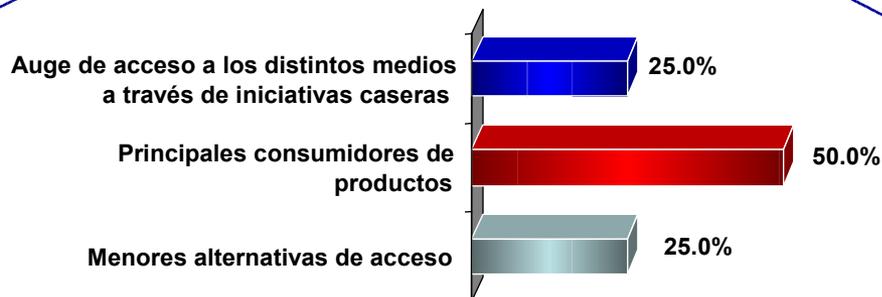
Nivel Socio-económico: Alto



Nivel Socio-económico: Medio



Nivel Socio-económico: Bajo





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



18. Indique el rango de edad del consumidor cinematográfico donde considera que más inciden las innovaciones tecnológicas aplicadas en la Industria Cinematográfica Nacional





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



CONSUMIDORES CINEMATOGRAFICOS POR GRUPOS DE EDAD. La “*generación e*” entre 18-24 años “*Muy Importante*” 56%

Los contenidos en general y el ocio digital en particular deben ser analizados en el marco de un emergente “*estilo de vida digital*”, en el que pautas sociales como la ubicuidad y la movilidad permiten nuevas y revolucionarias posibilidades. En paralelo usos y hábitos de consumo digital se complementan con la convergencia entre aplicaciones y dispositivos tecnológicos, que abre múltiples posibilidades para su copia y reproducción.

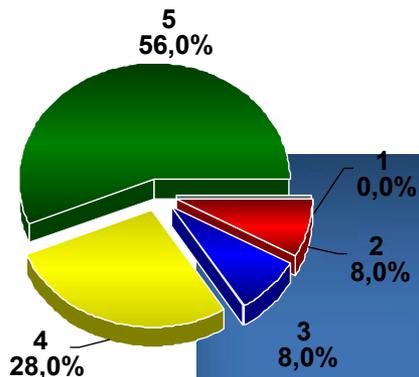
Todos los estudios disponibles apuntan hacia la denominada ‘*Generación e*’ como el perfil dominante en la descarga y creación de contenidos digitales. Este grupo está formado por menores de 18 años que han crecido e incorporado las TIC e Internet en su vida diaria, tanto para el ocio y la comunicación como para el aprendizaje

En tal sentido, al preguntársele a los expertos calificados, que especificaran los rangos de **grupos de edades** donde mayormente inciden las innovaciones tecnológicas aplicadas a la Industria Cinematográfica Nacional y la razón de esto, se obtuvieron las siguientes opiniones.

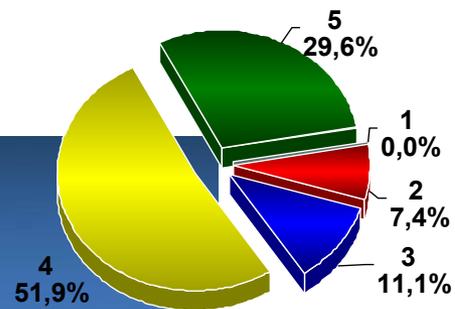
El grupo de edad *Muy importante* esta compuesto por jóvenes entre 18-24 años por un 56% de los informantes, seguido del grupo de entre 25-34 años, clasificado como *Importante* por un 51,9% de los participantes.

Sigue el tercer grupo en importancia, constituido por adultos de entre 35-49 años con un 66,7%, valorado como *Algo importante* y, en último lugar esta el grupo de edades mayores a 50 años, clasificados como *Poco importantes* (37,0%).

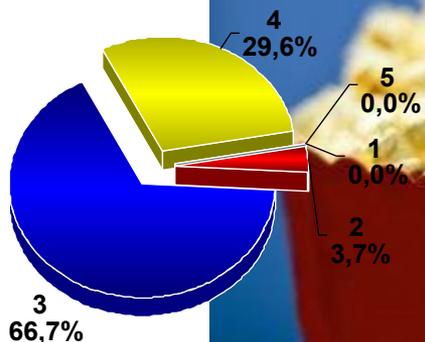
Espectador de 18 – 24 años de edad



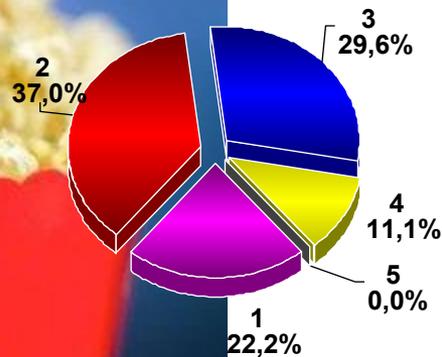
Espectador de 25 – 34 años de edad



Espectador de 35 – 49 años de edad



Espectador de 50 años de edad y más



Leyenda:

- 1. Muy Poco Importante
- 2. Poco Importante
- 3. Algo Importante
- 4. Importante
- 5. Muy Importante



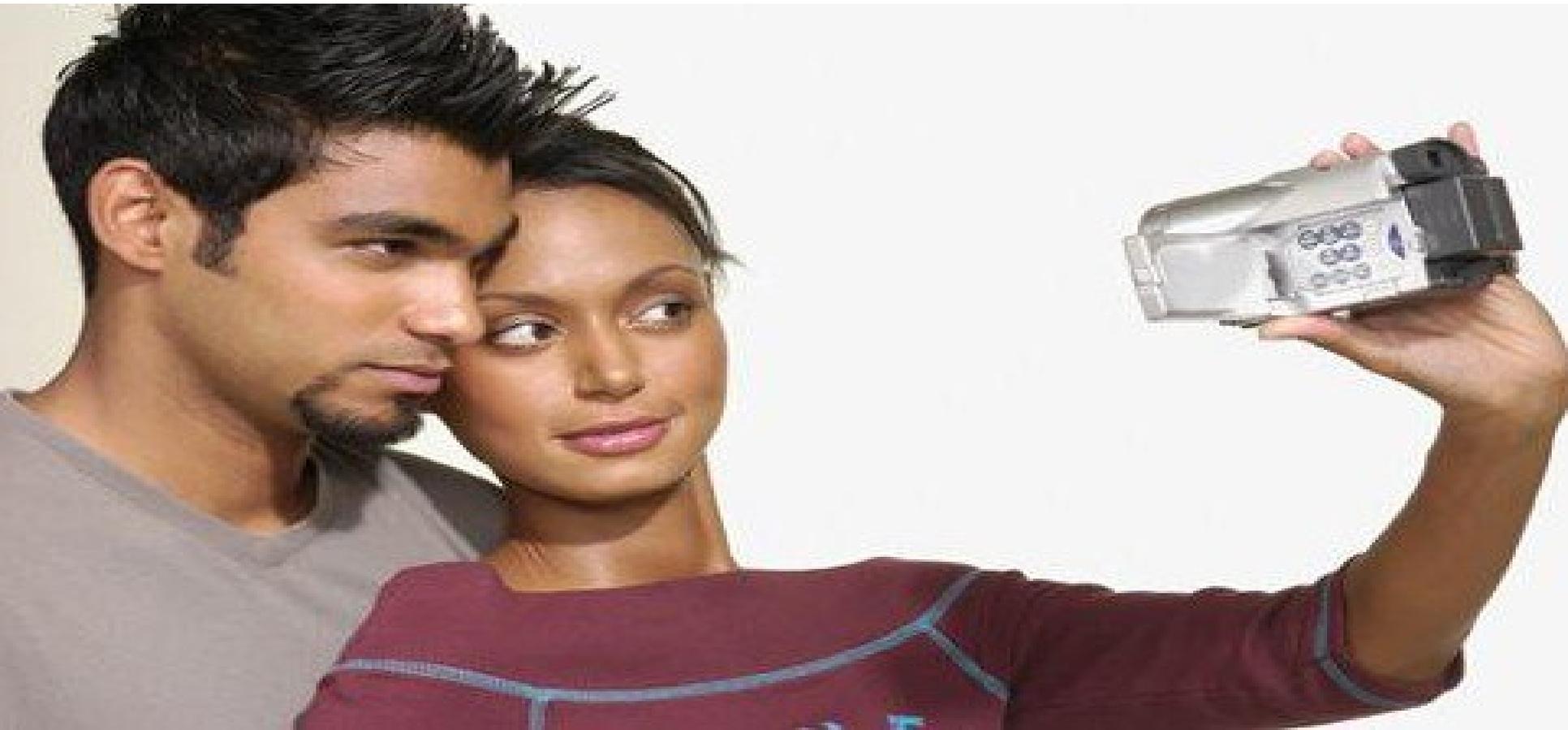
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



19. Describa en una frase breve la que debería ser, a su juicio, la razón de la anterior respuesta.





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



CONSUMIDORES CINEMATOGRAFICOS POR GRUPOS DE EDAD. **Primer lugar (37,5%) en las menciones: “relación inversa entre edad y la adopción de nuevas tecnologías”**

La principal razón a la hora de escoger a un determinado grupo de edad, se centro principalmente en la idea de que existe una relación inversa entre la edad de la persona y su nivel de adaptabilidad y asimilación de las nuevas tecnologías (37,5%), es decir, *mientras más jóvenes son las personas, mayor es su capacidad de absorber nuevas tecnologías y mayor predisposición para ello* (mayor numero de frecuencia de respuestas).

Su “cultura digital”, así como su mayor disponibilidad de tiempo, los convierte en los principales consumidores de ocio digital.

La segunda mención justamente esta referida al interés mayor que presentan los jóvenes con las nuevas tecnologías(25%), y en tercer lugar esta la concepción de que estos grupos de edades son los mayores visitantes de los lugares de esparcimiento(16,7%).

Mayor disponibilidad de Tiempo libre



Aumento de la información en la sociedad



Mayor índice de visitas a lugares de esparcimiento



Relación inversa entre la edad y la adopción de Nuevas tecnologías



Interés en nuevas tendencias e innovaciones



La tendencia del mercadeo está orientada hacia segmentos de la sociedad



Mayor interés en los temas y propuestas nacionales





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



20. Señale, por orden de importancia, los principales factores asociados a las innovaciones tecnológicas, que incidirán en la configuración de la Industria Cinematográfica Nacional del año 2010





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



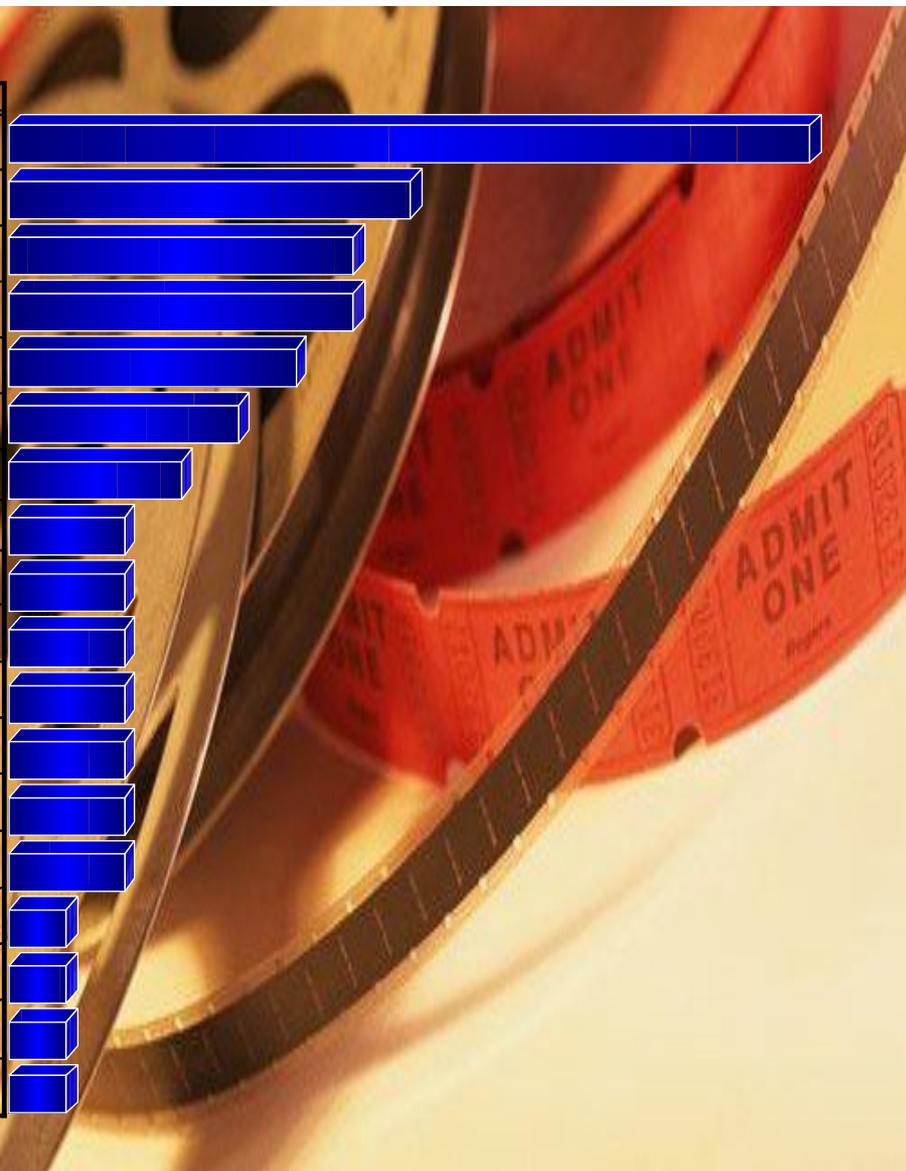
PRINCIPALES FACTORES ASOCIADOS A LAS INNOVACIONES TECNOLÓGICAS EN LA CONFIGURACIÓN DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA PARA EL AÑO 2010.

63,4% muy probable de “digitalización de los formatos en la industria cinematográfica” para el año 2010

Los miembros del panel de expertos han sido consultados sobre los principales factores asociados a las innovaciones tecnológicas que incidirán en la Industria Cinematográfica del año 2010. Al Respecto el 63,64% de los consultados consideran (con mayor grado de probabilidad) que dichos factores estarán representados principalmente por el empleo de nuevas técnicas y herramientas así como la digitalización de los formatos empleados en la Industria (22,2%).

La apertura de nuevos canales de distribución y de vías para divulgar las copias al público (11,1%) fue señalado por el 47,61% **probable**. Asimismo, en orden de importancia por frecuencia de menciones, tenemos las razones económicas y mayor exposición de productos nacionales (9,5 para cada mención) con 35,5% probable para cada una.

	Descripción	(%)
1	Empleo de Nuevas herramientas/Digitalización de Los formatos	22,2
2	Divulgación de copias a todo el publico / Nuevos canales de Distribución	11,1
3	Razones económicas	9,5
4	Mayor exposición de productos nacionales / diversificación de temas	9,5
5	Esfuerzos por parte de las empresas involucradas para la renovación	7,9
6	Incidencia de nuevas tecnologías y tendencias tipo Internet	6,3
7	Política cultural	4,8
8	Imagen de alta calidad	3,2
9	Tendencias dictadas en el exterior	3,2
10	Capacitación de profesionales en el área	3,2
11	Mejoramiento de la Capacidad Estética	3,2
12	Mejoramiento de la Calidad de Producción	3,2
13	Mayor brecha internacional/Concentración de la industria cinematográfica	3,2
14	Convergencia tecnológica	3,2
15	Mayor poder de información de las nuevas generaciones de usuarios	1,6
16	Aumento de las producciones audiovisuales	1,6
17	Empleo de nuevas herramientas de TV por pago	1,6
18	Mayor nivel de demanda por parte de los espectadores	1,6





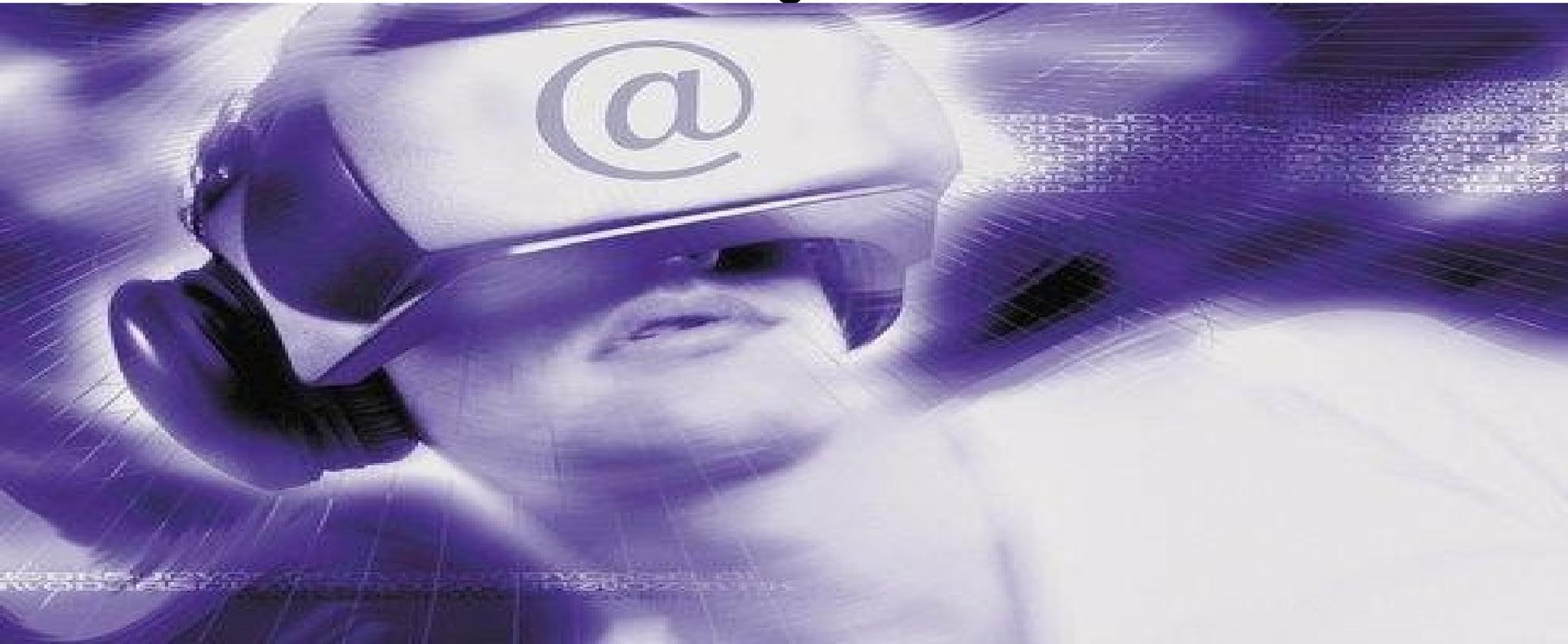
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



21. Valore el nivel de relación existente entre la convergencia tecnológica en los servicios ofertados existentes en la plataforma de los sistemas de distribución de televisión, la red Internet y telefonía y, el desarrollo del sector cinematográfico nacional.





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA

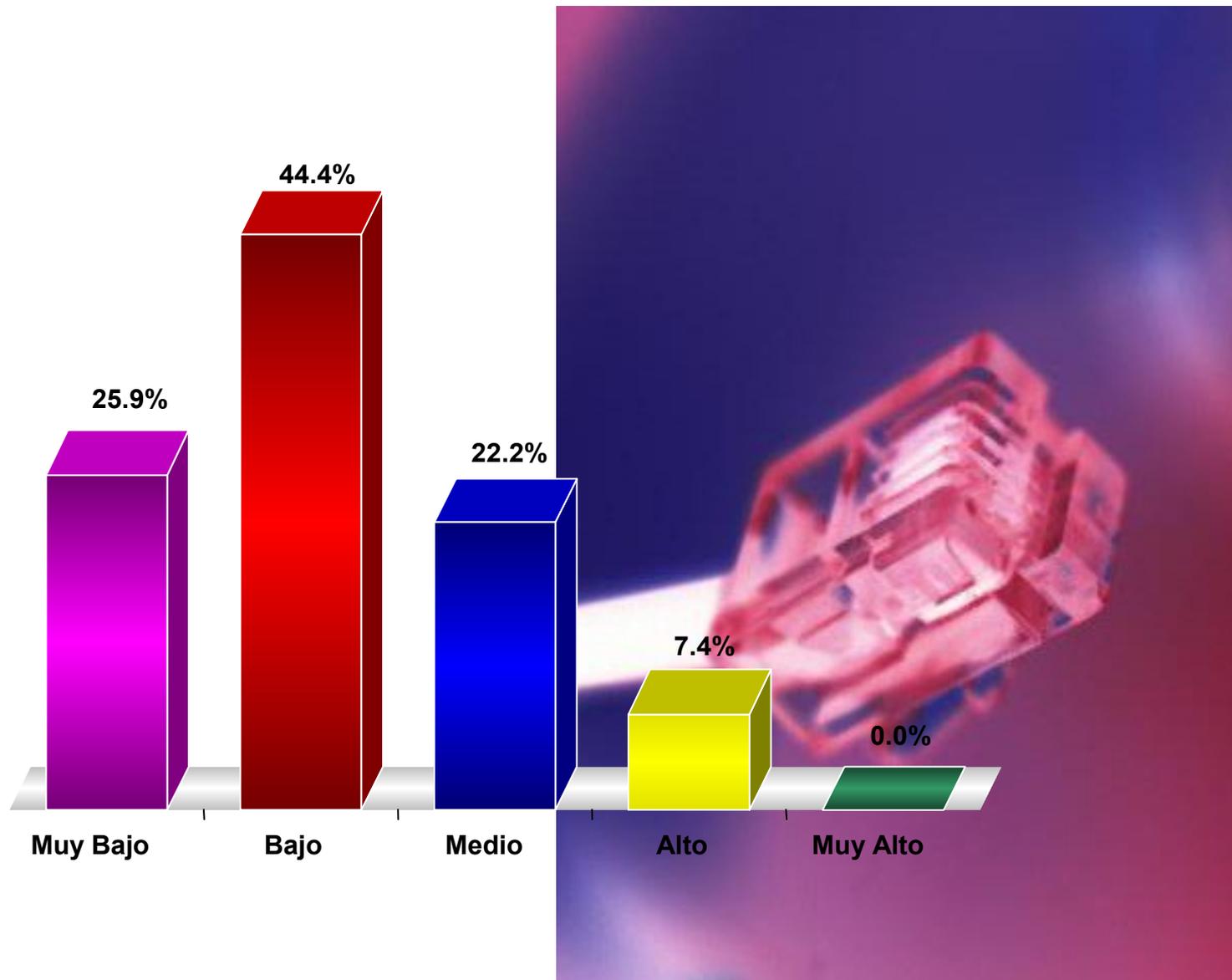


RELACIÓN ENTRE LA CONVERGENCIA TECNOLÓGICA Y EL DESARROLLO DEL SECTOR CINEMATOGRAFICO.

Nivel bajo para los expertos consultados 44,4%

Los expertos en el área clasifican el desarrollo del Sector cinematográfico con relación a los servicios existentes ya ofertados por la televisión, la Red Internet y la Telefonía Móvil, con una **valoración Baja**, por un **44,4%** de los informantes. A esto se le suma un 25,9% que lo clasifica como *Muy Bajo* y apenas un 22,2% que lo califica como *Medio*.

De manera positiva fue calificado por un 7,4% de los informantes, los cuales consideran que el nivel de desarrollo del Sector Cinematográfico esta en un nivel *Alto* con respecto a los servicios ofertados por las demás plataformas ya existentes.





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



22. Describa en una frase breve la que debería ser, a su juicio, la razón de la anterior respuesta.





UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACION

CAACI
CONFERENCIA
DE AUTORIDADES
AUDIOVISUALES
Y CINEMATOGRAFICAS
DE IBEROAMERICA



RELACIÓN ENTRE LA CONVERGENCIA TECNOLÓGICA Y EL DESARROLLO DEL SECTOR CINEMATOGRAFICO.

La falta de integración entre la oferta y la demanda cinematográfica, el inadecuado acceso a la innovación o a las nuevas tecnologías, la integración de nuevas tecnologías para mejorar la distribución y la Inexistencia total o parcial de productores nacionales, comparten el primer lugar en las menciones (con un 13,7% c/u), que justifican los niveles de convergencia tecnológica y el desarrollo de la Industria Cinematográfica.

