

● cuadernos de
cine colombiano

INSTRUMENTOS DEL ESTADO PARA EL FOMENTO DEL CINE





cuadernos de
cine colombiano

► INSTRUMENTOS DEL ESTADO PARA EL FOMENTO DEL CINE

● cuadernos de
cine colic

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D. C.

Enrique Peñalosa Londoño

ALCALDE MAYOR DE BOGOTÁ D. C.

María Claudia López Sorzano

SECRETARIA DE CULTURA,
RECREACIÓN Y DEPORTE

INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES (IDARTES)

Juliana Restrepo Tirado

DIRECTORA GENERAL

Jaime Cerón Silva

SUBDIRECTOR DE LAS ARTES

Lina María Gaviria Hurtado

SUBDIRECTORA DE EQUIPAMIENTOS CULTURALES

Liliana Valencia Mejía

SUBDIRECTORA ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

Con el apoyo del

MINISTERIO DE CULTURA

Mariana Garcés Córdoba

MINISTRA DE CULTURA

Zulia Mena García

VICEMINISTRA DE CULTURA

Enzo Rafael Ayala

SECRETARIO GENERAL

Adelfa Martínez Bonilla

DIRECTORA DE CINEMATOGRAFÍA

Marina Arango Valencia y Buenaventura

COORDINADORA GRUPO DE MEMORIA,
CIRCULACIÓN E INVESTIGACIÓN

Henry Caicedo Caicedo

ASESOR GRUPO DE MEMORIA, CIRCULACIÓN E INVESTIGACIÓN

Samar Charif

ASESORA ADMINISTRATIVA DIRECCIÓN DE CINEMATOGRAFÍA

CINEMATECA DISTRITAL-GERENCIA DE ARTES AUDIOVISUALES DEL IDARTES

Paula Villegas Hincapié

GERENTE DE ARTES AUDIOVISUALES

Ricardo Cantor Bossa

ASESOR MISIONAL

Jenny Alexandra Rodríguez Peña

ASESORA DE PUBLICACIONES

David Andrés Zapata Arias

ASESOR DE FORMACIÓN Y CONVOCATORIAS

María Paula Lorgia Garnica

ASESORA DE PROGRAMACIÓN Y NUEVOS MEDIOS

Laura Camila Puentes Ruiz

Xiomara Rojas Prieto

Diego Saldarriaga Cuesta

EQUIPO LOCALIDADES

Juan Carlos González Navarrete

COORDINADOR BECMA

Angélica Reyes Hernández

ASISTENTE BECMA

Luz Johana Castillo García

ASESORA ADMINISTRATIVA

Andrea Acevedo Caicedo

ASISTENTE ADMINISTRATIVA

Cristian Camilo Reyes David

APOYO LOGÍSTICO

Luisa Fernanda Montero Trigos

ENLACE PRENSA-OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES

Camilo Parra Martínez

Jaiver Sánchez Leal

PROYECCIONISTAS

Angélica Clavijo Ortiz

ASESORA COMISIÓN FÍLMICA DE BOGOTÁ

Reina Tinjacá Jiménez, Milena

Pimentel Vásquez, Yesith Pineda Cortés,

Carlos Valderrama, Miguel Zanguña

Villalba, Diana Cifuentes Gómez, Nicolás

Cuadrado Ávila, Bibiana Rivera Guerrero,

María del Pilar Acosta y Andrea Gordillo

EQUIPO COMISIÓN FÍLMICA DE BOGOTÁ

Lady Martínez Ospina

GESTIÓN DE INFORMACIÓN

CUADERNOS DE CINE COLOMBIANO N.º 26

INSTRUMENTOS DEL ESTADO PARA EL FOMENTO DEL CINE ►►

Jaime Tenorio

EDITOR INVITADO

Paula Villegas Hincapié

Julían David Correa Restrepo

Marina Arango Valencia y Buenaventura

Jenny Alexandra Rodríguez Peña

Henry Caicedo Caicedo

COMITÉ EDITORIAL

Jenny Alexandra Rodríguez Peña

COORDINACIÓN Y DIRECCIÓN DE ARTE

Neftalí Vanegas Menguán

DISEÑO GRÁFICO Y DIAGRAMACIÓN

Francisco Díaz-Granados

CORRECCIÓN DE ESTILO

Panamericana Formas e Impresos S.A.

IMPRESIÓN

ISSN 1692-6609

El contenido es responsabilidad exclusiva de los autores y no representa necesariamente el pensamiento del Instituto Distrital de las Artes (IDARTES).

Publicación impresa y digital de distribución gratuita con fines educativos y culturales. Queda prohibida su reproducción total o parcial con o sin ánimo de lucro sin la debida autorización expresa para ello. Información adicional en: infocinemateca@idartes.gov.co.

►►

Descárguelos en internet en:
www.cinematecadistrital.gov.co/
cuadernos-de-cine-colombiano

INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES (IDARTES)

Calle 8 n.º 8-52

Bogotá, Colombia

Conmutador: (571) 379 5750

www.idartes.gov.co

CINEMATECA DISTRITAL-GERENCIA DE ARTES AUDIOVISUALES DEL IDARTES

Carrera 7 n.º 22-79

Bogotá, Colombia

Conmutador: (571) 379 5750,

ext. 3400 - 3410

infocinemateca@idartes.gov.co

www.cinematecadistrital.gov.co

Facebook: Cinemateca Distrital

Twitter: @cinematecadb

Fotografía de la cubierta: foto fija de **Los viajes del viento** (Ciro Guerra, 2009). Foto: Iván Gaona. Archivo: Ciudad Lunar.

Fotografías de la contracubierta de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo: * Foto de rodaje de **El soborno del cielo** (Lisandro Duque Naranjo, 2016). * Foto fija de **Narcos** (Chris Brancato, Eric Newman y Carlos Bernard, creadores, 2015-). Foto: Daniel Daza. © Netflix, Inc. * Foto de rodaje de **El colombiano dream** (Felipe Aljure, 2005) *

Fotograma de **Jardín de amapolas** (Juan Carlos Melo, 2014) * Foto de archivo usada en el documental **Carta a una sombra** (Daniela Abad y Miguel Salazar, 2015) * Foto de rodaje de **La mujer del animal** (Victor Gaviria, 2016). Archivo: Daniela Goggle.

Imágenes del interior: como aparece en cada foto.

Imagen del colofón: montaje a partir de fotografía de Rafael Martínez y Laura Mora en la entrega de premios del FDC 2015. © Proimágenes Colombia. Archivo: Laboratorios Black Velvet. Foto: Sergio I. Rodríguez.

Agradecimientos especiales: Angélica Reyes, Juan Carlos González, Lady Martínez, Joan Bocanegra, Gonzalo Castellanos, Jaime Manrique, Yelena Mendoza, Jorge Moreno, Ramiro Arbeláez, Jaime Manrique, Andrea Afanador, Catalina Samper, Etienne Boussac, Ana Piñeres, Ana María Donado, Steven Grisales, Andrea Pineda, Diego Teherán, Diana Camargo, Andrés Calderón, Sandra Dávila, Jenny Ceballos, Ovidio González Soler, Laura Mora, Rafael Martínez y Álvaro Rodríguez.



▣ Fragmento de foto fija de **Los viajes del viento** (Ciro Guerra, 2009). Foto: Iván Gaona. Archivo: Ciudad Lunar.

Cuadernos de Cine Colombiano - nueva época : instrumentos del Estado para el fomento del cine / Cinemateca Distrital – Gerencia de Artes Audiovisuales del IDARTES

Bogotá : Cinemateca Distrital ; IDARTES ; 2017

Con el apoyo del Ministerio de Cultura.

180 p. : fot. ; 20 cm (ISSN 1692-6609 ; n.º. 26)

1. Industria cinematográfica - Legislación – Colombia – Siglo XX – XXI

2. Cine – Legislación - Colombia – Siglo XX

3. Documentales – Producción y dirección – Colombia – Siglo XXI

5. Público cinematográfico – Colombia – Siglo XXI

6. Cine – Producción y dirección – Colombia – Siglo XXI



Contenido

PRESENTACIÓN

- 6 Suenan los instrumentos
Juliana Restrepo Tirado
Paula Villegas Hincapié

▶ EDITOR INVITADO

- 8 El Estado y el fomento del cine colombiano
Jaime Tenorio

▶ ARTÍCULOS

- 26 ▶▶ Tras y post-escena de las leyes de cine en Colombia
Lisandro Duque Naranjo

- 40 ▶▶ Transformaciones de los públicos del cine en Colombia: preguntas para la política pública
Javier Machicado

- 64 ▶▶ Ley de cine, narración y público: El efecto de los instrumentos del Estado en las tendencias narrativas del cine argumental colombiano contemporáneo
Andrea Echeverri

- 92 ▶▶ Sistema nacional cinematográfico: principio y fin de las regiones colombianas
Juan Carlos Romero

- 112 ▶▶ Expansiones del cine de lo real: políticas culturales y estímulos. El caso colombiano
Jorge Caballero

▶ ENTREVISTAS

- 138 Los retos y pendientes de la institucionalidad, según tres figuras del sector
Ximena Ospina Hurtado

- 140 **David Melo:** hacia una apuesta de contenidos convergentes más ambiciosa

- 154 **Cristina Gallego:** apoyar la distribución y exhibición es un gran pendiente de la Ley

- 166 **Juan Martín Cueva:** la hegemonía de un sólo tipo de contenidos sigue presente en Latinoamérica

- 176 ▶▶ Perfiles de los autores

Suenan los instrumentos

Juliana Restrepo Tirado
Directora General
IDARTES

Paula Villegas Hincapié
Gerente de Artes Audiovisuales
Cinemateca Distrital
IDARTES

► CUADERNOS DE CINE COLOMBIANO 26-2017 NUEVA ÉPOCA



Es un buen momento para que una de las ediciones de los *Cuadernos de Cine Colombiano* le dedique sus páginas a un tema constitutivo de nuestra cinematografía: el del lugar de los instrumentos del Estado en el fomento del cine.

La historia de los instrumentos para el fortalecimiento de la cinematografía en Colombia es joven y, por tanto, para mirarlo de forma retrospectiva, aún podemos ir a las voces en primera persona de sus protagonistas. Quienes escriben en estos *Cuadernos* nos hacen escuchar los sonidos y ecos de estos instrumentos para dar cuenta desde su experiencia de lo que nos ha pasado como país, en el camino hacia el crecimiento de nuestra cinematografía en diferentes ámbitos.

En esta dirección, la Gerencia de Artes Audiovisuales - Cinemateca Distrital ha contribuido constantemente y en forma creciente al fortalecimiento de la cinematografía nacional y de nuestras artes audiovisuales creando

estrategias, políticas y programas desde el Instituto Distrital de las Artes (Idartes). Hoy continuamos con el reto de tratar de comprender cómo evoluciona cada sector artístico y cómo ejerce su rol en la transformación social y cultural de la ciudad y del país.

En 2017 Idartes hace su aporte a través de las convocatorias en todas sus dimensiones: investigación, circulación, apropiación, preservación, creación y fomento. Adicionalmente, se ha identificado la importancia de fortalecer los procesos de formación a partir de la comprensión de la multiplicidad de prácticas en el tránsito entre el hacer y el ver. Compartimos la necesidad de cerrar la brecha entre lo que producimos y lo que vemos, y nos sumamos a la reafirmación de la potencialidad del cine para la comprensión de nuestras realidades.

Fortalecer nuestro sector pasa por comprender la multiplicidad de culturas audiovisuales, y

por eso celebramos encontrar en estos textos la necesidad expresa de un cine que se conecte con su público para, en esa medida, continuar aportando a la formación de públicos, con procesos desde la primera infancia, proyectos de apropiación y apreciación, y apoyando la creación a través del encuentro de actores del sector y en las diversas expresiones audiovisuales. Así mismo, participamos en el fortalecimiento del sector a través de la creación de la Comisión Fílmica de Bogotá y la administración del Permiso Unificado para Filmaciones Audiovisuales (PUFA), un instrumento que nos ha impuesto la maravillosa tarea de identificar como Distrito, las dificultades y requerimientos cotidianos de las producciones audiovisuales de la ciudad y necesariamente ponerlas en articulación con las posibilidades de una ciudad como Bogotá. Hemos aprendido, tenemos retos frente a este tipo de instrumentos y sabemos que esto hace parte del proceso de crecimiento y organización del sector para asumir cada vez propósitos mayores.

Nos da gusto por ello presentar a Lisandro Duque, Javier Machicado, Andrea Echeverri, Juan Carlos Romero y Jorge Caballero, quienes, como autores de los artículos, pasaron por revisar históricamente nuestros instrumentos, con una mirada crítica a la transformación de los públicos y de las narrativas, atenta al lugar de la participación regional, hasta abordar las influencias y necesidades más específicas,

como son los casos del documental y los nuevos medios. Así mismo, en el apartado de entrevistas, contamos con el trabajo de la periodista e investigadora Ximena Ospina, quien con su aguda mirada y conocimiento del sector conversó con David Melo, Cristina Gallego y Juan Martín Cueva. Reunidos en estos *Cuadernos*, ellos nos permiten extender una invitación al lector para poner en conocimiento diferentes experiencias y problemáticas, y reflexionar sobre la urgencia de que las políticas públicas vayan a la par o más adelante de los desarrollos productivos y tecnológicos. Adicionalmente, sus textos son un llamado a continuar pensando en la pertinencia de los instrumentos, para que logren responder a las necesidades, avances y retos del público, de los realizadores y de una industria en permanente transformación. Unos instrumentos que, como el acordeón de **Los viajes del viento** de Ciro Guerra, que en esta edición nos acompaña en la cubierta: diseñamos, tocamos, usamos, proyectamos, nos permiten crear y también dan sentido a lo que hacemos.

Esperamos que el conocimiento sobre el sector y sobre nuestra cinematografía se amplíe un poco más con la entrega de estos *Cuadernos de Cine Colombiano* – nueva época n.º 26. *Instrumentos del Estado para el fomento del cine*: un título dotado de balances, análisis, propuestas y nuevas preguntas. □





El Estado y el

fomento del cine colombiano

► CUADERNOS DE CINE COLOMBIANO 26-2017 NUEVA ÉPOCA

El Estado y el fomento del cine colombiano

The State and Promotion of Colombian Cinema

Por Jaime Tenorio

Editor invitado

Palabras clave: leyes de cine, políticas cinematográficas, cine colombiano, estímulos a la producción cinematográfica, espectadores, audiencias, Internet, convergencia.

Resumen: estos *Cuadernos de Cine Colombiano* de la Cinemateca Distrital abordan desde diversas perspectivas los instrumentos del Estado para el desarrollo del cine colombiano, hasta llegar a la Ley 1556 de 2012, pasando por supuesto por la Ley 814 de 2003, o ley de cine que ha permitido fortalecer el sector y producir un mayor número de películas. En este artículo introductorio, se hace un breve repaso de lo que han sido algunos de los instrumentos implementados por el gobierno nacional, se presentan los problemas a los que se enfrenta la industria cinematográfica y se señala el impacto que ha tenido Internet en la producción audiovisual y en los nuevos hábitos de consumo. La era de la convergencia genera varios interrogantes que llevan a pensar si es necesario empezar a diseñar una nueva ley de contenidos convergentes.

Keywords: Cinema laws, Colombian cinema film policies, incentives to film production, spectators, audiences, Internet, convergence.

Abstract: This edition of *Cuadernos de Cine Colombiano* by the *Cinemateca Distrital* addressed the state instruments for the development of the Colombian cinema from different perspectives up to Act 1556 of 2012, including, naturally, Act 814 of 2003 the "Cinema Act," which has made it possible to strengthen the sector and produce a greater number of films. This introductory article presents a brief overview of some of the instruments implemented by the national government, the problems faced by the film industry, and the impact of Internet on audiovisual production and new consumer habits. The era of convergence generates several questions that lead to think whether it is necessary to begin designing a new law for convergent contents.

Ha pasado más de una década desde la creación de la Ley 814 de 2003, que impulsó la producción cinematográfica en Colombia en todos sus géneros y formatos. En 2015, se llegó por primera vez a un número record de treinta y seis estrenos de largometrajes. Esta es una cifra considerable si se tiene en cuenta que durante los quince años de la Compañía para el Fomento Cinematográfico (FOCINE) se produjeron 31 largometrajes. No se puede negar la importancia de la ley y de los incentivos del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) en la evolución y el desarrollo de la producción cinematográfica. También hay que reconocer el impacto del desarrollo de la tecnología en la democratización de la producción y en el acceso a los contenidos. En el siglo pasado, los altos costos de producción en 35 mm, la poca formación de técnicos y profesionales y la ausencia de una política cinematográfica de incentivos sostenida no permitieron el desarrollo de la industria. Solo unos pocos soñadores, amantes del cine y con suficientes recursos económicos, eran capaces de aventurarse a experimentar con el celuloide y retratar historias de la época, que eran protagonizadas por integrantes de sus propias familias y amigos. Hasta bien entrado el siglo XX, el Estado empezó a hacer sus primeros esfuerzos por desarrollar una cinematografía nacional.

Al contrario de lo que sucedió en Colombia, cinematografías como la de Argentina, México y Brasil tuvieron un mayor apoyo del Estado, lo que les permitió desarrollar una industria, incluso un *star system* que atrajo grandes audiencias y que traspasó fronteras. De la cinematografía latinoamericana, las películas mexicanas y los artistas y expresiones de la cultura mexicana, como la música, tuvieron una mayor incidencia e impacto en Colombia. Aún hoy las películas del comediante mexicano Cantinflas logran despertar gran interés y el canal Señal Colombia las sigue programando con buenos resultados en el *rating*.

Una breve historia de los instrumentos

Al finalizar la primera mitad del siglo XX, se creó una oficina de cine en la sección de cultura del Ministerio de Educación, sin resultados visibles. Después, durante el gobierno de Alfonso López Pumarejo, se incentivó la creación de empresas de producción, a través de la supresión de aranceles de aduana a la materia prima cinematográfica y la exención de impuestos a los teatros que mostraran cine nacional. Pero no fue sino hasta la década del setenta cuando se expidieron normas para establecer una cuota de pantalla, eliminar impuestos a largometrajes colombianos, otorgar un porcentaje de exención sobre el

total del impuesto a los espectáculos públicos por la exhibición en salas comerciales de cortometrajes nacionales y crear un fondo para préstamos para la industria cinematográfica. En esta década, también el cine pasó a ser parte del Ministerio de Comunicaciones. En este contexto, en 1978, se creó el Fondo de Fomento Cinematográfico y se constituyó FOCINE, entidad industrial y comercial del Estado que tuvo a su cargo la ejecución de las políticas cinematográficas y la administración del Fondo. Inicialmente, la entidad otorgaba crédito a las productoras, pero, teniendo en cuenta que no se lograba recuperar el dinero, FOCINE quedó facultada para hacer coproducciones.

De este periodo surgieron algunos éxitos taquilleros, como **El taxista millonario**, dirigida por Gustavo Nieto Roa (1979), y **Padre por accidente** de Manuel Busquets (1982), entre otras. En general, fueron películas que difícilmente pudieron competir en las salas con las producciones estadounidenses de los grandes estudios, que tenían mucho presupuesto para la distribución y promoción. Este fue siempre uno de los principales obstáculos para las películas colombianas, razón por la cual no duraban mucho tiempo en cartelera y no alcanzaban a recuperar la inversión. Además, tampoco fueron películas que lograran despertar un interés en la distribución internacional. Como fueron producciones

Esto es lo que estamos haciendo en

FOCINE

Por el cine colombiano:

PRODUCIMOS largo y medimetrajes para el cine y la televisión • DESCUBRIMOS nuevos talentos y estimulamos a los creadores colombianos a través de convocatorias y concursos • GENERAMOS empleo para la industria cinematográfica colombiana • PROMOCIONAMOS Y COMERCIALIZAMOS el cine colombiano en el país y en el exterior mediante la participación en festivales, mercados y muestras de cine • CONTRIBUIMOS al rescate del Patrimonio Filmico Nacional • DOTAMOS salas de cine de arte y ensayo • PATROCINAMOS la capacitación de los profesionales del cine mediante préstamos, curso y becas en Colombia y en el exterior • FINANCIAMOS la producción de películas y la adquisición de equipos cinematográficos • APOYAMOS el cineclubismo y respaldamos a las Universidades en los programas de educación cinematográfica • COLABORAMOS con las producciones internacionales que se realizan en Colombia.

FOCINE

La Compañía de Fomento Cinematográfico de Colombia
Calle 35 N° 4-89 · Télex 41345 FOCINE CO · Apartado Aéreo 40094.
Teléfonos: 2870392 · 2884883 · 2884575 · 2884540 · 2884661
Bogotá, Colombia

Facsímil de un aviso publicitario de la Compañía para el Fomento Cinematográfico (FOCINE) 1987 publicado en la contra-carátula de los *Cuadernos de Cine Colombiano* - primera época n.º 21, *Cine mujer*. Archivo: BECMA.

que en su mayoría no lograron recuperar el dinero invertido, FOCINE tuvo inconvenientes con la financiación del Fondo, lo que resultó en su liquidación en 1992. Otro motivo para la liquidación fue que la nueva Constitución Política estableció que no podía haber rentas



Presentación del FDC en el Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias, FICCI 2015. © Proimágenes Colombia. Archivo: Laboratorios Black Velvet. Foto: Sergio I. Rodríguez.

nacionales de destinación específica. A pesar de estos problemas, en los años ochenta, por primera vez hubo una producción sostenida, con un promedio de cerca de cuatro largometrajes anuales, algunos de los cuales lograron tener presencia en festivales internacionales.

En 1997, se promulgó la ley general de cultura, mediante la cual se creó el Ministerio de Cultura así como la Dirección de Cinematografía, que a partir del momento estableció las políticas públicas cinematográficas. En el año 2003, se promulgó la Ley 814 o ley de cine, una norma que impulsó la producción

audiovisual mediante la creación de estímulos tributarios que permitió a los contribuyentes deducir de su renta lo que invirtieran o donaran en un proyecto cinematográfico nacional. Con esta ley se creó el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), administrado por Proimágenes Colombia, que se nutre de un impuesto a la taquilla de cine que pagan exhibidores, distribuidores y productores nacionales. Un 70% del recaudo se entrega a los proyectos ganadores de las convocatorias de estímulos del FDC, en las modalidades de escritura de guiones, producción, posproducción y formación de públicos, entre otros.

El último esfuerzo por parte del Estado en promover el desarrollo de una industria cinematográfica se da en el segundo gobierno de Juan Manuel Santos, a través de la promulgación de la Ley 1556 de 2012, mediante la cual se creó el Fondo Fílmico Colombia. Este tiene como objetivo incentivar los servicios de producción en el país y promover escenarios nacionales como locaciones de rodaje. Esta ley, que tiene un impacto más allá de la industria nacional, busca llegar a otros sectores de la economía; en lo que se refiere a la cinematografía nacional, se espera que incida en la transmisión de conocimiento y en el fortalecimiento de productoras nacionales que difícilmente pueden vivir solo de producir cine nacional. Sin embargo, es una ley que empieza a tener problemas, porque depende

del presupuesto general de la nación. Ante el nuevo panorama del posconflicto y del receso de la economía, no pareciera que el gobierno pueda continuar inyectando recursos suficientes al Fondo.

La ley de cine de 2003

Uno de los principales logros de la ley de cine de 2003, según Felipe Aljure, primer director de Cinematografía del Ministerio de Cultura y uno de sus principales promotores, fue generar un espacio de reflexión sobre el país y el ser humano en general. Muy seguramente sin ese reconocimiento no se hubiesen hecho las películas que se están produciendo y los cineastas continuarían ejerciendo una labor titánica para lograr hacer sus películas con la ayuda de inversionistas arriesgados y de amigos. Claudia Triana, directora de Proimágenes Colombia, considera que la ley ha cumplido con el objetivo de sembrar y abonar el terreno para poder cosechar y tener una producción sostenida, además de crear un ambiente propicio para el surgimiento de nuevos talentos. Efectivamente, la ley ha permitido que haya más películas nacionales y que surjan nuevos directores, guionistas, productores y, en general, técnicos del área audiovisual que mejoran la calidad técnica y artística de las producciones. También es cierto que cada vez hay más creativos profe-



Foto fija de **Narcos** (Chris Brancato, Eric Newman y Carlos Bernard, creadores, 2015-). La serie fue rodada en Colombia beneficiada por la Ley 1556 de 2012 desde la gestión de la productora Dynamo [nota de ccc]. Foto: Daniel Daza. © Netflix, Inc.

sionales y técnicos formados en entidades educativas nacionales e internacionales. Adelfa Martínez, directora de Cinematografía del Ministerio de Cultura, señala la importancia que han tenido los asesores de guionistas, directores y productores contratados por el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC) para fortalecer las narrativas de las películas nacionales. Por su parte, Munir Falah, presidente de Cine Colombia, resalta la participación de películas nacionales en festivales internacionales en los últimos años.

No obstante, el cine nacional se enfrenta a varios problemas en la actualidad, especialmente cuando el reto es llegar a unas



▣ Claudia Triana directora de Proimágenes y Adelfa Martínez directora de Cinematografía del Ministerio de Cultura en la premiación del FDC 2016. © Proimágenes Colombia. Archivo: Laboratorios Black Velvet. Foto: Sergio I. Rodríguez.

audiencias que han cambiado sus hábitos de consumo y la forma de acceder a los contenidos. La Internet y las nuevas tecnologías han causado una revolución. Las industrias creativas y culturales no estaban preparadas para el cambio. Algunas de ellas, como la música, se han tenido que reinventar para sobrevivir en el mercado. El problema en el sector audiovisual es que no se ha hecho una verdadera reflexión sobre lo que está pasando, para tomar las medidas necesarias y sobreponerse

a esta crisis. El público colombiano asiste cada vez más a las salas y ve más cine en todos los soportes posibles, pero no responde de la misma manera al cine nacional. Las causas de lo que está ocurriendo deberían ser analizadas no solo por las entidades gubernamentales, sino también por el mismo sector. Son necesarios estudios que identifiquen el problema y permitan hacer una sintomatología. Los espectadores en las salas de cine aumentan, pero el promedio de asistencia a películas colombianas es cada vez más bajo, con excepción de comedias populares como las de Dago Producciones, que ayudan a subir el porcentaje anual. Hay una situación compleja en la que el público colombiano no quiere atender el llamado de los cineastas nacionales, pero sí el de los grandes estudios. Habría que preguntarse, entonces, si el cine colombiano se ha vuelto aburrido para el grueso de los espectadores nacionales. Si bien todo el cine no tiene que ser para todos los públicos y la segmentación de las audiencias hace que surjan nichos de mercado, los espectadores son fundamentales para que el cine exista. El problema es que parece haberse roto el diálogo entre el aparato de representación del cine y el público.

Es verdad que algunas películas nacionales han logrado llegar a un mayor número de festivales internacionales importantes, quizás más a los europeos que a los de los

Estados Unidos, y que ya el cine nacional logra aparecer en artículos de revistas especializadas internacionales, pero todavía no gana los premios más importantes. Esta participación en festivales quizás se convierte en un buen espacio para que los autores puedan pensar que se redimen como individuos a través de los aplausos del público y de la crítica; sin embargo, cuando el colombiano va a ver la película, al parecer siente que no está hecha para él, porque no se identifica. Habría que preguntarse si esta no es una consecuencia sintomática y real de la colonización cultural. Durante años, en Colombia se han consumido productos audiovisuales y cinematografías de Europa y de los Estados Unidos. Los primeros intentos por incentivar la producción de cine en el país buscaban el fomento de una cinematografía con una voz propia y que generara identidad. En la actualidad, las películas que se están produciendo no están logrando entrar en un diálogo nacional y el aparato de representación solo logra generar reflexión y polémica en unos pequeños nichos. Se busca, entonces, el aval en los festivales de países supuestamente dominantes en lo cultural y responder a sus miradas y no necesariamente a la que el público colombiano tiene de sí mismo. Es una colonización autoinfligida, como reflexiona Felipe Aljure. Han logrado imponer sus cosmovisiones a nuestros autores.



▣ Felipe Aljure en el rodaje de su película **El colombiano dream** (2005). Foto: Olga Lucía Paulhiac.

No es posible cerrar los ojos y negar que el cine nacional atraviesa por una crisis, por lo menos en lo que a públicos se refiere. Por tanto, es importante hacer un análisis desde varias perspectivas para entender este momento y poder hacer una reflexión sobre lo que ocurre con los instrumentos del Estado.

El diálogo con las audiencias

Para Aljure,

... en el cine los creadores hacen una representación sobre la condición humana y se pueden hacer interrogantes sobre la existencia, la identidad o la cotidianidad de lo que le ocurre a una persona en su entorno. El propósito del cine es generar polémica y



□ Foto fija de **Los colores de la montaña** (Carlos César Arbeláez, 2011), ganadora en 2006 en la modalidad Producción de largometrajes del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), y en 2009, del Estímulo para coproducción del Programa Ibermedia [nota de ccc]. Foto: Gonzalo Martínez.

reflexión, y para cumplir con ese objetivo el cine cuenta con dos aspectos. Uno es la intermediación industrial, que tiene un componente tecnológico y financiero que por muchos años fueron una gran mordaza, pero que, gracias a las leyes y a la democratización tecnológica, logramos superar. El otro aspecto es el individual, donde el director logra conectar con el público o tener reconocimiento, que de alguna forma lo redime como artista. Sin embargo, la esencia sigue siendo el comentario y la interacción con un cuerpo importante de la cultura observada o de la cultura con quien se quiere armar ese diálogo y esa reflexión, pero lo que vemos hoy en día, paradójicamente, es que nos quedamos en los dos extremos del empaque. En el lado industrial, los proyectos más comerciales logran conectar con el público y responden a lo que quieren ver las audiencias, pero no necesariamente a lo que la sociedad necesita.

Por otra parte, las películas en las que el creador encuentra su redención como individuo y logra elogios de la crítica, cuando son exhibidas en el país, no hay ningún diálogo con el público. Ahora muchas películas no superan los cincuenta mil espectadores. Ese vector central al proyecto cinematográfico que es dialogar con su gente, generar identidad y reflexión, se ha visto mermado, porque no hay un diálogo en ese escenario.

Carlos Llano, gerente de la distribuidora Diamond Films, afirma que la gente no va a ver cine colombiano porque este no logra llamar su atención, quizás por la forma de narrar las historias. Sin embargo, para Llano no hay temas vetados en el cine, incluso una película como **Los colores de la montaña** (Carlos César Arbeláez, 2010), que trata temas complejos como el desplazamiento y las bombas, tuvo un buen desempeño en la taquilla. Munir Falah sostiene que el cine colombiano debería abordar problemas más universales y no tan locales, especialmente si quiere alcanzar un público más amplio y no quedarse en pequeños nichos. Para él está comprobado que el cine colombiano sí puede lograr grandes audiencias. La prueba son las comedias populares de Dago, que compiten directamente con los grandes estrenos de Hollywood y que siempre logran estar entre las películas más vistas del año. Tiene razón Munir en que este tipo de comedias populares

conectan con el público y baten récord en taquilla; sin embargo, no deja de ser un contenido efímero; trascendente para el FDC y para los eslabones industriales de la cadena, pero no para la historia del cine. Muy seguramente parte de ese cine más autoral, que contribuye más a la historiografía del cine en Colombia y sin éxito en taquilla tendrá más oportunidades de ser visto y analizadas en el futuro y vivirá más tiempo en las plataformas digitales.

El problema con el cine colombiano es que pareciera no haber logrado encontrar un tipo de narración intermedia, que conecte y dialogue con el público, cuya calidad lo haga trascender en el tiempo. Colombia alcanzó a tener varios éxitos en taquilla una vez creada la ley de cine, pero posteriormente la mayor parte de las películas producidas se han ido a los dos extremos. El país no ha podido encontrar ese punto intermedio, mientras que algunas películas de otros países latinoamericanos han logrado cumplir los dos objetivos de conectar con las audiencias y tener éxito en festivales, lo que les ha facilitado ser distribuidas internacionalmente.

La promoción de las películas

Una buena historia es lo primero que cualquier película debe tener. Si resulta ser una mala narración, no hay efectos especiales ni promoción que sirva para salvarla del fracaso. Pero el grave problema de las películas nacio-

nales sigue siendo la distribución y la ausencia de buenas estrategias de promoción, sumado a una falta de preparación de los productores en estos temas. En la actualidad, las películas se estrenan y difícilmente el público se entera. Ni siquiera los mismos profesionales que forman parte del sector se dan cuenta de estos estrenos. Claudia Triana es consciente de que el estímulo a la promoción que otorga el FDC debe replantearse, porque no existe una preparación ni una estrategia clara por parte de los productores. El productor, que llega desgastado al estreno después de haber hecho un gran esfuerzo buscando la financiación y produciendo la película, olvida que la promoción demanda una estrategia que debe diseñarse desde antes del rodaje. Esta estrategia de promoción requiere un mayor involucramiento, preparación y conocimiento por parte del productor. Las redes sociales, conocer el público objetivo, la construcción de una comunidad y dar a conocer de forma innovadora la trama o los personajes de la película son aspectos fundamentales en el diseño de la estrategia, especialmente ahora que las plataformas de circulación y los dispositivos móviles permean todos nuestros espacios. El CNACC creó el Estímulo integral del FDC para cubrir todas las etapas, desde la producción hasta la promoción. Las primeras películas que recibieron este premio apenas se están produciendo; por tanto, aún no es posible conocer los resultados de este nuevo mecanismo.



I Foto de rodaje de **Buenaventura mon amour** (Jorge Navas, en desarrollo) Foto: Max Morales, una de las dos películas ganadoras en 2014 del primer Estímulo integral a la producción y promoción de películas creado por el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC). La otra película ganadora fue **Pájaros de verano** (Ciro Guerra, en desarrollo) [nota de ccc].

Infortunadamente, está demostrado que un presupuesto no define la calidad de una película. No existe una fórmula; si fuera así, las películas de los grandes estudios serían un éxito comercial y serían de gran calidad. Por otra parte, es importante tener en cuenta que una película de nicho hará más espectadores que los que le corresponde como una producción de corte más autoral; en esto fallan directores y productores, porque suelen tener unas expectativas muy altas de sus películas.

Los distribuidores y los exhibidores no quieren seguir asumiendo riesgos con unas películas en las que no recuperan la inversión. Para intentar solucionar parte del problema, el

CNACC diseñó en 2016 un nuevo estímulo para los distribuidores, con el que reciben un apoyo para la distribución en ciudades intermedias, donde muchas veces las películas nacionales no llegan. Más adelante se podrán evaluar los resultados de esta nueva medida. Lo que se podría esperar es que muy pronto distribuidores y productores tengan un alivio, ya que no tendrán que volver a pagar lo que corresponde al *Virtual Print Fee* (VPF) a las salas y podrán invertir este dinero en la distribución y la promoción.

La exhibición

Uno de los temas de discusión recurrentes en la industria suele ser la necesidad de establecer una cuota de pantalla. Hay opiniones encontradas al respecto, porque existen muchas dudas sobre su pertinencia y efectividad. Difícilmente los exhibidores estarán de acuerdo con la cuota, menos cuando el cine nacional tiene un mal desempeño en la taquilla. Para algunos directores y productores nacionales, el exhibidor saca de cartelera muy pronto la película, sin darle una oportunidad al público de asistir a salas. La realidad es que ahora hay más películas en cartelera, tanto colombianas como internacionales, y que unas desplazan a otras, salvo los éxitos taquilleros, que son lo que logran permanecer más semanas. Los exhibidores no quieren mantener más de la cuenta una película que

saben que no tendrá más público y que no funcionará en cartelera.

En el negocio de la exhibición lo más importante es el fin de semana de estreno. Si la película logra un 30% menos de asistencia en el segundo fin de semana, es un resultado muy bueno; si tiene un 40% o 50%, es relativamente normal; si tiene un 70%, está muy mal. Teniendo en cuenta la baja promoción que suele tener una película colombiana, difícilmente logrará un buen promedio de asistencia en el primer fin de semana. En esta industria el tiempo de una película en cartelera no garantiza el éxito en taquilla. Si le va mal, impacta al exhibidor y el FDC recauda menos ingresos. Otro de los problemas ha sido que la exhibición ha estado concentrada en unas ciudades y en unos estratos más altos. Las clases de estrato socioeconómico más bajo no tienen el mismo acceso a las entradas de cine. El Ministerio de Cultura está elaborando una propuesta con la industria para trabajar un plan para la cultura, en el que se pueda subsidiar parte de los ingresos a los eventos culturales. En el sector del cine sería la primera prueba piloto.

Cabe preguntarse si la solución es la cuota de pantalla y la intervención del Estado en el negocio de los exhibidores o si los instrumentos de fomento deberían apuntar a fortalecer una red de salas alternas para poder enfrentar el poderío comercial de Hollywood,



I Dibujo sobre render del plano de lo que será la nueva Cinemateca de Bogotá, una política pública que contribuye entre otros al fortalecimiento de las salas alternas [nota de ccc]. Archivo: Cinemateca Distrital.

que acapara el mercado, y para que las películas colombianas no solo compitan entre ellas, sino con el resto de producciones independientes. También hace falta innovar en el negocio de la exhibición y la circulación y pensar en cómo apoyar a las películas para que puedan presentarse en televisión y plataformas digitales sin tener que pasar necesariamente por las salas de cine. Así como no todas las películas son para todos los públicos, no todas las producciones son para estrenarse en salas.

La formación de públicos y las nuevas plataforma

Ante la ausencia de una gran producción de cine nacional, el público colombiano se alfabetizó visualmente con la televisión: aprendió de su gramática, sus ritmos y dramaturgias. Los contenidos de la televisión contribuyeron

en la generación de identidad(es) y a la construcción como nación. Cuando en 2003, finalmente, surge la ley de cine y se impulsa la cinematografía nacional, se produce también una revolución con la llegada de Internet, que impactó las industrias creativas y culturales. Las múltiples plataformas y los dispositivos han permeado el ámbito público y privado y permitido que los contenidos puedan verse en cualquier momento y en cualquier lugar. Las nuevas tecnologías dan variadas opciones, no solamente para el acceso a películas y series de todas partes del mundo, sino también para que cualquier persona se convierta en un creador de contenidos. Habría que preguntarse si este consumo digital ha incidido en que el público haya dejado de ver cine nacional y las películas menos comerciales en las salas. Pero resulta contradictorio que el número de espectadores en teatros haya aumentado. Una hipótesis puede ser que el público esté consumiendo un cine de gran formato y de aventura en salas, donde asiste al teatro para tener una experiencia lúdica y de entretenimiento, y que no le interesen los escenarios más reflexivos.

No cabe la menor duda de que apenas estamos empezando a vivir el impacto del desarrollo digital. Muchos de los llamados *nativos digitales* crecen viendo películas y series internacionales vía Internet, pero también consumen otro tipo de contenidos, como los videojuegos y los videos de *youtubers*

y *gamers*, que cada vez ganan más adeptos. Su manera de leer y acceder a la pantalla es otra. Están construyendo otras narrativas y viendo otras estéticas, lo que inevitablemente impactará la producción, el consumo e incluso la identidad nacional.

Frente a una sociedad cada vez más digital y ante la proliferación de plataformas *Over The Top* (OTT), el Ministerio de Cultura de Colombia implementó una iniciativa para responder a estas nuevas formas de consumo, distribución y circulación, junto con otros seis países latinoamericanos: con recursos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID): creó la plataforma Retina Latina. Esta ventana en Internet tiene el objetivo de hacer circular de forma gratuita largometrajes, cortos y documentales. Pero una vez se acabe la financiación del BID, el problema que enfrentará esta plataforma en el corto y largo plazo será su sostenibilidad. Le corresponderá, entonces, a los gobiernos el sostenimiento, adquirir los derechos de las películas y financiar la promoción. Ojalá comprendan la importancia de Retina Latina como una herramienta muy útil para la formación de públicos y para ofrecer contenidos alternativos e incluso películas que no se estrenan en cartelera. El Ministerio de Cultura podría gestionar alianzas con otros ministerios, como el de Educación y el de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), para que se unan y fortalezcan

esta iniciativa. En el caso del de Educación, porque puede ser un instrumento muy potente para llegar a unos niños y jóvenes cada vez más audiovisuales; en el de las TIC, porque hay que dotar de contenidos propios a esas carreteras tecnológicas que está construyendo y fomentar así la industria nacional de contenidos (producciones audiovisuales, aplicaciones, videojuegos, etc.).

Varios países hispanoparlantes cuentan con plataformas OTT propias, como es el caso del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) y del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) de Argentina y Chile. Este último lanzó su plataforma con documentales *online* y ofrece una perspectiva diferente. Su propósito es llegar a las aulas de los colegios y disponer de unas fichas pedagógicas para que los profesores las utilicen con los documentales. La plataforma chilena busca la formación de públicos desde edades tempranas y la circulación de contenidos nacionales que generen identidad y reflexión.

Ante la proliferación de estas plataformas, dados el gran esfuerzo que demandan sus sostenimientos y la competencia de jugadores como Netflix y otros tantos que seguramente muy pronto entrarán en la región con grandes presupuestos para producción original, cuyas autoridades cinematográficas deberían pensar en unirse y tener una sola ventana.



Imágenes de proyectos ganadores de la convocatoria Crea Digital 2016 del MinTIC. "Capitán Butrón" y "Juani&Gatón".

Hacia una nueva ley de contenidos y la construcción de unos nuevos instrumentos

Hemos repasado parte de la historia de los instrumentos del Estado, la importancia del cine y del audiovisual en la construcción de identidad y los problemas y retos que enfrenta la industria cinematográfica en Colombia por el impacto de Internet, de las nuevas tecnologías y de los mismos instrumentos. Las cifras





Foto fija de la serie web **Adulto contemporáneo** (Federico Barragán y Juan Camilo Rodríguez, 2013-). Archivo: Dirty Kitchen.

muestran que el público asiste menos a cine para ver producciones nacionales. Las salas se han transformado en espacios no solo para proyectar cine, sino también ópera, teatro, ballet, conciertos y exposiciones internacionales. Ya no importa si un contenido se ve en celular, computador o una consola de juegos. En algunos casos, niños y jóvenes prefieren los videojuegos o los videos de los *youtubers* o *gamers* a los contenidos narrativos del cine o la televisión. No les importa descargar o ver cine y televisión *online* de forma ilegal, porque para ellos es una conducta normal. Lo

pirata no existe. Y además, muchos jóvenes son ahora productores de sus propios contenidos que cuelgan y comparten en Internet y a través de sus redes sociales.

La televisión abierta nacional pierde cada vez más audiencia frente a la televisión por cable o a las plataformas OTT, que tienen una gran oferta de series y películas y ofrecen sus contenidos para ser visualizados en cualquier momento y en cualquier lugar. Los contenidos internacionales de las series se acercan cada vez más al formato cinematográfico, con directores y actores provenientes del cine que ahora quieren participar en estas series. La tecnología ha democratizado la circulación de contenidos, aunque también se ha incrementado la brecha de oportunidades entre los que tienen acceso a Internet y a equipos y los que no. Las salas, las producciones y las escuelas de cine siguen estando circunscritas a las grandes ciudades. La región queda por fuera de la narración audiovisual, salvo cuando es contada por directores del centro que salen a la periferia.

Como ya se ha mencionado, el Ministerio de Cultura y Proimágenes han hecho un gran esfuerzo en los años recientes por fortalecer el cine nacional y mantener una producción sostenida. En este artículo, se han mencionado varios aspectos, sobre los cuales hay mucho que reflexionar y debatir. El nuevo contexto de un mundo convergente, donde los

hábitos de consumo han cambiado, demanda unas medidas drásticas y urgentes.

Ha llegado el momento de pensar en una nueva ley de contenidos mucho más amplia y convergente. Ante el nuevo contexto digital y un público cada vez más desconectado de los contenidos nacionales, la actual ley de cine no es suficiente para responder a los nuevos requerimientos que demandan las audiencias más jóvenes tanto de producción como de consumo. La industria no podrá sobrevivir si no innovamos y nos adaptamos a los cambios que trae la revolución digital. Debemos pensar en las nuevas generaciones y analizar qué instrumentos se pueden implementar para producir nuevos contenidos que lleguen a todas las audiencias y a todos los nichos, sin perder nuestra esencia y nuestra identidad.

Temas y autores de estos Cuadernos de Cine Colombiano

En estos *Cuadernos* contamos con cinco miradas y reflexiones sobre lo que ha pasado con la implementación de leyes y normas de promoción al cine, así como con tres entrevistas que nos ayudan a vislumbrar el momento por el que está pasando la cinematografía nacional y el impacto de los instrumentos del Estado. Lisandro Duque, con su aguda pluma y de forma anecdótica

y regresiva, hace un recuento de las diferentes normativas: desde la más reciente Ley 1556 hasta la Ley 9 de 1942. Andrea Echeverri habla del efecto de los instrumentos del Estado en las tendencias narrativas del cine argumental colombiano contemporáneo. Juan Carlos Romero describe qué ha pasado con el Sistema Nacional de Cinematografía en las regiones. El realizador Jorge Caballero se adentra en las expansiones del cine de lo real y de los nuevos medios, para hacer un análisis de cómo las nuevas tecnologías han impactado las narrativas y los modelos de producción, distribución y exhibición en el documental, y cómo se ha enlazado esto en el diseño de los instrumentos actuales del Estado. Finalmente, Javier Machicado hace un diagnóstico, no tan alentador, de sostenibilidad del sector y describe el problema de la desatención de los públicos, los nichos de consumo, las medidas insuficientes por parte de las entidades y los territorios por conquistar en el sector cinematográfico. Para finalizar, los *Cuadernos* incluyen tres entrevistas realizadas por Ximena Ospina a personas representativas del sector, que nos ayudan a seguir reflexionando sobre los instrumentos del Estado: una entrevista a David Melo, quien ocupó el cargo de director de Cinematografía del Ministerio de Cultura y a quien le correspondió la implementación de la ley de cine. Actualmente Melo es el representante de los productores en el CNACC. En esta entrevista, señala la importancia de



📄 Foto fija de la película, fotograma del documental web y facsímiles del libro del proyecto transmedia **Paciente** (Jorge Caballero, 2016).

hacer una apuesta más ambiciosa por los contenidos convergentes, entre otros temas. Por su parte, Cristina Gallego, codirectora de Ciudad Lunar y una de las productoras más importantes nacionales, nos da un panorama de cómo la ley ha beneficiado el cine que se ha producido y lo que le hace falta. Para terminar, Juan Martín Cueva, viceministro del Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador y exdirector del Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador nos ofrece una perspectiva internacional sobre los instrumentos del Estado en Latinoamérica y su mirada sobre la legislación de Colombia.

Agradezco a los autores y a las personas de la industria que colaboraron en estos *Cuadernos* y también a Adelfa Martínez, Claudia Triana, Felipe Aljure, Munir Falah y Carlos Llano, protagonistas del desarrollo de este sector, que amablemente me ofrecieron su visión. 📄

Filmografía

Aljure, Felipe. **El colombiano dream**. Colombia, 2006, 135 min.

Arbeláez, Carlos César. **Los colores de la montaña**. Colombia, 2011, 94 min.

Barragán, Federico y Juan Camilo Rodríguez. **Adulto contemporáneo**. Colombia, 2013-).

Brancato, Chris, Eric Newman y Carlos Bernard, (creadores). **Narcos**. Serie TV. EE. UU., 2015-.

Busquets, Manuel. **Padre por accidente**. Colombia, 1982, 80 min.

Caballero, Jorge. **Paciente**. Proyecto transmedia. Colombia, 2016.

Guerra, Ciro. **Pájaros de verano**. Colombia, en desarrollo.

Navas, Jorge. **Buenaventura mon amour**. Colombia, en desarrollo.

Nieto Roa, Gustavo **El taxista millonario**. Colombia, 1979, 95 min.



📄 Acto de entrega de estímulos a algunos ganadores del FDC 2005. Foto: Carlos Mario Lema. Archivo: Mincultura.



📄 Reunión de jurados del FDC 2016. © Proimágenes Colombia. Archivo: Laboratorios Black Velvet. Foto: Sergio I. Rodríguez.



Tras y post-escena de las leyes de cine en Colombia

► CUADERNOS DE CINE COLOMBIANO 26-2017 NUEVA ÉPOCA

Tras y post-escena de las leyes de cine en Colombia

Backstage and Post-scene of Cinema Legislation in Colombia

Por Lisandro Duque Naranjo

Palabras clave: Ley 1556 de 2012, Ley 814 de 2003, sobreprecio, Compañía para el Fomento Cinematográfico (FOCINE), Academia Colombiana de Artes y Ciencias Cinematográficas (ACACC), Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC).

Resumen: el artículo presenta un relato regresivo sobre los instrumentos del Estado colombiano para el fomento del cine desde la mirada y experiencia de Lisandro Duque Naranjo, quien desde varios lugares de la gestión, la producción, la dirección y la formación ha vivido y observado los procesos y los efectos de estas normativas. Su recorrido empieza por la más reciente Ley 1556 de 2013, luego va a la Ley 814 de 2003 o ley de cine, continúa con la Ley de Sobreprecio de 1973 y finaliza con la Ley 9 de 1942. Así mismo también pasa por el lugar de algunas instituciones en este proceso.

Keywords: Act 1556 of 2012, Act 814 of 2003, overprice, *Compañía para el Fomento Cinematográfico* (FOCINE), Colombian Academy of Motion Picture Arts and Sciences (ACACC), National Council of Cinematographic Arts and Culture (CNACC).

Abstract: In this article, Lisandro Duque Naranjo recalls the background of the instruments used by the Colombian state for the promotion of cinema from the perspective and experience of one who has lived and observed the processes and the effects of these regulations from various management, production, management, and training positions. His account begins with the most recent law, Act 1556 of 2013, followed by Act 814 of 2003 or "Cinema Act"; then, the author presents the Overprice Act of 1973, and finishes with Act 9 of 1942. He also covers some institutions in this process.

La Ley 1556 de 2012 de Coproducciones

En su redacción inicial, antes de ser presentado al Congreso, el proyecto de la que después habría de ser la Ley 1556 de 2012 hablaba de “promover la buena imagen del país”. Era posible que, presentado en esos términos por el gobierno, el proyecto de ley fuera aprobado. Quien mayor empeño ponía en que la expresión “buena imagen” permaneciera en el encabezado del proyecto era el viceministro de Comercio, doctor Óscar Rueda. Por su parte, las autoridades cinematográficas, con la ministra de cultura, Mariana Garcés, a la cabeza, sabían que, de no alterarse esa frase, la ley, aunque terminara aprobándose, sería inocua: ningún inversionista extranjero iba a acogerse a las subvenciones que ofrecía —devolución de buenos porcentajes en los costos de hotelería, transporte, alimentación y servicios—, si solo era para filmar películas sobre la belleza del paisaje, del que los colombianos solemos pensar que es el mejor del mundo, como si todo paisaje no fuera único, lo que quiere decir que en doscientos países hay doscientos paisajes únicos, cada cual bello a su manera. El espectro de temas, pues, abordable por las coproducciones internacionales que supuestamente se interesarían en filmar en Colombia, resultaría muy limitado: orquídeas, café, cumbres nevadas, etc. Coca

no, porque eso dañaría la “buena” imagen del país. Y, desde luego, también algunos componentes conexos a esa planta estigmatizada quedarían vetados como temas de películas: secuestros, rescates, narcos, paracos, raspachines, guerrilla, etc. La ley, con esos limitantes, no iba a traer aquí a nadie.

Alguna vez yo había dicho, en una discusión informal, que el cine y el arte en general se nutrían preferencialmente de las grandes tragedias. Que hacer cine sobre la felicidad y la buena vida era una causa perdida y que los temas realmente atractivos eran sangrientos o, por lo menos, llenos de conflictos: *Romeo y Julieta*, *Madame Bovary*, *Crimen y castigo*, etc. Muertos, peligros, intrigas... y, en algunos casos, desde luego, dramas íntimos, sinuosidades psicológicas, sufrimiento, etc., que en todo caso no reclaman de un paisaje cultural cafetero, una escenografía orquídeológica o un paraje de nieves perpetuas. Y que además todo esto se puede obtener en otros países.

Alguien me escuchó esa obviedad —o, si lo quieren, esa apología de la zozobra como materia prima del arte— y pensó que yo sería digno de ser escuchado, como mínimo, por el viceministro de Comercio. A ver si lograba convencerlo de que retirara del proyecto de ley de coproducciones la bendita expresión esa de “promover la buena imagen del país”. De dejarla aunque fuera en promover la imagen del país, sin el “buena”. Como yo era, además,

el presidente de la Academia Colombiana de Artes y Ciencias Cinematográficas (ACACC), era quizás la persona adecuada para exponer en la Comisión Sexta del Senado al respecto. Y me invitaron, y fui a esa reunión, que sería definitiva para la esa ley. Comencé mi disertación contando una escena de la película **Frenesí** (1972) de Alfred Hitchcock: aquella en la que dos londinenses conversaban en un *pub* sobre la cantidad de turistas que estaban llegando a la ciudad, atraídos por la fama que le estaba dando el asesino en serie que había estrangulado con corbata a varias mujeres, cuyos cadáveres arrojaba después, desnudos, al Támesis. “Los turistas están invadiendo Londres con la ilusión de encontrarse una víctima de Jack, el Destripador en cada esquina”, decía, en tono victoriano, uno de ellos.

Aproveché para decir también que la gran literatura, verbigracia, *La Ilíada* de Homero, era un relato sobre un autosecuestro motivado en el amor, el de Helena de Troya, que provocó una guerra de diez años. Es probable que haya agregado algo en el sentido de que si en el Reino Unido de los años setenta del siglo XX, o en la Grecia de ocho siglos antes de Cristo, hubiera existido para el arte la restricción de referirse a asuntos violentos, ni **Frenesí** de Hitchcock, ni *La Ilíada* de Homero habrían sido posibles.



Imagen de **Los 33** (Patricia Riggen, 2016), película chileno estadounidense beneficiada por la Ley 1556 de 2012, la cual parte de su rodaje fue realizado en Nemocón, Colombia, desde la gestión de la productora Dynamo [nota de ccc].

Después aludí al hecho de que Colombia, como escenario fílmico, causaba interés entre productores de afuera principalmente por su imaginario bárbaro, lo que posiblemente daría lugar a muchas películas sobre mercenarios, aventureros, rescatistas, desaparecidos e insurgentes. Y que hoy en día, o quizás nunca, ha habido apremio de nadie por hacer películas sobre dos océanos muy azules y bonitos en los que no ocurra ningún drama. En cuanto a las orquídeas o el café o los picos nevados, pues mucho menos, salvo el nevado del Ruiz, que atrajo mucho morbo fílmico solo por haber hecho desaparecer un pueblo, Armero, y causar 27 mil víctimas.

A mí, en realidad, como cineasta, no me convenía esa ley, pues siendo apenas guionista y director —experticias locales que las coproducciones internacionales no contratan—, pero mi deber como presidente de la ACACC era





Foto de rodaje de **María, llena eres de gracia** (Joshua Marston, 2004) Foto: © 2004 New Line Cinema. Fuente: IMDb. En línea.

lo persuasivo, u oportuno, de mi retórica, con Homero y Hitchcock de mascarones de proa, contribuyó a que el trámite no se dilatará más. Y creo que esa misma semana desapareció del proyecto de ley el estorbo de la expresión “buena imagen”. Y a filmar, a filmar, se dijo.

Recientemente se habían abstenido de filmar en Colombia grandes producciones americanas, como **Prueba de vida** (Taylor Hackford, 2000), con Russell Crowe y Meg Ryan; **Daño colateral** (Andrew Davis, 2002), con Arnold Schwarzeneger (ambas sobre secuestros por negociarse o resolviendo el asunto con rescates cruentos), y **María, llena eres de gracia** (Joshua Marston, 2004), con Catalina Sandino, una historia sobre una colombiana ingestada con cocaína para llevar a Nueva York. Las tres “ocurrían” en Colombia, pero sus rodajes eludieron nuestras locaciones y se las arreglaron en selvas y ciudades de países cercanos. Quizás no fue tanto por carencia de los incentivos que la Ley 1556 implementaría pocos años después —en alto grado inspirados por las altas inversiones que significaron las dos primeras películas—, sino por razones de seguridad, pues, de haberse filmado acá, con un conflicto armado en alza durante los ocho años de la “seguridad democrática”, esos rodajes no hubieran sido viables. Y los guerrilleros reales no hubieran sido muy colaboradores.

favorecer al 90% de afiliados, esos sí profesionales del sonido, las luces, las cámaras, la dirección de arte, etc., que tenían muy fundadas expectativas en la promulgación de la misma. “Me convenció más fácil Lisandro en 15 minutos que la ministra de Cultura en 6 meses”, fue lo que les dijo a todos el doctor Rueda. La ministra me hizo un gesto cerrando el puño y dejando el pulgar hacia arriba.

Independientemente de mi breve discurso sobre las corbatas londinenses y la guerra de Troya, esa ley hubiera terminado aprobándose, porque el viceministro de Comercio estaba muy interesado en causar impacto en el sector hotelero y turístico, pero quizás

Al mes exacto de aquella sesión de la Comisión Sexta del Senado, ocurrió el lanzamiento de la Ley 1556 en el palacio presidencial. Mucho boato, mucho *suchi*, langostino y champaña de la buena. Concurrí, como se dice, no preparado para la ocasión, es decir, con pantalón de dril y una chamarra para el frío. Si me ponen a hablar, pensé, como presidente de la ACACC, subo al atril con esa ropa de cineasta, y listo. Pero ni se dignaron llamarme: quienes hablaron por los cineastas fueron Manolo Cardona, con corbata a la moda y, como dice Rafael Pombo, literalmente “con chupa de boda”, pues el presidente de la república aprovechó el acto para anunciar el próximo enlace de una sobrina suya con el actor. Y para que todo fuera más casual, le dijo a este, delante de mil personas, que alistara su virtuosismo actoral, pues en breve formaría parte del elenco de un “Don Quijote” español que se filmaría en Boyacá con las subvenciones de la nueva ley, la 1556 de 2012. No aclaró si haría el papel del caballero de la triste figura o el de su fiel escudero. Eso está por verse aún.

Después habló a nombre de los productores —podía hacerlo, pues era quien los representaba en el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC)— la señora Paula Jaramillo, quien no había estado en las discusiones preliminares y menos —por fortuna— en la de la Comisión Sexta. Refiriéndose a que vendrían ríos de leche y miel para

los cineastas colombianos, ejemplificó con los músicos —estaba allí la Orquesta Sinfónica de Colombia— y dijo que “la música es tan importante para las películas, que Alfred Hitchcock —otra vez el viejo, qué vaina— filmó la escena de la bañera de **Psicosis** (1960), nada más que para ponerle imagen a la música que la acompaña, que ya estaba compuesta”. La versación de los concurrentes aguantaba esa herejía de la heredera de hamburguesas El Corral.

Estaba a mi lado Alejandro Ramírez, músico sinfónico de varias piezas para películas colombianas y director de orquesta, además, a quien le habían advertido que él dirigiría en esa gala la Orquesta Sinfónica de Colombia, con música de varias películas nacionales. Pero qué va, lo dejaron ahí tan sentado como a mí. El concierto de la Sinfónica, a la que dirigió un músico extranjero del *staff* de Mincultura, alcanzó a tener en repertorio un pedazo de música de **La estrategia del caracol** (Sergio Cabrera, 1993) y quizás de otra colombiana, que no recuerdo. Pero el resto de partituras, en proporción apabullante, fue de películas americanas, terminando todo en un crescendo muy épico que mostraba a Supermán empuñando la bandera americana, que tremolaba airosa cerca a Kriptón, mientras el planeta tierra se veía por allá chiquito en el espacio, y Colombia en él más pequeña aún. Los mil terrícolas extasiados del Palacio de Nariño aplaudieron arrobados.

La Ley 814, de cine, de 2003

La Ley 814 de cine de 2003 —es decir, de nueve años antes que la Ley de Coproducciones 1556 de 2012— no tiene, supuestamente, nada qué ver con esta última, y los cineastas que aplican a ella se acogen a incentivos muy distintos. Pero ellas se encargan de amalgamarse en su práctica, y no para bien, dejando la parte del león para la 1556. Y no por la normatividad, que digamos es escueta y neutra, sino porque sobre la marcha el mercado, ese intruso, hace espontáneamente de las suyas: en 2014 filmé una película con parte de recursos de la Ley 814, **El soborno del cielo**, (2016) en Honda. Tuve la intención de contratar, luego de un *casting* a más de cien aspirantes para uno de los papeles protagónicos, a un actor de televisión más o menos reconocido, pero el hombre me dejó en vermos, no pasando más al teléfono, e intuyo que a causa de que la tarifa nacional, que era honrosa, no resultaba muy competitiva con las que deben ser usuales en las coproducciones de la Ley 1556, desde luego para los papeles secundarios que suelen dárseles a los miembros de nuestro *star system*.

Con la hotelería ocurrió igual: los hoteles de Honda nos cobraron lo mismo que a los huéspedes que llegan allí por Ley 1556. Debo suponer que como a los coproductores internacionales se les reintegra el 20% de los

costos de hoteles, hay un margen de sobre-facturación en las tarifas que quedó por ahí como un boquete secreto bastante lucrativo.

Con los operarios técnicos debe estar pasando lo mismo y, por supuesto, en mi película ocurrió: para las producciones “domésticas” de Ley 814, piden tarifa internacional, modelo 1556, y, si acaso se transan por una cuantía menor, lo hacen sentir a uno como si le estuvieran dando un mendrugo. Pero, eso sí, “bajan la cuchilla” de las luces a las 6 p.m., aunque a esa hora todavía falte filmar un plano imprescindible para la película, y acabar de cumplir el plan de rodaje de ese día.

Ahora, en este 2016, cuando los actores, y muy pronto los técnicos, están exigiendo a las películas de la Ley 814 una cuota altísima de obligatoriedad en la contratación: el 90% de actores —eso está en discusión, y talvez la bajen unos puntos, ¡gracias, gracias!, aunque no por eso deje de haber intervencionismo estético—, les tocará a Mincultura y Proimágenes incrementar en muy alta proporción las partidas que se les adjudicarán a las películas que ganen las convocatorias. Porque, además, hay pedidos de reducción de la jornada laboral, como quien dice, que los actores también bajarán la cuchilla a las seis p.m. En realidad, los actores están equivocados en su propuesta reivindicatoria, golpeando apenas en la ceja herida de las películas hechas con subvención estatal —con

índices muy por debajo del punto de equilibrio en la venta de boletas—, cuando en realidad sus energías debieran estar puestas en productos de talla industrial, verbigracia, la superproducción “33”, beneficiaria de la Ley 1556. Igualmente, ese fervor sindical debiera apuntar a los grandes canales de televisión, cuyos productos audiovisuales tienen una rentabilidad asegurada. Se está tratando, pues, al cine nacional, como una industria, lo que sin duda no es. Al menos no las películas de la Ley 814 que, cuando se estrenan en salas, también los exhibidores les bajan la cuchilla, lo que ha causado que mínimo un 90% de ellas resulten ruinosas.

Ese número 90 tiene su fucú, porque es el mismo porcentaje que las salas de exhibición le aplican a la favorabilidad mínima a una película para que pueda continuar en cartelera. Recuerdo que, como director, y parcialmente productor —la productora titular es Anaís Domínguez— de la película **El soborno del cielo** (estrenada el 17 de marzo de 2016), fui a verla en una sala muy popular: la del multiplex del centro comercial Titán, y tuve el agrado de ver casi vendida en su totalidad la silletería. Al final, sin embargo, fui a hablar con el gerente del multiplex, digamos que para congratularme con él y esperar sus felicitaciones, pero eso no ocurrió: el hombre me dijo que esa era la última función de la película en su sala. “¡Pero si estaba casi llena!”, le dije,



Foto de rodaje de **El soborno del cielo** (Lisandro Duque Naranjo, 2016).

a lo que me respondió: “sí, pero ha tenido una favorabilidad de apenas el 70%”. “¿¿Apenas?, ¿le parece poco 70%!?” “En política será muy bueno el 70, pero en una película es fatal”, me dijo con un pragmatismo de carnicero que no le rebaja un centavo al kilo de chatas.

A la Ley de cine 814 de 2003 no le conozco mucho su trasescena, pues por entonces estaba muy marginado del gremio cinematográfico. De modo que de ella apenas sé que le puso la firma el presidente Álvaro Uribe, un hombre que públicamente había dicho que la última película vista en su vida fue **El llanero solitario**¹, o sea, cuando estaba niño, por allá en la década de los sesenta. Me imagino, por lo tanto, el trabajo de persuasión que debieron poner en marcha, para convencerlo, la directora de Proimágenes, Claudia Triana, y la ministra de Cultura, María Consuelo Araújo. Por oídas, y sin que me conste, en su

►1• Hay varias producciones cinematográficas de este personaje ficticio, creado por el escritor Fran Striker, pero probablemente la referida puede ser **El llanero solitario (The Lone Ranger)**, Stuart Heisler, 1956) o la **Leyenda del llanero solitario (The legend of the Lone Ranger)**, William Fraker, 1981) [nota de ccc].

redacción como que participaron Claudia Triana, Felipe Aljure y Jaime Osorio, cineastas los dos últimos, y un tercero, abogado, experto en esos trajes de la gestión cultural: Gonzalo Castellanos. Se les agradece.

Importante señalar que la Ley 814 es tardía y que el Estado colombiano se la debía al cine colombiano desde muchos años atrás. Al promulgarse, en el 2003, ya había en Colombia, como producto del desarrollo de la tecnología audiovisual, bastantes cineastas potenciales, pues las cámaras digitales y la cultura informática eran altamente accesibles. Se filmaba hasta desde un teléfono. De modo que las convocatorias del Ministerio de Cultura, para adjudicación por concurso de subvenciones a los largometrajes, contaron desde sus comienzos con aspirantes a granel. La narración con imágenes en movimiento se democratizó. Quizás algo más: se masificó.

Además, ya empezaba a colapsar mundialmente el cine en formato analógico: el negativo con soporte químico, las cámaras para película virgen perforada, los laboratorios de revelado, las moviolas, etc. se convirtieron en reliquias, a las que solo unos escasos devotos de la textura visual “antigua” acudían. La Kodak se extinguió. La Arri pasó a mejor vida. Dejándome llevar de ese clasicismo, y rehusándome a “grabar” en formato digital,

filmé mi película **Los actores del conflicto** (2008) en 2005, en super 16 milímetros, para después ampliar a 35 milímetros. Todavía en las salas se proyectaba cine propiamente dicho. Pero en mi cuarto de san alejo, guardo todavía más de cincuenta latas de esa película, algunas nuevecitas, todas improyectables, que no tengo dónde botarlas, porque son basura tóxica.

La Ley de sobreprecio de 1973

(Aunque tal vez no es una ley, como se le dice, sino apenas un decreto presidencial).

Yo me inicié como cineasta por accidente. Como entre 1969 y 1973, mis años de estudiante de antropología en la Universidad Nacional, ejercía también como “crítico” de cine en el *Magazín Dominical* de *El Espectador*, y además durante mis años universitarios, e incluso después de ellos (cuando fui expulsado de la U por “agitador” y no alcancé a terminar el penúltimo semestre) fui cineclubista, esos oficios sirvieron para que un productor neófito, pensara que yo sabía de cine y que por lo tanto podía escribir y dirigir un cortometraje. Me llamó, entonces (se llamaba Ernesto Ardila), y me contrató como realizador. Acepté de puro descarado. Como yo soy negado para los oficios manuales, pues

ni una cámara sé manejar ni una grabadora, no tenía más opción que dirigir. Menos mal que escribía y contaba con algunas ideas para convertirlas en guion —de documental, por supuesto—, y me aventé. Camarógrafos había pocos en ese entonces, y tuve la fortuna de contar con uno, Hernando González, del que aprendí bastante sobre el lenguaje filmico.

Esto fue posible porque había salido una ley, llamada del “sobreprecio”, bajo el gobierno de Misael Pastrana Borrero, que obligaba a los exhibidores de películas internacionales —norteamericanas, mejor dicho— a exhibir un cortometraje nacional, de 12 minutos, antes de la proyección del largometraje extranjero. Esa ley abrió un mercado súbito de 80 cortometrajes por año, los que tendrían derecho a un sobrecosto en la taquilla. Para tan patriótica norma, solo había un problema: que en Colombia, en ese entonces, había, si mucho, ocho cineastas, graduados algunos en escuelas internacionales y otros muy activos en realización de cuñas publicitarias o documentales para televisión.

Y, obviamente, ni que fueran genios, ellos no alcanzaban a producir tanto: diez cortos cada uno, por año. Se dieron, entonces, una cantidad de inversionistas súbitos a la tarea de encontrar también directores repentinos. Los buscaban hasta debajo de las piedras: que si aquel pinta, algo deberá saber de cine. Que si



Fotograma de **Los actores del conflicto** (Lisandro Duque Naranjo, 2008).

fulano escribe, alguna película se le ocurrirá. Que si perencejo es publicista, y si zutano es periodista, etc., etc. Y empezó una migración forzada hacia ese cine de emergencia, de profesionales de otras artes y disciplinas. Algunos se quedaron de por vida en el cine, no la mayoría, que se escapó a tiempo.

Y ahí caí yo en esa redada, por cineclubista y por “crítico”. Bueno, y además por ser pichón de antropólogo. Y me tragué mi propio cuento e hice un corto, bastante imperfecto, llamado **Favor correrse atrás** (1974) sobre el transporte en Bogotá. Y funcionó: le gustaba al público, que lo aplaudía. Y, encima, ganó una Catalina en el primer concurso de cortometrajes colombianos en el Festival de Cartagena. Y me fui volviendo cineasta por sostener el cañazo. Pero esa es otra historia.

La que me interesa contar aquí es la historia de esa ley: yo, que era un marxista



Fotograma de **Favor correrse atrás** (Lisandro Duque Naranjo, 1974) publicado en la revista *Ojo al Cine* n.º 2. Archivo: BECMA.

incipiente —como sigo siéndolo—, escribí para un libro un pequeño ensayo en el que intentaba explicar por qué al gobierno de Pastrana Borrero le interesó promulgar esa ley. Diserté en él sobre el desarrollo de las fuerzas productivas filmicas, sobre la modernización de nuestro precario capitalismo, sobre la existencia en nuestro país de una infraestructura técnica propensa al cine: los laboratorios de 16 milímetros, en blanco y negro, en los que se procesaban las cuñas comerciales y algunos documentales para los noticieros de televisión, pues el *video tape* apenas daba sus pinitos, etc. Y sí, algo había de eso en el país. Pero no en estado puro. Y la prueba es que apenas había ocho directores de cine, y los cortometrajes que auspiciaba esa ley eran en 35 milímetros y a color. Mi ensayo resultaba entonces algo grandilocuente y optimista.

Un amigo mío, Hipólito Hincapié, periodista de la vieja guardia, me reveló la verdad

de por qué Pastrana promulgó esa ley: lo visitó en palacio don Santiago Mejía, presidente de Cine Colombia, quien tenía un hijo, Jairo, “a quien le dio por estudiar dizque producción de cine en Roma, hágame el favor, presidente...”. Como don Santiago había contribuido con alguna plata en la campaña de Pastrana, este, ya presidente, le dijo: “¿Y cómo en qué pudiera ayudarle, don Santiago?” “Pues necesitaría una ley que me permitiera poner a trabajar a ese muchacho. Algo que nos hiciera obligatorio a los empresarios de la distribución el exhibir cortos hechos aquí e incluso obtener un ingreso adicional. Yo estoy dispuesto, por cuenta propia, a montar un laboratorio a color. Ya hasta nombre le tengo: Bolivariana Films...”. “¿Y eso sí será rentable, don Santiago, a punta de cortos?” —le dijo Pastrana—, a lo que don Santiago repuso: “Yo sí creo, presidente, porque además en ese laboratorio yo podría procesar las copias adicionales de las películas internacionales, que a los exhibidores nos toca importarlas”.

—*No se diga más, don Santiago, ya mismo mando a redactar el decreto. Solo le pido un favor a cambio...*

—*Soy todo oídos, presidente...*

—*Que la gerencia de su laboratorio se la dé a Hipólito Hincapié. Yo le había prometido a él la jefatura de Prensa de palacio, pero, usted sabe, las presiones, me tocó nombrar a Julio Nieto Bernal...*

—*Cuente con eso, presidente. Y gracias.*

Así nació el corto del “sobreprecio”. Solo cuando Hipólito Hincapié me hizo la revelación, 10 años después, sobre lo que motivó el origen de ese decreto proteccionista comprendí por qué los beneficios del mismo duraron tan poco tiempo. O mejor, por qué se desviaron en su integridad hacia el sector de los exhibidores, hasta ahora. Lo que por agua viene, por agua se va: no en vano don Santiago Mejía era alto miembro de la directiva de Cine Colombia, y en varios momentos —verbigracia, cuando visitó al presidente de la república, en 1972—, presidente de esa compañía. Quizás necesitaba, en esos tiempos iniciales, que hubiera bastantes “cineastas”, algo parecido a una comunidad filmica, para darle a su proyecto una legitimidad social. Pero, ya transcurridos tres años del sobreprecio, más o menos en 1976, los exhibidores no se sintieron obligados a compartir con los nacientes productores los porcentajes que el decreto establecía: el 60 y el 40. Y se lo dejaron todo para sí mismos, empezando a producir los propios cortos que exhibían, a muy bajo costo y con una intención estética más baja aún. Esa situación sigue vigente aún, en 2016. Ese empoderamiento empresarial cumple, pues, 46 años, y posiblemente ya se quedó así. Este modelo de apropiación del corto, pensaría yo, es un tráiler —con variables, por supuesto— de lo que está ocurriendo ahora con el largometraje colombiano.

EL DESPRECIO DEL SOBREPRECIO

Durante los meses de septiembre y octubre de 1974, la Universidad Jorge Tadeo Lozano, y concretamente la Facultad de Ciencias de la Comunicación, organizó una muestra crítica de los films colombianos llamados “de sobre-precio”, es decir, films en 35 mms., con preferencia color, que, amparados por un decreto gubernamental, se exhiben como “cortos” antes de los programas comerciales normales, pudiendo, entonces, llegar a un público masivo. La Superintendencia Nacional de Producción y Precios acordó recientemente un aumento en la tarifa del sobreprecio, así: \$2 pesos con 70 centavos para largometraje nacional, y \$2 pesos para cortometraje (si es en color) y \$1 peso con 31 centavos si es en blanco y negro. Se podría deducir que es un tipo de cine “amperado por la ley”, de allí, entonces, que tiene que pasar por una junta de censura, que juegue la posibilidad de ser patrocinado por cualquier empresa, pléguéndose a sus intenciones, a las necesidades de propaganda de instituciones oficiales. Siendo así las cosas es apenas lógico que comerciantes y pseudo-artistas puedan realizar su “opera prima”.

A la muestra asistieron varios de los realizadores. Ya que la invitación de los estudiantes estaba planteada de antemano como “crítica”, se analizaron los films sin enmarcarlos en sus condiciones específicas, y el punto de partida para el análisis era de mucho más altura que los films en sí. Así, a la pregunta de:

Por qué hicieron sus películas?

Se respondió:

- 1) Por mostrar algo.
- 2) Por jugar.
- 3) Hice el guión en 10 minutos.
- 4) No quise decir nada.
- 5) Utilicé un lenguaje grosero dirigido a un público popular.
- 6) Para mostrar la mediocridad de la

clase media.

Ante semejantes respuestas, el público asistente enjuició:

- 1) Es un cine ambiguo.
- 2) Es un cine de pseudo-denuncia.
- 3) Es un cine castrado desde que el realizador hace concesiones a la censura.
- 4) Es un cine a-científico.
- 5) Es un cine que usa un lenguaje pseudo-izquierdizante, siendo la cámara cómplice de una realidad que no cuestiona.
- 6) Es un cine que, al asumir la censura, construye una crítica que se basa en el nacionalismo.
- 7) De este nacionalismo resultan películas financiadas por institutos oficiales y hasta por la Policía Nacional.
- 8) Es un cine que aborda temas políticos sin insertarlos dentro de la realidad (No habla al pueblo; es un “narrador” el que se encarga de contar sus cuñas).

Básicamente, estos fueron los términos en que se movió el debate, que llegó a convertirse en no pocas ocasiones en una especie de asamblea estudiantil, con las pugnas entre diferentes líneas, etc. Pero la pobreza del material exhibido fué corriendo la muestra hacia otra, mucho más interesante, de cine marginal en 16 mms. El debate dejó, de todos modos, una clasificación para los films de sobre precio.

a) Pseudo-denuncia
GAMIN, de Sergio Trujillo
2-8, de Diego León Giraldo.
PADRE DONDE ESTA DIOS?, de Crítica

33
CARTA AJENA, de Diego León Giraldo
YO PEDALEO TU PEDALEAS, de Alberto Giraldo
EL ORD ES TRISTE, de Luis Alfredo Sánchez
LA PATRIA BOBA, de Luis Alfredo Sánchez.
Todas estas películas obedecen a una misma estructura, parecen elaboradas por

Facsímil de la primera página del artículo “El desprecio del sobreprecio” publicado en el número 2 de la revista *Ojo al Cine* en 1975. Archivo: BECMA.

Hubo un momento, en 1991, durante el gobierno de Cesar Gaviria, en que se acumuló, sin pagársela al Estado, una altísima cuantía del impuesto del sobreprecio —nada qué ver con los porcentajes para “productores” y exhibidores, que ya estos habían usurpado—, en poder del sector de la exhibición. Eran como tres mil millones de la época. Como Gaviria



▣ Marta Rodríguez, Lisandro Duque Naranjo y Carlos Mayolo con la revista *Claqueta* editada por la Federación Colombiana de Cineclubes, 1986.

había cerrado la empresa estatal FOCINE, Compañía para el Fomento Cinematográfico, esa plata no tenía, como suele decirse, doliente alguno, y se quedó sin cobrar.

Muchos años después, exactamente en el 2002, en una reunión informal en casa de una amiga conocí a Rudolf Hommes, quien había sido, durante el cuatrienio gavirista (1990-1994) ministro de Hacienda. Y no resistí la tentación, luego de un rato, de preguntarle “por qué, doctor Hommes, el gobierno de Gaviria dejó perder esa plata”, a lo que él me respondió: “No me digas ‘doctor’; dime ‘Ruddy’, a secas. Y en cuanto a esa deuda, no le echas la culpa a Gaviria: esa deuda la condoné yo. Y fui yo quien cerró FOCINE”. Suficiente ilustración.

El sobreprecio logró crear un espejismo de incentivo estatal al cortometraje. Esa dicha duró dos o tres años, que alcanzaron para que unos pocos cineastas profesionales, y algunos autodidactas, entre los que me cuento, hicié-

ramos —sumándolos todos— no más de una veintena de cortos más o menos meritorios y con cierto impacto entre los espectadores. El resto, incluyendo los que todavía se hacen, que son centenares desde sus inicios, son por cuenta de los exhibidores, principalmente de Cine Colombia, empresa que a lo largo de todos estos años, y desde sus orígenes, cuando se quedó con el embrionario circuito de los Di Doménico, ha tenido un crecimiento desmesurado, que sería loable de no ser en alto grado a costa de la cinematografía nacional.

Mientras duró la presencia de cineastas independientes, que los hubo, aunque éramos muy pocos, en la provisión de cortos de sobreprecio —es decir, entre 1973 y 1976—, se animó la discusión cultural, política e ideológica, entre quienes hacíamos ese cine de 35 mm, a color, que circulaba por pantallas comerciales, a quienes se nos tildaba, en el mejor de los casos, de ilusos, y quienes alentaban la tendencia por un cine militante y narrativamente ambicioso, en 16 mm y blanco y negro, que contaba con creadores como Carlos Álvarez, Jorge Silva y Marta Rodríguez. También Mayolo, con su heterodoxia, formaba parte de esos contestatarios. Creo que al final terminaron ellos teniendo la razón.

La Ley 9 de Cine de 1942

Fue la primera ley de cine, promulgada durante el gobierno de Eduardo Santos.

Aunque era insuficiente, pues no proveía recursos, rompió simbólicamente la indiferencia del Estado frente a la cinematografía nacional. Y fue fruto de un presidente cosmopolita, con largas temporadas de estadía en París, de donde se trajo a Colombia al cineasta Charles Rioux, para que lo asesorara.

Conocí a *monsieur* Rioux en la década de los ochentas, cuando llevaba sus 40 años de residencia en Colombia. Fui su vecino y amigo en el barrio Pablo Sexto. Ignoro qué aporte puntual le hizo a la Ley 9, y sería justo averiguarlo. Ya nonagenario, no se perdía ninguna asamblea de cineastas, en las que intervenía apasionadamente. Haberse quedado en Colombia por siempre no le sirvió para aprender del todo el español, el que revolvía con su idioma original. Pero hablaba torrencialmente y sus colegas le respetábamos con reverencia el uso de la palabra. Estaba casado con una colombiana e instaló en su apartamento un laboratorio de revelado de material en 16 mm, a color, cuyos ácidos irritaban los ojos de los visitantes y se esparcían por los pasillos del edificio. De cortinas, utilizaba tiras de positivo y de cintas de magnético perforado hasta el piso. Al final, se le confundía la Ley 9 de 1942 con otra, inexistente, una tal Ley 42 de 1909. Pero, a nombre de la que fuera, nos regañaba a sus colegas por pusilánimes en la defensa del cine nacional. ▣

Filmografía

Cabrera, Sergio. **La estrategia del caracol**. Colombia, 1993, 116 min.

Davis, Andrew. **Collateral Damage** (Daño colateral). EE. UU., 2002, 115 min.

Duque Naranjo, Lisandro. **El soborno del cielo**. Colombia, 2016, 133 min.

_____. **Los actores del conflicto**. Colombia, 2008, 100 min.

_____. **Favor correrse atrás**. Colombia, 1974, 10 min.

Fraker, William. **The legend of the Lone Ranger** (La eyenda del llanero solitario). EE. UU., 1981, 97 min.

Hackford, Taylor. **Prueba de vida**. EE. UU., 2000, 135 min.

Heisler, Stuart. **The Lone Ranger** (El llanero solitario). EE. UU., 1956, 126 min.

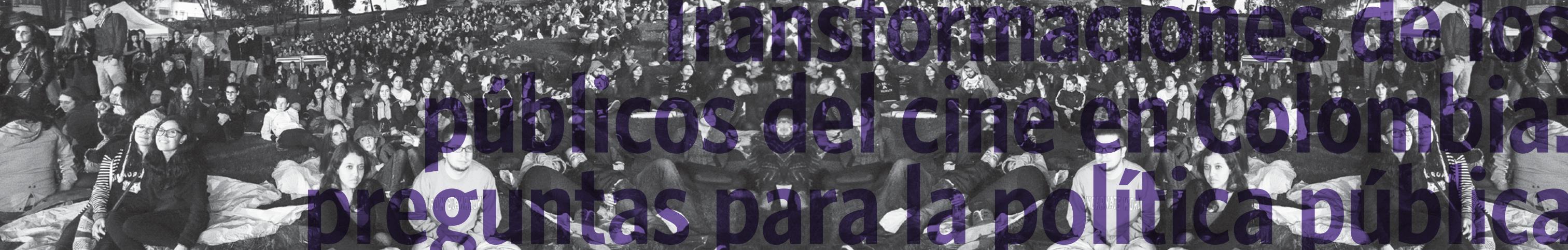
Hitchcock, Alfred. **Frenesy** (Frenesi). EE. UU., 1972, 111 min.

_____. **Psycho** (Psicosis). EE. UU., 1960, 109 min.

Marston, Joshua. **María, llena eres de gracia**. Colombia y EE. UU., 2004, 101 min.

Riggen, Patricia. **The 33** (Los 33). EE. UU., 2015, 127 min.





Transformaciones de los públicos del cine en Colombia: preguntas para la política pública

► CUADERNOS DE CINE COLOMBIANO 26-2017 NUEVA ÉPOCA

Transformaciones de los públicos del cine en Colombia: preguntas para la política pública

Transformations of Cinema Audiences in Colombia: questions for Public Policy

Por Javier Machicado

Palabras clave: consumo audiovisual, mercadeo audiovisual, desarrollo de audiencias.

Keywords: Audiovisual consumption, audiovisual marketing, audience development.

Resumen: las evidencias existentes sobre los públicos del cine y el audiovisual en Colombia permiten concluir que viven una rápida y drástica transformación. Los contenidos en movimiento se consumen ávidamente, de manera cada vez más fragmentada y compleja. Las políticas cinematográficas se han concentrado en el fomento de la producción a la vez que han desatendido a las audiencias. Como resultado, hay un alejamiento entre el cine colombiano de corte más independiente y sus públicos potenciales, con difíciles consecuencias para la viabilidad económica de los productores locales. El presente artículo propone pautas para la implementación de una estrategia de desarrollo de audiencias, que haga parte de la mezcla necesaria de mecanismos de política para cerrar esta brecha.

Abstract: The existing evidence on cinema and audiovisual audiences allows to conclude that they are experiencing a quick and drastic transformation. Contents in motion are consumed eagerly, in an increasingly fragmented and complex way. Film policies have focused on the promotion of production, while at the same time neglecting audiences. As a result, there is a gap between the more independent Colombian cinema and its potential audiences, with difficult consequences for the economic viability of local producers. This article proposes guidelines to implement a strategy for the development of audiences as part of the necessary mixture of policy mechanisms to close this gap.

► 1. Anuario estadístico del cine colombiano 2015, Mincultura. En línea.

El joven marco legal para el fomento de la cinematografía colombiana se suele poner como ejemplo del conjunto de mecanismos idóneos para el fortalecimiento de un sector creativo. Sus resultados indiscutibles han sido el crecimiento sostenido de la producción de cine del país y un puñado de premios en festivales importantes de todo el mundo. Desde una visión de sostenibilidad sectorial, sin embargo, los resultados no son tan afortunados. La mayoría de películas colombianas no trascienden en festivales ni en circuitos especializados ni en salas de cine comercial. Después de terminadas, los productores se enfrentan a escenarios de incertidumbre frente al complejo mundo de las ventanas de comercialización de contenidos audiovisuales. Al tiempo, los mecanismos de fomento son menos eficientes a la hora de acompañar a las producciones en el encuentro con sus mercados potenciales. En el fondo, de uno y otro lado, se hace evidente la casi general desatención a los públicos del cine y un desconocimiento de sus transformaciones. La escasa información existente sobre las audiencias del audiovisual colombiano pone en cuestión la pertinencia de los mecanismos de la política pública hoy en día y las capacidades de los agentes del sector para relacionarse con un mercado ineludible.

El auge del cine entretenimiento

En el corto espacio que va de 2008 a 2015, la asistencia a salas de cine prácticamente se triplicó en el país. En apenas siete años, Colombia pasó de un consumo de cine per cápita de 0,5 a 1,2 películas en salas de exhibición, saltando de 21,5 a 59,1 millones de espectadores, según datos del *Anuario estadístico del cine colombiano* del Ministerio de Cultura¹. Sorprendentemente, no existen análisis que intenten explicar este aumento extraordinario. Podemos, sin embargo, trazar dos tendencias que parecen inseparables de este auge.

A imagen de lo que ha pasado globalmente, la fuerte presencia de las películas animadas y con efectos digitales en las salas colombianas es capaz de movilizar a los públicos, principalmente de jóvenes. Del *top 20* de películas taquilleras en 2015, las animadas fueron nueve y por lo menos seis tuvieron un componente importante de efectos digitales. En el de 2014, 15 fueron películas animadas; y 19 de las 20 películas más taquilleras de 2013 eran animaciones o contenían efectos digitales. Las tendencias se mantienen cuando se miran años anteriores.



▣ Proceso de obra de la nueva Cinemateca de Bogotá, una infraestructura cultural que hace parte de las políticas públicas que le apuntan a mejorar y dar respuestas a las necesidades del sector audiovisual de la capital y del país: cuatro salas, espacio expositivo, biblioteca, mediateca entre otros espacios [nota de ccc]. Foto: Paula Villegas Hincapié.

Los grandes de la industria parecen tenerlo claro: las películas animadas y aquellas cargadas de efectos especiales ofrecen a los *millennials* una forma sencilla y pura de entretenimiento. Por un momento, para quienes resisten su entrada en la vida adulta, no importan los sobresaltos económicos y políticos del país. Siempre es tranquilizador ver películas en las que conocemos el resultado final. Películas en las que no hay ambigüedad moral o incertidumbre. Películas en las que el bueno siempre prevalece. Películas, en fin, tan distintas de la vida real.

Aunque la *Encuesta de consumo cultural* del Departamento Nacional de Estadística (DANE) no tiene series de tiempo suficientemente largas, se puede percibir que los

públicos del cine están rejuveneciendo poco a poco. Así, mientras que en 2008 el 34% del segmento poblacional entre 12 y 25 años iba a cine, más del 48% de este rango lo hizo en 2014². El público de cine infantil, entre 5 y 11 años, creció del 22% al 37% en el mismo periodo. Los públicos más adultos siguen yendo al cine, pero no muestran un crecimiento tan marcado.

Otra correlación evidente es que el crecimiento de la asistencia a las salas de cine está íntimamente ligado a la proliferación de centros comerciales en Colombia. Primero en las grandes ciudades, después en las pequeñas, el país triplicó el número de estas gigantes moles en tan solo una década. Primero, también, en las localidades con mayores

► 2. DANE. *Encuesta de consumo cultural* 2014. En línea.





10 Nuevas salas de cine de Royal Films en Barranquilla. Archivo: Royal Films Corp. La construcción de nuevas salas está amparada también por los “incentivos fiscales de la Ley 397 [para la construcción de nuevas salas] y de la ley del cine [deducciones de la cuota parafiscal por la distribución y exhibición de películas colombianas de largo y de cortometraje]”. Ver en estos mismos Cuadernos entrevista a David Melo [nota de ccc].

► 3 • Cuauhtémoc Ochoa, “De los olvidados del rescate: cines, patrimonio cultural y gentrificación en la Ciudad de México” (Congreso Internacional Contested Cities, 2016). En línea.

ingresos, después en los barrios y municipios periféricos, los centros comerciales dejaron de ser exclusivos. Del estrato social 2 al 6, las moles comerciales hoy congregan opciones para casi todo el abanico socioeconómico en el país.

Allí se ofrece todo tipo de dispositivos para el consumo de una clase media cada vez más holgada. Y los exhibidores no se han dejado coger ventaja. El país saltó de tener 541 salas en 2009, a contar con 935 en 2015. Este espectacular crecimiento ha tenido su explicación no tanto en la llegada de jugadores externos como en el ensanchamiento de los locales. Las inversiones de las empresas exhibidoras en nuevas salas de cine se han multiplicado junto con las de la construcción de centros comerciales.

Asistimos al recambio del modelo de exhibición de cine en el país. La concentración en Bogotá y otras grandes ciudades va cediendo. Bogotá pasó de albergar el 39% de las salas en 2009, al 30% en 2015. En el mismo periodo, los exhibidores pasaron de tener salas en 43

ciudades del país, a 53. Vemos índices claros del cambio de modelo de consumo de cine como lujo en grandes ciudades a la exhibición de cine plural. El cine acompaña el crecimiento de los centros urbanos y la transformación de la clase media colombiana.

Este fenómeno no es exclusivo de Colombia. En Latinoamérica, principalmente los estudios culturales han descrito la transformación de lo que Cuauhtémoc Ochoa llama “la experiencia cinematográfica”,

*que se ha trasladado del centro de la ciudad al centro comercial. Ello ha impactado en la reestructuración urbana y en la redistribución del equipamiento cultural y de entretenimiento en la ciudad. Las nuevas formas de “ir al cine” nos llevan a repensar la relación entre el cine, el espacio público y el centro comercial, no solo en términos urbanos y económicos sino también en términos socioculturales*³.

Podemos convenir que la clase media colombiana ha tenido un crecimiento robusto después del año 2000. Los índices son muy

claros: consumo disparado de automóviles y motocicletas, un sector de la construcción que jalona las economías regionales, crecimiento de las universidades y centros de formación, pues la gente se prepara y quiere ser más competitiva, ante la promesa de un futuro mejor. De manera efectiva, ir a cine se ha convertido en una perfecta opción experiencial y líquida para el entretenimiento de la clase media. El cine entretenimiento como complemento de las horas de esfuerzo de las familias colombianas por solidificar su casa, carro y beca.

Muestras de un acceso fragmentado

A pesar de su espectacularidad, los índices de consumo de cine en salas de exhibición son apenas una muestra parcial de la estructura real de consumo audiovisual de la población del país. Colombia no tiene —ni ha tenido— un estudio medianamente detallado para caracterizar los públicos del cine y del audiovisual. Pero hay índices que muestran que estamos fraccionados entre múltiples ventanas.

En 2012, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), a través de Ipsos Napoleón Franco, realizó

la *Encuesta de consumo digital*⁴ y encontró que el 78% de los colombianos ve películas en DVD, más del doble de los que van a salas de cine. Al tiempo, el 30% de los encuestados veía cine en su computador. Más aún, es posible afirmar que el consumo de películas en formatos digitales no es excluyente del consumo en salas tradicionales. La *Encuesta de cultura digital*, también del MinTIC y contratada al Centro Nacional de Consultoría⁵, muestra que en 2013 el 37% de los usuarios de Internet veía a un mismo tiempo películas en la red y de forma tradicional. Este indicador fue 15 puntos más alto que en 2012, el año inmediatamente anterior, cuando el 22% de los internautas veía cine a la vez en formatos tradicionales y digitales. Aunque la encuesta no se ha repetido, se puede pensar que hoy en día el consumo de cine en salas y en formatos digitales coexisten más que nunca, cuando el 80% de los colombianos tiene algún tipo de acceso a Internet.

Y también hay alguna evidencia cualitativa. En 2011 se realizó un estudio etnográfico sobre los hábitos de consumo audiovisual y percepción del documental web **El charco azul** (Irene Lema, 2013) con la población estudiantil de Quibdó⁶. Los hallazgos mostraron que, pese a la falta de infraestructura, los quibdoseños lograban usar la insuficiente velocidad de conexión a Internet para descargar

► 4 • *Encuesta de consumo digital*, MinTIC, Ipsos Napoleón Franco, 2012. En línea.

► 5 • *Encuesta de cultura digital*, MinTIC, Centro Nacional de Consultoría, 2013. En línea.

► 6 • Javier Machicado, Christian Bitar, Adriana Rubio, *El charco azul: hábitos de consumo y percepción del documental en públicos potenciales, recomendaciones para la estrategia de mercadeo* (Bogotá, 2012, s.p.).

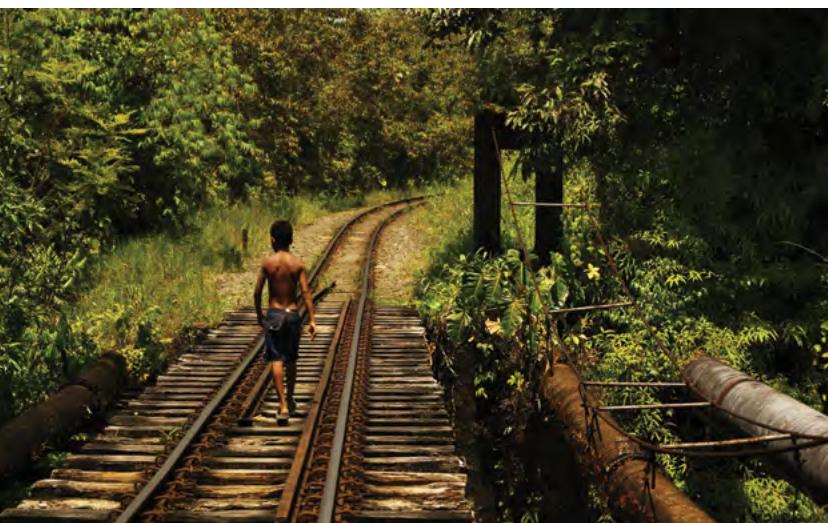


Foto fija de **El charco azul** (Irene Lema, 2013). Foto: Martín Chauvet.

telenovelas, series y películas en línea. Sus hábitos parecían bastante claros: primero surfeaban YouTube, para oír música, ver videos musicales y, también, tráileres de películas. Si alguna de estas películas resultaba suficientemente atractiva, la descargaban después a través de cualquier plataforma de *torrents*. Los *thrillers* y el terror eran asombrosamente populares; películas como **Edge of Darkness** (Martin Campbell, 2010), **Boondock Saints** (Troy Duffy, 1999), **The Blair Witch Project** (Daniel Myrick, Eduardo Sánchez, 1999), **REC** (Jaume Balagueró, Paco Plaza, 2007) comandaban las búsquedas de una breve *webnografía* realizada en el estudio. Pero también se encontraron géneros diferentes, asociados a películas como **Eternal Sunshine of the Spotless Mind** (Michel Gondry, 2004) y **Slumdog millio-narie** (Danny Boyle, Loveleen Tandan, 2008). Sin salas de cine, los estudiantes de Quidbó en 2011 estaban al día con la cartelera más comercial de la industria e, incluso, con algunas películas del circuito independiente.

A pesar de la ausencia de datos continuos y consistentes, es evidente que en Colombia, como en otras latitudes, el hecho de ver cine es una actividad que se hace principalmente fuera de las salas de exhibición. Un botón extranjero para la muestra, salvando las proporciones: la encuesta realizada por la

revista *Film 3Sixty* para el Reino Unido⁷ mostró que en 2012 los británicos consumían 120 películas anualmente per cápita en promedio. Apenas 17 de estas fueron vistas en salas de cine; las otras 103 se vieron en una variedad de formatos diferentes de las salas de exhibición: Blu-Ray, DVD, canales de TV, canales PPV, plataformas de descarga digital, plataformas de *streaming* y otros más. Son formatos para ver cine que también se desagregan en pagos y no pagos, comprados y alquilados, piratas y legales. Y aunque —no sin problemas— se puede afirmar que las películas siguen siendo una unidad creativa en sí misma, los conductos por los que estas llegan a quienes las ven son diversos, fragmentados, fieles al estilo de vida discontinuo de los centros urbanos.

¿Quién sabe algo de los nichos de consumo?

Las cifras globales no dejan ver matices. Poco sabemos sobre las diferencias en hábitos de consumo y tipos de consumidores del cine. Poco sabemos los investigadores, porque, con seguridad, los exhibidores sí han hecho la tarea, a través de sus estudios de mercado. Pero, aun así, podemos inferir que no todos los colombianos que ven películas tienen gustos uniformes, ligados al *mainstream* y a la distracción pura.

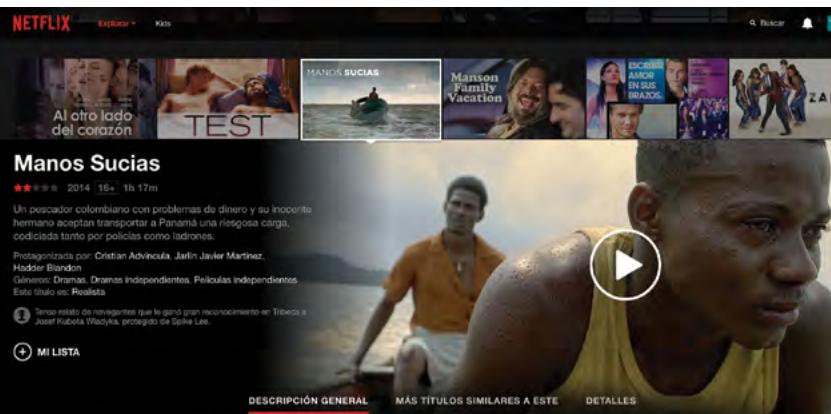


Sala de cine del Centro Colombo Americano de Medellín, una de las salas alternas de esta ciudad. Foto: Jenny Alexandra Rodríguez.

Hace ya diez años el Ministerio de Cultura encargó un extenso estudio cualitativo para caracterizar el circuito alternativo de exhibición de cine, sus esquemas administrativos y sus públicos, a través de un trabajo de campo en Bogotá, Cali, Medellín, Pereira y Popayán⁸. Las conclusiones mostraban que quienes tenían entre 20 y 35 años de edad, principalmente, profesionales solteros, recién ingresados en el mercado laboral, en su mayoría de carreras relacionadas con humanidades y artes, y uno que otro ingeniero o economista descuidado, conformaban la población más proclive a ir a salas alternas de cine.

►7• *Film consumption in the UK*, Film 3Sixty Magazine, 2012. En línea.

►8• Godoy, Clemencia, *Estudio de públicos en salas alternas*, Ministerio de Cultura, 2007. En línea.



 Captura de pantalla. **Manos sucias** (Josef Kubota Wladyka, 2014) dentro del catálogo de Netflix.

Al movilizarse hasta estas salas, el objetivo de este público era ver dramas y documentales, principalmente europeos, y también un poco de lo que llamaban *cine arte*. A través del estudio, se comprendió que estos *públicos iban a las salas alternas por sus contenidos*, pero resentían la infraestructura precaria y la tecnología deficiente de sonido e imagen. El estudio también encontró que los administradores de estas salas, esmerados en su programación, no tenían referentes claros de estrategias de difusión para sus nichos de público, para su fidelización y la captación de nuevos públicos.

Lo cierto es que el público no se divide tajantemente entres quienes van obediente-

mente al multiplex y quienes van fielmente a la sala alterna. En la mitad está un consumidor bastante más complejo y más real. Nuevamente, no hay datos para Colombia, pero podemos remitirnos al estudio británico, que halló que tan solo el 10% de quienes veían películas consumían exclusivamente *blockbusters* en salas de exhibición y en tv, y solo 2% eran comprometidos consumidores de cine independiente, alejados del circuito comercial. En la mitad, se halló un 88% del público que mezclaba cine comercial con cine independiente, que disfrutaba la experiencia en salas, pero también compraba y pirateaba DVD, que descargaba y veía por *streaming* otras películas difíciles de conseguir físicamente, en fin, una mayoritaria porción del público fragmentada entre formatos y omnívora en sus gustos.

La respuesta del Estado

Por qué destinar recursos y esfuerzos del Estado en el desarrollo de una audiencia para el cine y el audiovisual. Por qué no dejar que el público ejerza su libre albedrío y respetar eso que los economistas llaman la soberanía del consumidor; por qué no favorecer en alguna medida la libertad y el poder de los usuarios, quienes, según la teoría ortodoxa, a través de sus decisiones de compra determinan la

calidad y cantidad de bienes y servicios culturales que debe producir el mercado.

Los argumentos para responder a estas preguntas se encuentran desperdigados en la literatura cultural, económica e institucional. Uno muy recurrente es la convicción de que los países necesitan fomentar la producción y difusión de manifestaciones atadas a una cierta idea de cultura, ligadas a la formación de una identidad nacional y, por la misma vía, de un prestigio y posicionamiento internacional. Por ello se implementan políticas de fomento, principalmente, de la oferta cultural. El caso concreto para el cine en Colombia es la Ley de Cine de 2003, que, a pesar de sus múltiples objetivos, se focaliza principalmente en la financiación de la producción cinematográfica del país, al punto que destina el 70% de los ingresos del fondo que estableció para sufragar los gastos de creación y realización de largometrajes y cortometrajes nacionales.

Con más fuerza en otros países y menos ímpetu en Colombia, las políticas de fomento de una producción nacional se han complementado con medidas para la democratización del acceso a la cultura. Bajo el paradigma del derecho a la cultura, el Estado ha asumido la responsabilidad de subsanar las inequidades de mercado que, de otra manera, impedirían a muchos sectores del público el disfrute de la cultura y sus manifestaciones.

La respuesta de la política cinematográfica colombiana ha estado focalizada en el ámbito de lo que se suele llamar *formación de públicos*. Se trata de medidas que pretenden aumentar y cualificar el acervo de conocimientos e información sobre el cine en la comunidad. La formación audiovisual quiere acrecentar la audiencia presente y del futuro, tratando de asegurar que haya una mejor comprensión del valor de diferentes tipos de cinematografías, especialmente de la colombiana, a la vez que estimula la creatividad y las capacidades de producción del público.

Con esta convicción, el Ministerio de Cultura lleva más de una década ejecutando varios programas: apoya la labor de las salas alternas de cine y financia sus proyectos de modernización, y las salas beneficiadas se asocian a instituciones educativas y culturales sin ánimo de lucro. Mucho de este programa es la respuesta del Estado a los problemas hallados en el diagnóstico que patrocinó hace diez años. Apoya también un número importante de muestras y festivales en toda la geografía nacional y entiende el papel estratégico de su programación en la formación de los públicos. Creó por ello el programa “Colombia de película”, con el que logra circular en diversos municipios una colección de películas curadas por expertos. Produce además el programa “Radio Cine” para divulgación del



Interfaz de una película colombiana en la plataforma Retina Latina.

cine colombiano, que emite la Radio Nacional de Colombia. En cuanto a iniciativas digitales, creó recientemente, en asocio con Proimágenes y el BID, el portal Retina Latina, que es una plataforma gratuita de visualización que contiene una cuidadosa programación de cine latinoamericano.

Más allá de lo variado de los programas descritos, estos se diseñan e implementan con el fin último de enriquecer un circuito alterno de circulación, consumo y apropiación; un circuito que complemente los vacíos que no llena el circuito comercial. Todavía pendiente de una evaluación de efectividad y cubrimiento, se puede afirmar que la acción pública incide esencialmente en los márgenes del mercado, pero no toca nada de sus límites hacia adentro.

Medidas insuficientes para una falla del mercado

En la industria del cine, la principal falla del lado de la demanda es que el público general tiene *información imperfecta* sobre el espectro total de películas disponible en el mercado. Esto se debe a los altos presupuestos de mercadeo y promoción que se invierten en una película comercial de escala mundial, que ponen a las empresas productoras y

distribuidoras nacionales en amplia desventaja frente a los grandes jugadores transnacionales.

Aunque no se dispone de cifras y de análisis abiertos sobre los presupuestos de promoción de las películas de la industria hollywoodense en Colombia, basta constatar en comerciales e infomerciales en tv, combos de hamburguesas, vasos, muñecos, camisetas o carteles callejeros, que la regla de oro del *marketing* del cine comercial estadounidense se cumple a cabalidad: el 50% del costo de producción de una película debe ser dispuesto para su campaña de promoción.

Como consecuencia, la información con la que cuenta la audiencia masiva se limita en buena medida a las películas promocionadas con esa capacidad financiera. Esto tiene efectos negativos, por una parte, en la diversidad del consumo de contenidos cinematográficos en general, para lo cual las medidas de fomento de una circulación diversa pueden ser suficientes. Pero, por otra parte, tiene efectos nocivos en la viabilidad financiera de las películas colombianas y la sostenibilidad de sus productores. Y aquí surge un argumento que podríamos calificar de instrumental: esta falla de mercado tiene un impacto negativo directo en la viabilidad de la mayor parte de la producción cinematográfica colombiana, producida y distribuida por agentes indepen-

dientes, consumida intermitentemente por el público local.

Qué tanto se invierte en la promoción de una película comercial estadounidense en Colombia y cuánto de ello es asumido por sus oficinas radicadas en el país, no lo sabemos. Pero sí intuimos que los presupuestos netos de promoción de una película colombiana promedio son radicalmente menores. Cinco años después de la entrada en vigor de la Ley 814, Fedesarrollo calculaba que la inversión de una película nacional en su etapa de promoción y mercadeo rara vez pasaba de los 600 millones de pesos, algo así como el 25% del presupuesto promedio de producción del momento⁹.

El Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), a través de estímulos automáticos destinados a atender el fallo de mercado, llega a otorgar 220 millones de pesos para cofinanciar estos gastos de promoción: 70 millones sufragar los gastos de la estrategia promocional y se da un monto adicional de hasta 150 millones en función del número de espectadores que tenga la película. Esto puede ser mucho o muy poco, dependiendo de las características de la película y de sus públicos potenciales. Pero quizás lo más sustancial no esté en el tema de las cifras y los presupuestos; lo que es notorio a simple vista, y merece ser mejor diagnosticado, es que la mayoría de

► 9 • *Impacto Económico del Sector Cinematográfico Colombiano*. Fedesarrollo, 2009. En línea.



De derecha a izquierda: Yenny Chaverra (Coordinadora de Retina Latina desde el Ministerio de Cultura), Linitdh Aparicio (Productora de cine y directora de la plataforma Indyon.tv), Gabriela Sandoval (Directora de Producción Artística del SANFIC y Directora Ejecutiva de la productora chilena Storyboard Media), y Jaime de Greiff (Coordinador tecnológico de Retina Latina) en la presentación de la plataforma Retina Latina en el Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias, FICCI. Archivo: Retina Latina.



□ Afiches promocionales de algunas películas colombianas de varios géneros.

productoras y distribuidoras locales carecen de una estrategia estructurada y asertiva para el mercadeo de sus películas.

El manual dice que una estrategia de mercadeo de una película es un proceso complejo, que mezcla comunicados de prensa, medios de comunicación, entrevistas con las personalidades involucradas en la realización

de la película, campañas de publicidad a un tiempo masivas y focalizadas, *merchandising* y, principalmente, mucho conocimiento de los públicos e investigación de audiencias. Implica, también, desarrollar tácticas diferenciadas para irrumpir y negociar con los ejecutivos de cada ventana comercial: salas de cine, canales de tv, plataformas digitales. Más no es siempre mejor.

Al igual que en cualquier negocio, la estrategia promocional es fundamental para reducir el riesgo financiero inherente. ¿Con cuántas películas colombianas se ha hecho un ejercicio escrupuloso de mercadeo?, ¿cuántas merecen escudarse exclusivamente en la mala suerte o en la inflexibilidad de los exhibidores comerciales, antes que en el desconocimiento de sus públicos y en el planteamiento de una estrategia promocional generalista y débil? Difícil decirlo; una vez más, no hay información concreta al respecto.

Se deduce, apenas por conversaciones informales: que casi siempre hay una gran incertidumbre sobre la reacción de los públicos a las propuestas colombianas; que solo se piensa en estrategias promocionales cuando las películas están ya terminadas y los presupuestos casi agotados; y que los equipos técnicos y ejecutivos de las producciones nacionales no incluyen expertos en mercadeo. Lo cierto es que, entre la desinformación y la improvisación, la treintena de largometrajes colombianos estrenados anualmente logra una discreta cuota de mercado, que se ha acomodado cerca del 5% de los espectadores en salas de cine comerciales en los últimos años.

Las inversiones promocionales carentes de estrategia afectan los resultados del cine nacional en salas de exhibición, por supuesto, pero pueden tener un impacto igualmente

adverso en otras plataformas. Se intuyen las dificultades de productores y distribuidores independientes colombianos para asegurar una presencia significativa en los mercados emergentes de las descargas digitales y el *streaming*. Allí también juegan primero los generosos presupuestos de las distribuidoras de películas comerciales. Pero también ofrecen más alternativas, aún por aprovechar, que el mundo físico orientadas a nichos específicos de cinéfilos.

Ideas para el mejoramiento del mecanismo existente

El FDC debe ir más allá de la cofinanciación automática de la etapa promocional. Puede contrarrestar la precariedad de conocimientos y estrategias en la promoción de los agentes del sector y generar mecanismos para subsanarla. Se debe atajar un problema de mercado mediante una solución de mercado, y el reforzamiento de las estrategias y capacidades para el mercadeo cinematográfico es evidentemente parte de ello. Un camino posible es otorgar los recursos de promoción de manera más estratégica. Un comienzo es rediseñar el proceso de aplicación al estímulo. Este se entregaría condicionado a la formulación de un plan de promoción coherente por parte del productor. Hay diferentes tipos de audiencias

para distintos tipos de producciones, y algunas exigirán más recursos que otras. Por eso es clave exigir metas claras e informadas sobre qué nichos de públicos se pretende alcanzar y evaluar qué recursos se necesitan para lograr la meta.

En principio, los montos de los estímulos tendrían que diferenciarse según el tipo de película. Una porción de los estímulos iría a películas dirigidas a grandes audiencias, cuya promoción y publicidad masivas se complementan con ambiciosos lanzamientos comerciales. Un segundo grupo estaría conformado por estímulos para financiar estrategias de películas cuya vocación sean los nichos de público especializado. Finalmente, se pueden dirigir recursos a una tercera categoría para financiar estrategias innovadoras de distribución y comercialización, incluyendo lanzamientos que aprovechen las oportunidades creativas y de involucramiento de públicos que ofrece el *crossmedia*. Los productores, por su parte, deberán sustentar su estrategia de públicos. Primero, a partir de la identificación de audiencias potenciales de la película en función de evidencia específica de su mercado: grupos socioeconómicos y regiones focalizadas a partir de estadísticas de la industria cinematográfica y de sus públicos, así como encuestas e insumos cualitativos de investigación hecha directamente por la productora. De manera complementaria, la producción debe especificar

las mejores herramientas para alcanzar los objetivos. Aquí el espectro es muy amplio e incluye aliados estratégicos, medios tradicionales, estrategia en plataformas web, incentivos y ofertas de tiquetes, publicidad impresa, estrategias de programación, enganche y diálogo con audiencias, entre otras. Finalmente, la producción tendrá que presentar una estructura clara de los recursos necesarios para ejecutar la estrategia: personal con las capacidades adecuadas, cronogramas de trabajo, presupuesto necesario y lugares de intervención.

Las exigencias para los productores tienen como contrapartida responsabilidades evidentes de las instituciones de políticas cinematográficas. A estas, en primer lugar, les corresponde generar información pertinente –hoy en día inexistente– para la toma de decisiones de los agentes del sector. Además de producir y divulgar un conjunto continuo y actualizado de estadísticas sobre distribución y hábitos de consumo de cine en Colombia, se pueden conducir investigaciones de caso para entender los mecanismos que han permitido que determinadas producciones funcionen con sus públicos o sobre el funcionamiento concreto de ciertos nichos de mercado, por ejemplo. Por otra parte, las instituciones de política deberían gestionar y cofinanciar eventos de formación en estrategias de distribución y técnicas aplicadas de mercadeo audiovisual,



Una de las estrategias diseñadas para abordar temas de distribución y de relación con las audiencias es el Bogotá Audiovisual Market (BAM). En las fotos, algunos de los encuentros realizados con especialistas invitados: la primera sobre distribución de documentales y la segunda sobre dónde están las audiencias [nota de ccc]. Fotos: Silvia Mora, 2013. Archivo: © BAM © Cámara de Comercio de Bogotá.

así como de intercambio de experiencias con productores locales y foráneos que hayan desarrollado modelos exitosos de distribución y relacionamiento con sus públicos.

Necesidad de una estrategia de desarrollo de audiencias para el cine y el audiovisual

Actualmente, tanto quienes diseñan la política cinematográfica como los mismos agentes del sector se preguntan qué conjunto de medidas se pueden articular para ampliar la cuota de mercado del cine colombiano de manera que cubra las necesidades financieras de una mayoría de películas y no las de una reducida porción de ellas. Con el fin de construir un sistema diverso a favor de la apropiación de cine local, el repertorio de meca-

nismos por considerar puede ser muy extenso e ir desde la intervención pública directa en las dinámicas de mercado de los exhibidores hasta iniciativas –vistas como blandas– relacionadas con la sensibilización de los públicos a los contenidos locales.

En escenarios sectoriales, plataformas virtuales y medios especializados se ha reclamado tradicionalmente la adopción de cuotas de pantalla para el cine colombiano en salas de exhibición. Otros complementan pidiendo la obligatoriedad de tiempos de exhibición extendidos para producciones nacionales. Otros cuantos contemplan la posibilidad de entregar subsidios directos al consumidor de cine nacional y así generar un choque positivo en la demanda y, por tanto, en los ingresos de sus productores.



▣ Públicos de la Cinemateca Distrital en diferentes eventos y presentaciones. Archivo: Cinemateca.

► 10 • Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile, *Estudio comparativo y propuestas de políticas de fomento al incremento de audiencias de cine nacional en el mercado local*, 2014. En línea.

No es el objetivo de este artículo hacer un análisis —necesario, por cierto— de viabilidad y pertinencia del abanico de mecanismos regulatorios posibles para incrementar la demanda por las producciones nacionales. Estudios comparados internacionales han encontrado evidencia apenas débil de la efectividad de

los mecanismos regulatorios más fuertes por sí mismos, como cuotas de pantalla y subsidios¹⁰, pero son más concluyentes al entender que los países que han logrado mantener y acrecentar los públicos de los contenidos locales son aquellos que han implementado una mezcla de medidas de política —*policy mix*—

que involucra tanto la regulación directa de la exhibición como las medidas necesarias para diagnosticar y desarrollar las audiencias locales.

Las transformaciones de los públicos del cine y el audiovisual en Colombia que se han descrito atrás plantean grandes desafíos para la política pública y la articulación de medidas necesarias para el desarrollo de los públicos. Estos desafíos pueden ser entendidos como territorios aún por conquistar por parte de la política pública y sus instituciones. A manera de conclusión, se pueden señalar tres territorios prioritarios.

Quizás el más desconocido de los territorios del cine en Colombia, de sus productoras y de sus políticas de fomento, en este momento preciso, es el de sus públicos. Las cifras globales y los pocos estudios existentes dejan ver un panorama de consumo audiovisual en franca transformación. No solo por el ensanchamiento de las audiencias, sino por la variedad de contenidos y de canales por los que estos llegan a las primeras. Pero no es posible ir más allá; no hay un conocimiento específico de los distintos tipos de públicos, de sus preferencias, de sus prioridades, de sus prácticas para seleccionar contenidos, de sus barreras ni de sus disgustos.

Las consecuencias de ello son evidentes: improvisación en las estrategias promocionales de las películas colombianas, estrenos

que no llegan a nadie, empresas productoras frustradas, con serios problemas de viabilidad de sus proyectos o avocadas a vender servicios conexos para asegurar la sostenibilidad. Y, por el otro lado: mecanismos de política para la formación de públicos, cuyo impacto se desconoce; falta de análisis y argumentos para corregir las fallas del mercado; imposibilidad de construir estrategias conjuntas e informadas con distribuidores y exhibidores para ampliar la cuota de mercado del cine nacional. En un mercado bombardeado por mensajes y campañas publicitarias para todo tipo de contenidos, y ante unos públicos fragmentados, muchas veces tacaños, otras veces derrochadores, algunas veces exigentes, muchas veces aturdidos, es un lujo demasiado caro minimizar la importancia y complejidad de las audiencias.

Otro territorio, más subestimado que desconocido, es el mercadeo de contenidos cinematográficos. Demasiado ocupados en sus procesos de creación y producción, políticas públicas y productoras privadas han logrado ir acrecentando y diversificando el acervo de producciones de cine colombiano. Pero muy poco de ello se ve. Y las estrategias para llegar a un público que precisa ser permanentemente seducido son claramente insuficientes. La política se ocupa acaso de fomentar circuitos alternos, pero el problema de mercado no se ataja directamente. El

mercadeo implica la identificación metódica de las oportunidades para satisfacer las necesidades del mercado y de sus nichos e implica también el diseño de una estrategia para alcanzar estos últimos. Seguir cofinanciando la promoción de una manera decidida, pero sobre todo fomentar la incorporación de las técnicas específicas de mercadeo aplicadas al cine y al audiovisual, es una tarea urgente de las políticas, para destrabar el nudo en la cadena que lleva a los públicos.

Un tercer territorio por conquistar es el de las plataformas digitales. Cuando la mayor parte del flujo de contenidos cinematográficos ya no pasa por las salas de cine, es hora de empezar a estudiar el complejo entramado de circulación y consumo digital. Es cierto: por ahora, el retorno económico y el reconocimiento de una película se explican por el número de espectadores en salas. La pregunta sigue siendo cómo capitalizar todo ese consumo audiovisual que se da por fuera de la exhibición física. Para responderla se puede empezar por mapear y fomentar jugadores hoy desconocidos por las políticas cinematográficas. La respuesta puede incluso terminar por poner en jaque el concepto mismo de lo que entendemos por cinematografía. Pero qué importa: el riesgo de no hacerlo es seguir acumulando propuestas audiovisuales insostenibles o, peor aún, invisibles para el público para el cual fueron imaginadas. □

Referencias

Anuario Estadístico del Cine Colombiano 2015. Mincultura, 2015. En línea.

DANE. *Encuesta de consumo cultural 2014*. En línea.

Encuesta de consumo digital, Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Ipsos Napoleón Franco, 2012. En línea.

Encuesta de cultura digital, Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Centro Nacional de Consultoría, 2013. En línea.

Estudio comparativo y propuestas de políticas de fomento al incremento de audiencias de cine nacional en el mercado local, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile, 2014. En línea.

“Film consumption in the UK”. *Film 3Sixty Magazine*, 2012. En línea.

Godoy, Clemencia. *Estudio de públicos en salas alternas*. Ministerio de Cultura, 2007. En línea.

Impacto Económico del Sector Cinematográfico Colombiano. Fedesarrollo, 2009. En línea.

Machicado, Javier; Christian Bitar, Adriana Rubio. *El charco azul: hábitos de consumo y percepción del documental en públicos potenciales, recomendaciones para la estrategia de mercadeo*, Bogotá, 2012, s.p.

Ochoa, Cuauhtémoc. “De los olvidados del rescate: cines, patrimonio cultural y gentrificación en la Ciudad de México”. Congreso Internacional Contested Cities, 2016. En línea.

Filmografía

Balagueró, Jaume y Paco Plaza. **REC**. España, 2007, 80 min.

Boyle, Danny y Loveleen Tandan. **Slumdog millionaire**. Reino Unido, (2008), 123 min.

Campbell, Martin. **Edge of darkness** (Al filo de la oscuridad). EE. UU., 2010, 117 min.

Duffy, Troy. **Boondock Saints**. EE. UU., 1999, 108 min.

Gondry, Michel. **Eternal sunshine of the spotless mind** (Eterno resplandor de una mente sin recuerdos). EE. UU., 2004, 108 min.



Lema, Irene. **El charco azul**. Documental web. Colombia, 2013.

Myrick, Daniel y Eduardo Sánchez. **Blair Witch Project** (El proyecto de la bruja de Blair). EE. UU., 1999, 86 min.

Wladyka, Josef Kubota. **Manos sucias**. Colombia- EE. UU., 2014, 84 min.

Anexo

Películas colombianas por número de espectadores, 2011-2015

Fuente: Construcción del autor, con base en información del Anuario Estadístico del Cine Colombiano, Mincultura, 2015.

Entre 2011 y 2015, el 26% de las producciones colombianas hizo más de 100 mil espectadores y el 43% hizo menos de 10 mil.

Uno al año no hace daño (Juan Camilo Pinzón, 2014)	1.612.557
El paseo 2 (Harold Trompetero, 2012)	1.434.458
El paseo 3 (Juan Camilo Pinzón, 2013)	825.371
Mi gente linda mi gente bella (Harold Trompetero, 2012)	615.208
La cara oculta (Andi Baiz, 2011)	614.426
Mamá tómate la sopa (Mario Ribero Ferreira, 2011)	613.749
Uno al año no hace daño 2 (Juan Camilo Pinzón, 2015)	548.382
Se nos armó la gorda (Fernando Ayllón, 2015)	452.546
El cartel de los sapos (Carlos Moreno, 2011)	447.617
Encerrada (Víctor García, 2014)	395.491
Los colores de la montaña (Carlos César Arbeláez, 2011)	379.525
El abrazo de la serpiente (Ciro Guerra, 2015)	340.881
El páramo (Jaime Osorio Márquez, 2011)	326.040
El jefe (Jaime Escallón Buraglia, 2011)	319.163
San Andresito (Alessandro Angulo, 2012)	303.914
Güelcom tu Colombia (Ricardo Coral-Dorado, 2015)	301.899
Ciudad delirio (Chus Gutiérrez, 2014)	298.939
El control (Felipe Dotheé, 2013)	258.544

La lectora (Riccardo Gabrielli, 2012)	201.031
Se nos armó la gorda 2 (Fernando Ayllón, 2015)	177.154
En coma (Henry Rivero y Juan David Restrepo, 2011)	175.927
Roa (Andi Baiz, 2013)	161.113
180 segundos (Alexander Giraldo, 2012)	160.828
De Rolling por Colombia (Harold Trompetero, 2013)	154.547
Nos vamos pal mundial (Fernando Ayllón y Andrés Orjuela, 2014)	136.461
Carta al niño dios (Juan Camilo Pinzón, 2013)	126.846
El cartel de la papa (Jaime Escallón Buraglia, 2015)	124.508
Saluda al diablo de mi parte (Juan Felipe Orozco, 2011)	108.305
El escritor de telenovelas (Felipe Dotheé, 2011)	106.424
Lecciones para un beso (Juan Pablo Bustamante, 2011)	103.067
Crimen con vista al mar (Gerardo Herrero, 2013)	101.600
Todas para uno (Harold Trompetero, 2013)	100.880
Out of the dark (Lluís Quílez, 2014)	93.490
Regue Chicken (Dago García, 2015)	63.612
Que viva la música (Carlos Moreno, 2015)	61.297
Pa, por mis hijos lo que sea (Harold Trompetero, 2015)	58.725
Vivo en el limbo (Dago García, 2015)	57.874
La tierra y la sombra (César Augusto Acevedo, 2015)	54.583
Sofía y el terco (Andrés Burgos, 2012)	50.620

Secretos (Fernando Ayllón, 2013)	48.551
Por qué dejaron a Nacho? (Fernando Ayllón, 2012)	44.335
Apaporis (Antonio Dorado, 2012)	44.177
Poker (Juan Sebastián Valencia, 2011)	43.435
Amores peligrosos (Antonio Dorado, 2013)	38.302
Demental (David Bohórquez, 2014)	37.652
Todos tus muertos (Carlos Moreno, 2011)	37.269
Chocó (Jhonny Hendrix Hinestroza, 2012)	31.995
La rectora (Mateo Stivelberg, 2015)	28.169
De rolling 2: por el sueño mundialista (Harold Trompetero, 2014)	27.164
La vida era en serio (Mónica Borda, 2011)	26.842
Todos se van (Sergio Cabrera, 2015)	26.493
Carrusel (Guillermo Iván, 2012)	25.758
Carta a una sombra (Daniela Abad y Miguel Salazar, 2015)	25.674
Con amor y sin amor (David Serrano, 2011)	25.009
Gente de bien (Franco Lolli, 2014)	24.776
La sirga (William Vega, 2012)	22.104
Siempreviva (Klych López, 2015)	20.558
Lo azul del cielo (Juan Alfredo Uribe, 2012)	20.116
La captura (Dago García y Juan Carlos Vásquez, 2012)	19.168
Secreto de confesión (Henry Rivero, 2014)	19.065

Sin palabras (Diego Bustamante y Ana Sofía Osorio, 2012)	18.803
La justa medida (Colbert García, 2013)	17.513
Silencio en el paraíso (Colbert García, 2011)	17.415
La Playa D.C. (Juan Andrés Arango, 2012)	16.015
Antes del fuego (Laura Mora, 2015)	13.418
Anina (Alfredo Soderguit, 2014)	12.927
Locos (Harold Trompetero, 2011)	12.694
Edificio Royal (Iván Wild, 2013)	10.958
El sueño Iván (Roberto Santiago, 2011)	10.921
Bolaetrapo (Guillermo Iván, 2014)	10.431
Los hongos (Óscar Ruiz Navia, 2014)	9.833
Pequeñas voces (Óscar Andrade y Jairo Eduardo Carrillo, 2011)	9.833
Infierno o paraíso (Germán Piffano, 2014)	8.880
Alias María (José Luis Rugeles, 2015)	8.664
Mateo (María Gamboa Jaramillo, 2014)	8.572
Manos sucias (Josef Kubota Wladyka, 2014)	8.370
Porfirio (Alejandro Landes, 2012)	7.676
Tierra en la lengua (Rubén Mendoza, 2014)	7.561
Cazando luciérnagas (Roberto Flores Prieto, 2013)	7.256
El último aliento (René Castellanos, 2015)	6.737
Estrella del sur (Gabriel González Rodríguez, 2013)	6.622

El resquicio (Alfonso Acosta, 2012)	6.445
La eterna noche de las doce lunas (Priscila Padilla, 2013)	6.167
Jardín de amapolas (Juan Carlos Melo, 2014)	5.890
Karen llora en un bus (Gabriel Rojas Vera, 2011)	5.829
Porro hecho en Colombia (Adriana Lucía, 2015)	5.465
El elefante desaparecido (Javier Fuentes-León, 2015)	5.443
Ella (Libia Stella Gómez, 2015)	4.865
Petecuy (Óscar Hincapié Mahecha, 2014)	4.862
Ruido rosa (Roberto Flores Prieto, 2015)	4.381
Estrella quiero ser (Gustavo Nieto Roa, 2014)	4.354
El faro (Luis Fernando "Pacho" Bottía, 2014)	4.222
Don Ca (Patricia Ayala Ruiz, 2013)	4.113
Apatía (Arturo Ortega, 2012)	3.973
Detective Maraño (Salomón Simhon, 2015)	3.829
Pescador (Sebastián Cordero, 2013)	3.532
Por un puñado de pelos (Néstor Montalbano, 2014)	3.476
El callejón (Antonio Trashorras, 2011)	3.204
Las tetas de mi madre (Carlos Zapata, 2015)	3.050
El viaje del acordeón (Andrew Tucker, 2014)	3.010
Gordo, calvo y bajito (Carlos Osuna, 2012)	2.963
Violencia (Jorge Forero, 2015)	2.813

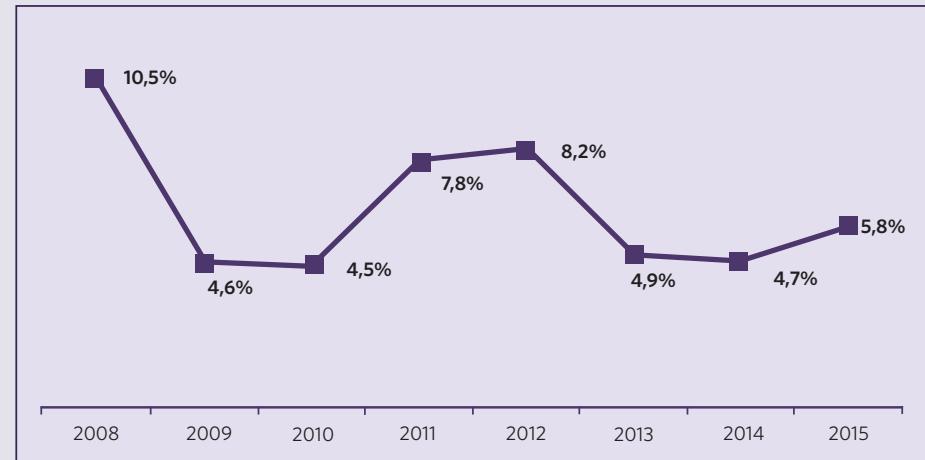
Postales colombianas (Ricardo Coral-Dorado, 2011)	2.443
Suave el aliento (Augusto Sandino, 2015)	2.366
Souvenir (Andrés Cuevas, 2014)	2.320
Días de vinilo (Gabriel Nesci, 2014)	1.977
Shakespeare (Dago García, 2015)	1.890
Un asunto de tierras (Patricia Ayala Ruiz, 2015)	1.762
Refugiado (Diego Lerman, 2015)	1.651
Memorias del calavera (Rubén Mendoza, 2014)	1.351
Crónica del fin del mundo (Mauricio Cuervo, 2013)	1.311
Paisaje indeleble (Jaime Barrios, 2015)	1.266
Pequeños vagos (Carlos Zapata, 2012)	1.245
Monte adentro (Nicolás Macario Alonso, 2014)	1.089
Cuarenta (Carlos Fernández de Soto, 2011)	1.083
Climas (Enrica Pérez, 2014)	955
Deshora (Bárbara Sarasola-Day, 2014)	838
Illegal.co (Alessandro Angulo, 2012)	769
El valle sin sombras (Rubén Mendoza, 2015)	674
Parador húngaro (Aseneth Suárez Ruiz y Patrick Alexander, 2015)	473
El cielo en tu mirada (Pitipol Ybarra, 2012)	309
Pablo's Hippos (Antonio Von Hildebrand, 2012)	42
	13.453.013

Dispersión de espectadores de películas colombianas 2011-2015



Fuente: Construcción del autor, con base en información del Anuario Estadístico del Cine Colombiano, Mincultura, 2015.

Participación de espectadores de películas nacionales en el mercado del cine en Colombia 2008-2015



Fuente: Anuario estadístico del cine colombiano, Mincultura, 2015.
En los últimos años la participación de mercado del cine colombiano ha rondado el 5%.



Ley de cine, narración y público

► CUADERNOS DE CINE COLOMBIANO 26-2017 NUEVA ÉPOCA

Ley de cine, narración y público

El efecto de los instrumentos del Estado en las tendencias narrativas del cine argumental colombiano contemporáneo

Film Act, Narration and Audience: the Effect of State
Instruments on the Narrative Trends of Contemporary Colombian Argumentative Film

Por Andrea Echeverri

Palabras clave: cine colombiano, narrativa cinematográfica, largometraje argumental, convocatorias FDC, ley de cine.

Resumen: las búsquedas narrativas de los cineastas en Colombia han sido diversas, y las propuestas se han bifurcado, como es habitual, hacia el cine comercial populista o hacia el “cine-arte” o cine de autor. Si bien en las convocatorias estatales de estímulos a la realización fílmica no suele haber lineamientos argumentales, estilísticos o narrativos, es claro que la elección de proyectos privilegia una tendencia más que otra. En esa medida, la dicotomía aumenta, pues los ganadores suelen obtener el reconocimiento crítico en el ámbito internacional, mientras que los proyectos realizados al margen del Estado buscan –y muchas veces obtienen– el éxito comercial y popular. Es fundamental acortar esa brecha.

Keywords: Colombian Cinema, cinematographic narrative, argumentative film, FDC grants, Film Act.

Abstract: Narrative searches by filmmakers in Colombia have been diverse, and proposals have divided, as usual, between populist commercial cinema and “art-cinema” or author films. Although state grants for film production do not usually impose guidelines on argument, style, or narrative, clearly the choice of projects favors one trend more than another. For this reason, the dichotomy increases, because the winners usually obtain critical international recognition, while projects carried out without state support seek commercial and popular success, oftentimes obtaining it. It is essential to bridge that gap.

► **1**• Entidad estatal que funcionó de 1978 a 1992.

► **2**• Ley 397 de 1997, llamada ley general de cultura, mediante la cual se crea el Ministerio de Cultura y la Dirección de Cinematografía como una de sus dependencias, así como el Fondo Mixto Proimágenes en Movimiento (hoy Proimágenes Colombia).

► **3**• La Ley 814 de 2003, llamada primera ley de cine, creó el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) a partir de una contribución parafiscal, denominada cuota para el desarrollo cinematográfico –los exhibidores y distribuidores deben aportar 8,5% de los ingresos netos de su actividad en las salas de exhibición, y los productores, 5%–, así como el Sistema de Información y Registro Cinematográfico (SIREC) y el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNAACC). Más adelante se promulga la segunda ley de cine, Ley 1556 de 2012, que promueve la producción cinematográfica internacional en territorio colombiano.

► **4**• A septiembre de 2016, en el Directorio de la Comisión Filmica aparecen registradas 930 personas naturales y 314 compañías que ofrecen servicios profesionales

Introducción

Tal como sucedió en la época de la Compañía para el Fomento Cinematográfico (FOCINE)¹ – cuando se habló de un primer *boom* del cine colombiano–, a partir de la promulgación de la ley de cultura² en 1997 y de la ley de cine³ en 2003, que incentivan la producción cinematográfica, se ha vuelto a hablar del resurgimiento de la vida filmica en nuestro país: en lo que va de siglo se han estrenado más de doscientos largometrajes de ficción –más de los que se realizaron en todo el siglo anterior–, de muy diversa índole en cuanto al estilo, la narrativa, el género –o su ausencia– y la temática argumental.

Muchas de las películas realizadas con apoyo estatal tienen interesantes recorridos y premios en festivales internacionales, pero luego, en su mayoría, no obtienen respuesta positiva en la taquilla nacional, a diferencia de ciertas cintas realizadas con inversión exclusivamente privada –en especial de las principales productoras de televisión–, cuya intención y factura comerciales aseguran el éxito económico, a costa de la falta de apuestas de lenguaje y contenido, amén de los filmes norteamericanos producidos y distribuidos por los grandes estudios de Hollywood.

En lo que va corrido del siglo XXI, el mercado y la visibilidad del campo audiovisual

colombiano se han ido ampliando de manera vertiginosa. La oferta de carreras profesionales orientadas a la realización audiovisual aumenta en regularidad –hay registrados al menos ocho programas profesionales de Cine en el país, que pueden recibir entre veinte y cien estudiantes por semestre cada uno–, a la que se suma la educación técnica, tecnológica y de educación no formal, por una parte, y la especialización posible dentro de programas más amplios, como la Comunicación Social, por otra. Además, se abren cada vez más opciones de especialización profesional, diplomados y maestrías relacionados con el cine. Las orientaciones de todos estos programas varían ligeramente; en general buscan dar unas bases sólidas en el uso de herramientas tecnológicas sustentadas en el conocimiento de las teorías clásicas del cine. Lo que puede cambiar de una a otra propuesta es la postura o la intención crítica al respecto.

A estos egresados hay que añadirles los que llegan de estudiar fuera –en Argentina, Cuba, Estados Unidos y en algunos países de Europa, fundamentalmente–, así como los que se forman a través de la práctica y los que provienen de otras áreas como la televisión, el teatro, la literatura, la fotografía, etc. No hay un censo realizado que dé cuenta de la cantidad de gente que se dedica al cine en Colombia⁴, pero es claro que se trata de un número en constante crecimiento.

Esto se debe a numerosas coyunturas, en especial a la “democratización” del cine a partir de su realización en formatos digitales⁵; a la legitimación de la profesión en el país; a la exposición creciente a los medios audiovisuales y su consumo; a la flexibilización de las nuevas generaciones de padres, que ven con mejores ojos que los jóvenes se dediquen a las artes; a la proliferación de festivales y programas móviles de formación de cine en las regiones, y, por supuesto, a las leyes favorables a la realización cinematográfica en el país, que amplían las posibilidades profesionales en el campo.

Herramientas estatales de fomento filmico

Los instrumentos de apoyo al cine por parte del Estado, tanto nacionales como locales y regionales, sin duda han sido fundamentales para este crecimiento y posicionamiento del sector. Además de la ley de cine y el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), hablamos de las convocatorias locales, fomentadas por los Consejos Departamentales y Distritales de Cinematografía vinculados al Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNAACC) y otras instituciones de gobierno local, como el Instituto Distrital de las Artes (Idartes) en Bogotá, o acuerdos interna-

cionales, como el Programa Ibermedia⁶, etc., que ofrecen estímulos de diversos tipos tanto para la formación técnica, la investigación y la formación de públicos como para la realización, desde la fase de escritura del guion hasta los apoyos a la distribución y participación en muestras y festivales, como se ha demostrado en otros artículos de estos *Cuadernos*. En definitiva, como afirma Bibiana Acosta en su monografía de grado, “se puede decir que en Colombia existe la institucionalidad, los recursos (tanto humanos como financieros) y la voluntad política necesaria para la existencia de una política pública del cine en el país”⁷.

Podría considerarse que la Escuela de Cine y Televisión de la Universidad Nacional también ha hecho parte de esos instrumentos, al ser creada en 1988 con auspicio de FOCINE⁸. Este programa sigue vigente y es considerado uno de los mejores, si no el mejor, en la formación profesional de cine en Colombia. Esta escuela parte de una mirada al cine como

en cine, aunque hay numerosos creadores y especialistas que no están inscritos en dicha plataforma.

► **5**• Cf. J. Ruffinelli, “La cámara inquieta”. *Cinemas d'Amérique Latine*, 8 (2000): 17.

► **6**• El Programa Ibermedia fue creado a fines de 1997, a partir de las decisiones adoptadas por la Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno celebrada en Margarita, Venezuela, relativa a la ejecución de un programa de estímulo a la coproducción de películas iberoamericanas. Diecisiete países lo suscriben y financian, entre ellos, Colombia.

► **7**• B. P. Acosta Lara, “Análisis de las políticas de fomento del cine en Colombia”. Monografía de grado, Facultad de Ciencia Política y Gobierno (Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, 2009), 41.

► **8** Escuela de Cine y Televisión de la Universidad Nacional de Colombia, circa, 1989. Archivo: UNmedios.



► **8** • Acuerdo 025 de 1988 del Consejo Superior Universitario, “por el cual se crea el programa curricular de pregrado en Cine y Televisión, adscrito a la Facultad de Artes-Sede Bogotá”. La Escuela de Cine se crea con un aporte de trescientos millones de pesos por parte de FOCINE.

► **9** • Otros directores con clara marca autoral, como William Vega, Óscar Ruiz Navia y César Augusto Acevedo, se han formado en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle, otra institución pública, si bien su intención no es prioritariamente la de formar cineastas.

► **10** • Aquí se puede nombrar a Dago García, Harold Trompetero, Fernando Ayllón, Andrés Baiz, Simón Brand, Ricardo Gabrielli, entre otros. Varios de ellos se han formado en el extranjero, en especial en escuelas de cine de Estados Unidos, y otros provienen del trabajo en la televisión nacional.

► **11** • Esto se altera por primera vez en la convocatoria actual (2016), en la que se ofrece un apoyo para la escritura de guion de género –en esta ocasión, comedia, y se supone que se repetirá a partir

arte, y así lo especifica en su plegable de presentación: “¿Por qué estudiar Cine y Televisión? Porque así podrá desarrollar su expresión artística audiovisual a partir de narrativas y estéticas propias”. En seguida se despliega su plan de estudios, muy cuidadoso y exhaustivo en sus componentes teóricos y de talleres prácticos y oficios, pero carente por completo de materias sobre legislación, comercialización, distribución y exhibición, mercadeo y publicidad fílmicos, lo que podría implicar un desprecio por el cine comercial –o por la comercialización del cine en general–, que ha dado lugar a la formación de algunos de los más relevantes *auteurs*, si puede decirse así, de la nueva generación, tales como Ciro Guerra, Libia Stella Gómez o Rubén Mendoza⁹, mientras que entre los directores de las películas más taquilleras del país¹⁰ no se encuentra ninguno de sus egresados.

De igual manera, podría considerarse que sí hay un sesgo indirecto en los principales incentivos estatales al sector, los que ofrece el FDC –como antes hicieron FOCINE, Colcultura y el Ministerio de Cultura hasta 2003–, no explicitado en los lineamientos de las “Cartillas”, en las que se exponen las condiciones y requisitos para participar en las convocatorias de estímulos, sino en consideraciones externas, como la elección de jurados. Las convocatorias procuran ser lo más amplias posible en cuanto a temáticas, propuestas narrativas y

estéticas –de hecho, no se suelen mencionar estos elementos, o se eluden con expresiones del tipo “el tema y el formato de rodaje son libres”–, más allá de la separación de los estímulos por los formatos (nombrados como géneros) documental, ficción y animación¹¹.

La lista de jurados contratados para elegir los ganadores de las Convocatorias del FDC es muy amplia, variada y transparente. Hay una correcta combinación de jurados extranjeros y colombianos, pluralidad de oficios, generaciones y procedencias. Su función, además de evaluar las propuestas, se extiende a la realización de asesorías, charlas y talleres en torno a las modalidades para las que son elegidos.

Del interminable listado, entre los foráneos podemos nombrar a Senel Paz (escritor y guionista, Cuba), Fernando Epstein (productor, Uruguay), Christian Routh (técnico, Reino Unido), Eric Mathis (productor, Francia), Andrés Wood (director, Chile), Barbie Heusinger (casting, Alemania), Manolo Pérez Estremera (director, España), Paz Alicia Garcíadiego (guionista, México), Carlos Sorín (director, Argentina), José Carlos Avellar (escritor, Brasil), Richard Ham (escritor de videojuegos, Estados Unidos), Marité Ugás (directora y guionista, Perú), Marcos Loayza (director, Bolivia), Frank Baiz (guionista, Venezuela), Paolo Agazzi (director, Italia), Fernando Pérez (director, Cuba), Tania Hermida (directora y productora, Ecuador), Gonzalo Justiniano (director y guionista, Chile),



Algunos de los jurados del FDC 2015. © Proimágenes Colombia. Archivo: Laboratorios Black Velvet. Foto: Sergio I. Rodríguez.

Ana Sanz-Magallón (consultora de guiones, España) y Rafael Rosal (director de escuela de cine, Guatemala).

Y, entre los colombianos –algunos conocidos y residentes y otros que viven fuera y se han destacado en el sector–, se pueden encontrar cineastas tan diversos como Lisandro Duque, María Gamboa, Mauricio Cuervo o Patricia Cardoso; los guionistas Alberto Quiroga o Cecilia Percy; productores como Clara María Ochoa o Amanda Sarmiento; escritores vinculados al cine como Jorge Franco, Sandro Romero o Hugo Chaparro; investigadores como Carlos José Reyes, Juana Suárez o Mauricio Durán; distribuidores, exhibidores y curadores como Mónica Wagenberg, Federico

Mejía, Carlos Llano y Dayra Galvis; especialistas como María Vásquez, Carlos Santa o María Angélica Tovar, etc.

Lo que los une, con contadas excepciones, es su cercanía al cine-arte: la mayoría se dedica o trabaja en torno a éste. Además, en tanto cuanto entre los criterios de evaluación especificados en las cartillas se aprecian cláusulas como “la originalidad de la historia”, “la narrativa y el lenguaje audiovisual propuesto”, “la nota del director”, que remiten mucho más a un cine pensado como obra autoral y artística que como producto comercial y de entretenimiento, es claro que en su trabajo como jurados evaluarán desde tal perspectiva y privilegiarán los proyectos que más se acerquen a ella.

de ahora cambiando el género cinematográfico–, lo que muestra un cambio de postura, en la medida que busca fortalecer lineamientos hegemónicos que están más cerca del público, si bien el presupuesto de la modalidad es mucho menor que el de la modalidad de escritura de guion de ficción sin imposición de género.

► **12** • Estadística variable que se recoge de múltiples documentos, en particular, de informes estatales anuales de producción y exhibición cinematográfica de diversos países, entre ellos, Colombia y España.

► **13** • Durante la mayor parte del siglo XX, en México, Brasil y Argentina –y durante un corto periodo en Cuba– se concentró la mayor producción fílmica del subcontinente. Cf. J. King, *El carrete mágico. Una historia del cine latinoamericano* (Bogotá: Tercer Mundo, 1994). En estos países se realizó casi el 90% de los filmes; sus filmografías, por tanto, han estado siempre a la vanguardia del cine latinoamericano y, aunque la proporción haya cambiado en el siglo XXI, siguen liderando las propuestas cinematográficas del subcontinente.

► **14** • En su *Estética del cine* (Madrid: Machado Libros, 2004), Mario Pezzella distingue entre un cine comercial/industrial, que él llama “cine-espectáculo” y un cine “crítico-expresivo”, cercano al cine arte: “En el cine comercial... las imágenes no hacen otra cosa más que acompañar el desarrollo del suceso narrado; en el cine crítico-expresivo, por el

Tendencias narrativas del cine colombiano

En términos generales, el cine hecho en Colombia –como en tantos otros países que carecen de una industria cinematográfica contundente– ha partido de los modos narrativos y las vertientes estéticas del cine producido en el primer mundo. En especial, del originado en los grandes estudios de Hollywood –el mayor emporio de producción y distribución fílmica, que acapara cerca del 85% de la exhibición internacional¹²–, y del cine europeo, con un sesgo marcadamente estético. Y últimamente se añade el modelo norteamericano de “cine independiente”, que se erige como un parámetro fundamental de la realización audiovisual contemporánea y ha sido apropiado exitosamente por el cine latinoamericano, en especial por el mexicano y el brasilero¹³.

Se trata de corrientes cinematográficas muy distintas: a grandes rasgos, el modelo hollywoodense coincide con el tipo de cine-espectáculo¹⁴, realizado con altos estándares de producción y con la firme intención de ser un negocio rentable y veloz. Después de más de un siglo de funcionamiento, se basa todavía en gran medida en el sistema de estudios, géneros y estrellas, en torno a los cuales gira una poderosa maquinaria de *marketing*. Su modo narrativo por excelencia es el hegemónico o clásico –usando la terminología de

Bordwell¹⁵– y su tendencia estética es realista en la mayoría de los casos, incluso en géneros como la ciencia ficción y el cine fantástico.

Por parte del viejo continente, hablaríamos de un cine con altas pretensiones artísticas e intelectuales, identificado con el cine crítico-expresivo. Es mucho más arriesgado en cuanto a modelos narrativos y estéticos, así como en sus contenidos, que se basan habitualmente en personajes de gran complejidad psicológica, más que en situaciones de acción continua. En principio parte de los modos narrativos de arte y ensayo, principalmente, y paramétrico, en menor medida, pero transgrede sus límites constantemente; en cuanto a la tendencia formal, se mueve entre el realismo y el formalismo con total solvencia. Tiene como primer circuito de circulación los grandes festivales cinematográficos alrededor del mundo y las salas –cada vez más numerosas en las grandes ciudades– de cine-arte.

En medio de estas dos corrientes, se encuentra el cine *indie*¹⁶, correspondiente a ciertas producciones independientes norteamericanas, y su vertiente latina¹⁷, cuyas características fundamentales son los temas urbanos, las altas dosis de violencia explícita y muchas veces injustificada, la crítica al sistema y la notoriedad formal. A pesar de esta distancia con respecto al cine de los estudios, funciona a veces con fórmulas semejantes, basadas en la acción y la atracción, a partir del

modo narrativo hegemónico, aunque rompe unas cuantas de sus normas¹⁸. Otra diferencia fundamental, además de los aspectos señalados, es su tendencia formalista. Por otra parte, podrían parecer híbridos estéticamente, en tanto suelen estar a medio camino entre el cine-espectáculo y el crítico-expresivo. Siguiendo a Cameron y a Buckland¹⁹, podríamos hablar de un cine laberíntico y modular, pero cuya complejidad va más allá de la organización temporal y del montaje, con características estéticas, temáticas y narrativas propias.

Para mantener su posicionamiento, estos modelos buscan a la vez conservar sus principales características, que les han otorgado el éxito, sus estándares de calidad y su eficacia de producción, y a la vez renovarse continuamente a partir de las innovaciones tecnológicas y del lenguaje audiovisual. En esa medida, mantienen sus modos narrativos y sus lineamientos estéticos en continua pero lenta evolución, sin desmarcarse de sus parámetros principales, que son de los que parten también, como decíamos anteriormente, los cines producidos en la periferia, como es el caso de Colombia.

La tendencia de las películas colombianas hacia una u otra vertiente depende de numerosos elementos: posibilidades técnicas y económicas de producción, condiciones de distribución y exhibición, preferencias del público,



▣ Fotogramas de **Amores perros** (Alejandro González Iñárritu, 2000, foto: © Lionsgate) y **Ciudad de Dios** (Cidade de Deus, Fernando Meirelles y Kátia Lund, 2002, foto: © 2002 Wild Bunch). Fuente: IMDb. En línea.

contrario, las imágenes consiguen tener su propio significado y una profundidad relativamente independiente de la imagen misma”. “Si el cine crítico-expresivo tiende a exhibir la imagen como imagen y la apariencia como apariencia, solicitando la participación crítica del espectador, el cine-espectáculo enseña la apariencia en cuanto ‘realidad’, atenuando hasta el límite de lo posible la diferencia entre ‘ficción’ y ‘realidad’” (p. 32).

► **15** • D. Bordwell, *Narration in the Fiction Film* (Nueva York: Routledge, 1985).

► **16** • Cf. A. Echeverri, “Una tendencia narrativa en el cine contemporáneo: el modo ‘indie’”. *Revista Enfoco*, 36. San Antonio de los Baños: EICTV, 2011).

► **17** • Los ejemplos más reconocidos que abrieron la pauta en este siglo son **Amores perros** (Alejandro González Iñárritu, 2000) y **Ciudad de Dios** (Cidade de Deus, Fernando Meirelles y Kátia Lund, 2002).

► **18** • A. Páquet, “Cine y urbanidad o el caballo de Troya de Hollywood”. *Revista Ocampo*, 8.0020 (2004). En línea.

► **19** • A. Cameron, ed., *Modular Narratives in Contemporary Cinema* (Nueva York: Palgrave Macmillan, 2008); W. Buckland, ed., *Puzzle Films. Complex Storytelling in Contemporary Cinema* (Oxford: Wiley-Blackwell, 2009).

► 20 • G. Rey, “Evocar la vida. Contextos y variaciones en el cine latinoamericano reciente” (2003). Consultado en julio de 2008. En línea.

► 21 • Cf. J. Suárez, *Cinembargo Colombia. Ensayos críticos sobre cine y cultura* (Cali: Universidad del Valle, 2009).

► 22 • O. Osorio, *Realidad y cine colombiano* (Medellín: Universidad de Antioquia, 2010).

► 23 • Colombia.com. “¿En qué consiste la Ley del cine en Colombia?”, 20 de mayo de 2016. En línea.

competencia de mercado, etc.²⁰. Mientras unos cineastas se ciñen por completo a estas exigencias, inclinados en gran medida a seguir el modelo norteamericano, otros se muestran menos dispuestos a ceder sus intereses personales y buscan en los otros dos esquemas narrativos y estéticos un lugar para sus creaciones.

En ese sentido, junto a las búsquedas claramente comerciales de ciertos proyectos cinematográficos, como los de Caracol Cine, RCN cine, Dago García Producciones, Take One Productions y, en menor medida, los de CMO Producciones, Dynamo y Rhayuela Films, —que se acercan por lo general al cine de narración hegemónica y en ocasiones al *indie*, con intención de espectáculo—, se erigen propuestas individuales de expresión artística y de otro tipo de productoras que pretenden visibilizar las voces autorales en el país, como Burning Blue, Ciudad Lunar, Contravía Films, entre otras, que permiten que también se realicen películas de arte y ensayo y paramétricas, que a priori se dirigen a un público menos masivo, gracias a su intención crítico-expresiva. Este tipo de cine, es evidente, necesita más apoyo del Estado que el otro.

Una diferencia notoria entre una y otra vertiente narrativa es la elección de las temáticas y su manera de tratarlas²¹. El cine comercial

tiende a las propuestas de género, como el terror, el cine negro y principalmente la comedia, y se acerca a la realidad de manera ligera y tangencial. Refleja y refuerza los estereotipos que hemos creado de nosotros mismos, habla de la “colombianidad” banalizando. En cambio, el cine-arte, al buscar la reflexión, profundiza en esa realidad, complejizándola y cuestionándola, y lo hace con discursos más contemplativos y profundos, que implican un esfuerzo mayor por parte del espectador. Como expresa indirectamente Oswaldo Osorio en su libro *Realidad y cine colombiano*²², estos filmes son los más necesarios en la construcción de una identidad nacional a partir del cine.

No obstante, hay quienes consideran que los apoyos deberían distribuirse equitativamente entre proyectos de las dos vertientes; como Julio Luzardo, quien lo cuestiona a menudo desde su portal Cinecolombiano.com, o Mario Mitrotti, presidente de la Asociación de Directores Audiovisuales (DASC), quien en un artículo sobre la ley del cine publicado en el portal Colombia.com en mayo de 2016, afirma que “la ley está marcada mucho hacia el cine de autor [...]. Los incentivos deberían ir [también] hacia el cine que se hace buscando el aplauso del público”, y concluye que “hay que incentivar que el cine colombiano tenga público, no solo premios en festivales”²³.

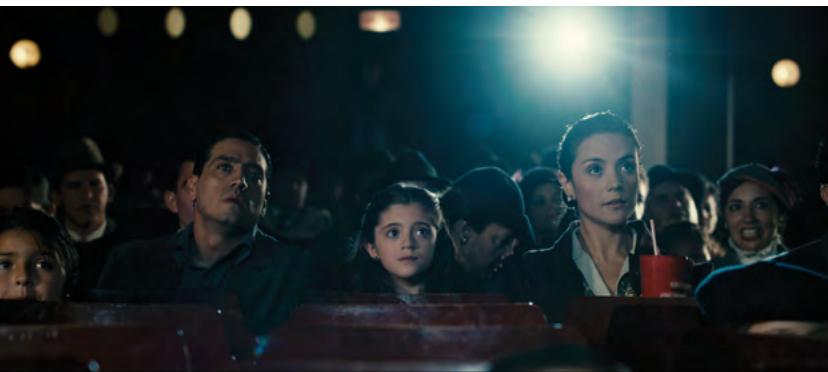


Foto de rodaje de *La mujer del animal* (Víctor Gaviria, 2016). Archivo: Daniela Goggle.

Relación entre las elecciones narrativas y los estímulos estatales

Si correlacionamos el perfil de los jurados, los lineamientos de los criterios de evaluación y las propuestas creativas del cine crítico-expresivo presentadas a las convocatorias, no es de extrañar que suelen ser estos proyectos los que obtienen más estímulos por concurso. Además, una vez finalizados para su exhibición, y en la medida en que su calidad final lo amerite y sean aceptados por festivales de cine reconocidos, también acceden a menudo a los estímulos automáticos para la promoción —que se dan por igual a las producciones comerciales que los solicitan— y la participación en muestras y festivales.

Es el caso de filmes diversos e interesantes que muy probablemente no llegarían a término sin el apoyo estatal, como: **Sumas y restas** (2004) y, recientemente, **La mujer del animal** (2016), de Víctor Gaviria; **Apo-calipsur** (2005), de Javier Mejía; **Perro come perro** (2007), de Carlos Moreno; **Los viajes del viento** (2009) y, más adelante, la multipremiada **El abrazo de la serpiente** (2016), de Ciro Guerra; **La sangre y la lluvia** (2009), de Jorge Navas; **El vuelco del cangrejo** (2009), de Óscar Ruiz Navia; **Pequeñas voces**, de Jairo Carrillo y Óscar Andrade (2003); **Gordo, calvo y bajito** (2012), de Carlos Osuna; **La playa D.C.** (2012), de Juan Andrés Arango; **La Sirga** (2012), de William Vega; **Memorias del calavera** (2014), de Rubén Mendoza; **La tierra y la sombra** (2015), de César



Fotograma de **Roa** (Andy Baiz, 2013).

Acevedo; **Ella** (2015), de Libia Stella Gómez, u **Oscuro animal** (2016), de Felipe Guerrero. Sin embargo, hay algunos pocos casos de películas que comparten estas búsquedas narrativas y no obtienen los estímulos de las convocatorias a las que se presentan, y aun así logran ser realizadas, como ha sucedido con **Crónica del fin del mundo** (2013), de Mauricio Cuervo; **Climas** (2015), de Enrica Pérez; **Siempre viva** (2015), de Klych López, o las dos interesantísimas películas de Lina Rodríguez, **Señoritas** (2014) y **Mañana a esta hora** (2016).

Por otra parte, también se presentan a las convocatorias del FDC proyectos de otras índoles, con tendencia comercial, más cercanos al público, y en ocasiones también obtienen estímulos para su desarrollo, producción o postproducción —por ejemplo, **Paraíso**

Travel (2008), de Simón Brand; **La lectora** (2012), de Riccardo Gabrielli; **Roa** (2013), de Andy Baiz; **Cuidad Delirio** (2014), de Chus Gutiérrez; o **Saudó, laberinto de almas** (2016), de Jhonny Hendrix Hinestroza—, pero son más los casos en los que se realizan sin apoyo estatal, sea porque no lo solicitan —como puede ser el caso de **La ministra inmoral** (2007), de Julio Luzardo y Celmira Zuluaga; **Entre sábanas** (2008), de Gustavo Nieto Roa; **Sin tetas no hay paraíso** (2005), de Gustavo Bolívar; o **Güelcom tu Colombia** (2015), de Ricardo Coral—, o porque, a pesar de presentarse no obtienen tales estímulos —como **Infraganti** (2009), de Juan Camilo Pinzón; **El jefe** (2010), de Jaime Escallón; **El escritor de telenovelas** (2011), de Dago García; **Mi gente linda, mi gente bella** (2012), de Harold Trompetero; o **Secretos** (2013), de Fernando Ayllón—, y no obstante siguen adelante con su producción, con diferentes grados de aceptación por parte del público, que se representa en la taquilla obtenida, que varía de una a otra, pero que suele ser superior a la del otro tipo de producciones.

En esta medida, se puede pensar que, si bien el apoyo estatal es muy relevante para la realización de películas en el país, como reconocen varios productores, que opinan que sin la ley de cine no habrían podido hacer películas —entre ellos, Diego Ramírez, de



Fotogramas de **Saudó, laberinto de almas** (Jhonny Hendrix Hinestroza, 2016).



64-A Films, y Alejandro Arango, de Contenido Films, entrevistados en el programa *Cultura al aire*²⁴, y claramente desde la creación del FDC se disparó la producción cinematográfica en Colombia, el cine nacional puede desarrollarse al margen de estos incentivos. Incluso hay quien considera que la ley de cine ha sido perjudicial para el sector: “Tristemente, la realidad es que nuestro cine ha perdido mucho en los años que lleva desde que se inició el nuevo período de la implementación de la Ley de cine 814 en el año 2003”²⁵.

Si miramos de cerca los listados de proyectos presentados y los ganadores de estímulos del FDC, como se muestra en el cuadro de las siguientes páginas, podemos descubrir relaciones interesantes. De más de tres mil proyectos presentados a las convocatorias

de desarrollo de guion, han ganado hasta el momento 172, pero de ellos solo se han realizado 20, y se pueden reconocer²⁶ otros 12 que se han presentado, no han obtenido el estímulo, pero han llegado a término.

Respecto a los proyectos presentados a las diversas convocatorias de desarrollo de largometraje de ficción —que en ocasiones se trata de una categoría única y en otras se divide en varias, como realización cinematográfica y realización de video, u ópera prima, segunda película del director y coproducciones—, de más de mil doscientos proyectos presentados, han obtenido estímulos cerca del 10%, de los que hasta el momento se han finalizado 76 —hay que tener en cuenta que en las convocatorias se suele dar un plazo de hasta tres años para su finalización, por lo que las cifras disminuyen

► 24 • Programa “10 años de la Ley de cine 814”, emitido el 21 de julio de 2013. Ministerio de Cultura/RTVC. En línea.

► 25 • J. Luzardo, “El duro trance del cine colombiano”. *Cinecolombiano.com* (diciembre 2015).

► 26 • Se pueden reconocer por cuanto los títulos de los proyectos presentados se mantienen una vez se producen y se estrenan las películas. Muchos proyectos cambian de nombre en el transcurso de su desarrollo y, en tal caso, es muy difícil seguirles la pista.

Año		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Totales
Total desarrollo de largometraje	Proyectos presentados a FDC	No hay datos	No hay datos	No hay datos	96	94	109	36	123	103	175	156	168	146	1.206
	Proyectos aceptados FDC	No hay datos	No hay datos	No hay datos	65	65	72	110	73	25	121	104	116	123	874
	Proyectos ganadores FDC	9	15	8	10	11	12	13	9	10	11	6	7	No hay datos	121
	Proyectos presentados/ganadores realizados	2	11	7	7	6	6	10	8	10	7	2	0	No hay datos	76
	Proyectos presentados/no ganadores realizados	No hay datos	No hay datos	No hay datos	12	6	9	13	10	34	11	2	1	No hay datos	98
Posproducción de largometraje	Proyectos presentados a FDC	No hay datos	No hay datos	No hay datos	14	18	15	14	14	12	16	18	29	23	173
	Proyectos aceptados FDC	No hay datos	No hay datos	No hay datos	9	12	7	10	10	5	15	17	25	14	124
	Proyectos ganadores FDC	7	3	4	3	2	3	3	2	2	2	3	4	No hay datos	38
	Proyectos presentados/ganadores estrenados	6	3	4	3	0	3	3	2	0	2	2	1	No hay datos	29
	Proyectos presentados/no ganadores estrenados	No hay datos	No hay datos	No hay datos	0	3	4	1	3	4	4	3	3	No hay datos	25

▣ Cuadro. Proyectos presentados a las convocatorias de ficción del FDC, aceptados, ganadores y realizados (con y sin estímulos), (continuación ...).

Año		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Totales
Estímulo integral	Proyectos presentados a FDC	No aplica	66	32	32	130									
	Proyectos aceptados FDC	No aplica	18	29	30	77									
	Proyectos ganadores FDC	No aplica	2	2	No hay datos	4									
	Proyectos presentados/ganadores realizados	No aplica	0	0	No hay datos	0									
	Proyectos presentados/no ganadores realizados	No aplica	0	1	No hay datos	1									
	Total cintas estrenadas ganadoras de estímulos FDC	3	7	8	6	9	7	5	14	11	5	8	17	13	113
Total cintas estrenadas no ganadoras de estímulos FDC	3	1	0	4	4	4	5	10	10	10	11	25	14	101	



■ Fotograma de **El lamento** (Juan Camilo Pinzón, 2016). Fuente: Proimágenes. En línea.

notablemente en los dos últimos años—, mientras que, de los proyectos presentados que no han resultado favorecidos por el FDC, casi un centenar se han logrado terminar y estrenar en el país.

En cuanto a la posproducción, los porcentajes varían notablemente. De los 173 que se han presentado desde 2007 —en los tres años anteriores no hay datos publicados de los aspirantes y solo aparecen los de los ganadores—, los premiados han sido veinticuatro, y se han estrenado dieciséis, una cifra mucho más aceptable que las anteriores. Por otra parte, los proyectos que han logrado concluir por su cuenta los no ganadores llegan a veinticinco, lo que se explicaría por el avanzado estado de la producción al momento de presentarse a las convocatorias.

Por último, al acercarnos a una de las últimas adiciones a las convocatorias de ficción del FDC: el “Estímulo integral”, podemos ver que de los ciento treinta proyectos presentados en los tres últimos años en los que

ha funcionado tal modalidad, solo cuatro han resultado ganadores (dos por cada convocatoria, teniendo en cuenta que la última no ha entregado aún sus resultados a la hora de la redacción de este artículo), y todavía no se ha terminado ninguna de las películas favorecidas, mientras que una que se presentó y no obtuvo el estímulo ya llegó a la cartelera: **El lamento** (2016), de Juan Camilo Pinzón, escrita y producida por Dago García, con el apoyo de Caracol.

El público, el cine colombiano y el FDC

Una de las quejas constantes en el sector, encabezada por Julio Luzardo en sus numerosos artículos y videos publicados en su portal web, es la lejanía que existe entre el cine colombiano y el público nacional. Aparte de los problemas que suelen encontrar las películas a la hora de conseguir distribución y espacios generosos de exhibición comercial —por lo general se enfrentan a la competencia brutal que les imponen los distribuidores comerciales y los principales exhibidores, que privilegian los *blockbusters* por sobre cualquier otra consideración, y que las sacan de las salas tras un primer fin de semana poco rentable—, en el momento en el que llegan a las pantallas, les cuesta demasiado obtener respuesta del público. La mayoría de las películas

premiadas por el FDC no superan los cincuenta mil espectadores, y muchas no llegan a los diez mil²⁸.

Como explica Luzardo en su artículo “El duro trance del cine colombiano”, tras un breve período de “luna de miel”, en el que seis de las primeras películas ganadoras de los principales estímulos: **Soñar no cuesta nada** (2006), de Rodrigo Triana; **Paraíso Travel** (2008), de Simón Brand; **Bluff** (2007), de Felipe Martínez; **Satanás** (2007), de Andy Baiz; **Esto huele mal** (2007), de Jorge Alí Triana; y **Al final del espectro** (2007), de Juan Felipe Orozco —todas cercanas al cine-espectáculo—, que entre 2006 y 2008 obtuvieron un recaudo de taquilla excepcional gracias a la asistencia, en total, de cerca de cuatro millones de espectadores, los siguientes títulos premiados por el FDC que se han estrenado —más cercanos, como se ha dicho, al cine crítico-expresivo— han corrido con una suerte muy distinta, con un promedio, según Luzardo, que no supera los veinte mil espectadores cada una²⁹, frente a los alcances de las películas que Dago García estrena cada 25 de diciembre —que consiguen de quinientos mil a dos millones de espectadores— y las cifras que consiguen otros realizadores comerciales, como Fernando Ayllón y Harold Trompetero, usualmente menores pero notables.



■ Foto fija de **Soñar no cuesta nada** (Rodrigo Triana, 2006). Foto: © cmo Producciones.

En otro de sus polémicos artículos, “¿Premios o público?”, posteo en julio de 2016, el veterano director comenta:

*Sin intentar hacer una evaluación del tema Arte vs. Comercio, que es un tema tan espinoso y controvertido como lo son la política y la religión, podemos ver que la solución para nuestro cine se encuentra en un punto intermedio entre lo logrado por **El abrazo de la serpiente**, por un lado, con toda la promoción imaginable y la apertura de mercados internacionales, y lo alcanzado por **Usted no sabe quién soy yo** [2016], del otro lado; sin promoción, sin inversionistas, sin canal de televisión y sin apoyo inicial del FDC. Ambas se encuentran en polos opuestos, pero ambas contribuyen a crear metas alcanzables para los nuevos cineastas que vienen detrás y no saben muy bien qué les depara el destino en el corto, mediano y largo plazo.*

► **28** • De nuevo, la fuente son las estadísticas del cine colombiano del portal de Proimágenes Colombia.

► **29** • Con la notable excepción de **El abrazo de la serpiente** que en principio tuvo unos cien mil espectadores, pero que tras su reestreno al conseguir la nominación a los Óscar aumentó su taquilla hasta medio millón de boletas vendidas en Colombia. Además, llegó al millón de dólares de recaudo en Estados Unidos, proeza que resalta el mismo Luzardo en otro artículo de su portal web.



► **30** • Al respecto, Ramiro Arbeláez, profesor de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle, expone: “hay una desigualdad en el tratamiento que hay entre el cine nacional y el extranjero. Las películas extranjeras tienen propaganda gratis en la prensa, contrario a lo que sucede con las colombianas, y llegan a un precio cómodo para los distribuidores, si compran una le ofrecen otra a bajo precio. Y compiten con las nacionales, a las que los exhibidores les exigen igual comportamiento en taquilla. Si la sala no tiene un mínimo de asistentes en la semana, en los primeros días del estreno, la sacan. Se debería estipular en la ley de cine que la duración sea más larga en el caso del cine nacional” R. Arbeláez, “¿Existirá un veto al cine colombiano?” *El País*, Cultura (noviembre 2015). En línea.

► **31** • P. Villamarín, “El público deserta del cine nacional”. *El Tiempo* (julio 2010). En línea.

La gran pregunta que queda abierta es por qué el público prefiere de manera tan radical el cine comercial, que parece (mala) televisión llevada a la pantalla grande, y en cambio no les da oportunidad a películas cuyas propuestas son más complejas y con un valor estético mayor. La respuesta preconcebida es que este gran público de clase media se ve bien reflejado en las cintas de Dago y compañía, y en cambio siente ajenas las historias que cuentan los demás filmes. Pero detrás de esto se encuentra la maquinaria informativa y publicitaria de Caracol Televisión y RCN, el adormecimiento intelectual de las masas, generado tanto por esa misma industria televisiva como por la cinematografía hollywoodense, que ofrecen contenidos mascados, de fácil comprensión, en los que se evita cualquier esfuerzo por parte del espectador —incluso las grandes películas norteamericanas se proyectan dobladas en los principales multiplex—, el exceso de oferta audiovisual real y mediática, recargada de contenidos banales, ligeros y basados en estereotipos, y el miedo al cambio, incluso en niveles tan elementales como éste.

En esa medida, algo que claramente hace falta es la formación activa de públicos en el país. La ley de cine lo contempla y el FDC ofrece estímulos para desarrollar programas en este sentido, pero es claro que no son suficientes.

Debería haber una política estatal clara al respecto, que incluya una cuota de pantalla suficiente³⁰, tanto en las salas de cine como en las transmisiones en televisión nacional, para que las películas no comerciales consigan la visibilidad que merecen, así como medios de acercamiento del público a las producciones apoyadas por el Fondo, que incluya presentaciones y discusiones guiadas en salas y otras ventanas de exhibición.

Esto permitiría acortar las distancias entre uno y otro cine. Aunque seguramente, como en el resto del mundo, seguiría consiguiendo más atención y recaudo económico el cine-espectáculo, por su parte el cine crítico-expresivo, apoyado mayoritariamente por el FDC, no sería visto con los malos ojos con que se recibe por parte de ese gran público, que lo considera aburrido, como opina Pablo Umaña, de Cinemark, en el artículo de *El Tiempo* “El público deserta del cine nacional”³¹, en el que Federico Mejía, de Babilla Ciné, y Diego Ramírez, de Dynamo, apuntan que tras ese primer asombro con las películas antes nombradas, el cine colombiano dejó de ser novedoso y atraer al público. En “Una respuesta a Julio Luzardo”, Pedro Adrián Zuluaga sostiene: “quedan en evidencia los crasos errores de cálculo de muchos productores y distribuidores a la hora de medir la dimensión de los estrenos, en cuanto al número de copias suficientes para un mercado doméstico

en contracción —para el caso del cine colombiano— y que requiere reinventarse para volver a enganchar al público, que ha dejado de identificarse con las películas hechas en el país”³².

Otra de las frecuentes quejas por parte del público es que el cine nacional es muy repetitivo. “No es cierto que todo nuestro cine es sobre violencia y narcotráfico, al contrario, se necesitaría que se hablara más de ello y el público lo viera más, lo cual seguramente contribuiría a entender muchos de nuestros problemas”, responde Oswaldo Osorio en el artículo web “El cine colombiano: ¿menos balazos y más besos?”, y más adelante lo refuerza:

[...] ese cine que refleja nuestra problemática realidad no es todo el cine que se produce en el país, como muchos quieren creer y por lo que afirman estar cansados de los mismos temas. Sólo que ese cine sobre la realidad es muchas veces el más comentado y casi siempre el más significativo [...] menos de la mitad de nuestro cine es sobre esos temas que supuestamente tiene cansado a todo el mundo. Esta falsa impresión no tiene en cuenta todas esas películas que se hacen en el país con fines comerciales, que buscan en el humor fácil o las historias populistas el beneplácito del público³³.

En ese sentido, la formación consciente de públicos es esencial, pues “el espectador



■ Fotograma de **Bluff** (Felipe Martínez, 2007). Foto: ©Laberinto Producciones.

colombiano es crispetero, poco cinéfilo y prejuicioso con el cine nacional”. De hecho, muchas películas de cine-arte que abordan el “trillado” tema de la violencia en el país lo hacen a través de búsquedas nuevas, con acercamientos distintos a esa realidad, desde la metáfora y la marginalidad³⁴.

Sin embargo, otro elemento a tener en cuenta es que es el cine taquillero el que provee los recursos financieros que sostienen el FDC —de cada boleta vendida se devuelve un porcentaje al Fondo—, que se invierten, precisamente, en el otro tipo de películas. Además, estas producciones también reciben beneficios estatales tras su estreno, como acepta Fernando Ayllón en entrevista realizada por el portal Cinecolombiano.com: “No utilizo los beneficios tributarios de la ley de cine pero siempre cuento con los estímulos automáticos por espectadores como estrategia de retorno”³⁵.

► **32** • Pajarera del medio. Blog. Diciembre de 2010. En línea.

► **33** • O. Osorio, “El cine colombiano: ¿menos balazos y más besos?” *Universo Centro* (febrero 2010). En línea.

► **34** • Cf. A. Echeverri, “La estética de la marginalidad: un nuevo realismo en el cine colombiano”, en Sedeño, Matute y Ruiz, coords., *Panorama del cine iberoamericano en un contexto global. Historias comunes, propuestas, futuro* (Madrid: Dykinson, 2015) y “Realidad y metáfora en el cine colombiano contemporáneo. La nueva tendencia realista a la luz de la teoría de la integración conceptual”, en C. Ardila, I. Gunia y S. Schlickers, eds., *Estéticas de autenticidad. Literatura, arte, cine y creación intermedial en Hispanoamérica* (Medellín: Universidad EAFIT/Universidad de Hamburgo, 2015).

► 35 • Cinecolombiano.com, “Fernando Ayllón: un cineasta emprendedor” (9 de enero de 2015). En línea.

► 36 • J. R. Quintero, “Dago García, entre la crítica y la taquilla”. *Revista Diners.com.co* (marzo 2016). En línea.

► 37 • Quintero, “Dago García, entre la crítica y la taquilla”.

► 38 • F. Casetti, *El filme y su espectador* (Madrid: Cátedra, 1996).

Son cines que deben convivir en el país, como lo hacen en el resto del mundo. Dago García expresa en una entrevista realizada por la revista *Diners*: “Yo creo que sí hay una diferenciación en el cine entre los productos del entretenimiento y los productos de arte y ensayo. Además estoy convencido de que es una diferencia que no es excluyente ni antagónica, sino por el contrario, es una diferencia que debe ser solidaria y complementaria, por eso nosotros participamos también en otro tipo de proyectos”³⁶, como **Cazando luciérnagas** (2012), de Roberto Flores, o **El abrazo de la serpiente**, que contaron con el apoyo económico de su productora. Más adelante, asevera: “El cine de arte y ensayo no tiene como prioridad consultar al público, es un tema entre el autor y la obra, y tiene que ser así. En el momento en que intervenga el público en esa ecuación, se acabó el arte. [...] El entretenimiento, en cambio, sí tiene en su ecuación al público, porque trabaja para el público masivo”³⁷.

Se trata, como ya hemos dicho, de enfoques distintos, con sistemas de producción disímiles, que apelan a públicos diferentes. No apuntan al mismo espectador ni pretenden entablar una relación semejante con él. Los amantes del cine crítico-expresivo ven las películas como elementos culturales, equivalentes a la literatura, el teatro o la ópera, y suelen verlas en salas especializadas, tanto privadas y

costosas, como Cinemanía, Cinema Paraíso o el multiplex Avenida Chile, en Bogotá, Vizcaya en Medellín o Cinespiral en Manizales; como en espacios de difusión públicos o educativos más democráticos, como la Cinemateca Distrital de Bogotá, el Museo de la Tertulia en Cali, la Cinemateca del Caribe en Barranquilla o el Centro Colombo-Americano en Medellín. Mientras que los que prefieren el cine-espectáculo lo que buscan es puro entretenimiento, acompañado de palomitas y gaseosa, bullicio y plan familiar. Y es este cine el que debe luchar con más fuerza contra la piratería, que es una amenaza mucho más seria para él que el otro tipo de cine.

Respecto a la relación establecida con el espectador por parte de las películas de ambas vertientes, Casetti³⁸ distingue dos formas de ver al espectador: el *decodificador* y el *interlocutor*. El primero, habitual en el cine-espectáculo, es el que participa en el proceso filmico identificando lo que ve, armando la historia en su cabeza a partir de las señales que le da el filme, lo que hace parte del disfrute; el otro, que se decanta por el cine crítico-expresivo, recibe las propuestas de la película y responde de manera personal a ellas, se vuelve cómplice del artificio y su participación es mucho más racional. Estas dos miradas, sobra decir, no son disyuntivas: un espectador puede y suele ser decodificador e interlocutor a la vez, pero también suele privilegiar uno de

los dos roles; por eso puede ver activamente películas muy diversas e interactuar con ellas de la manera idónea.

En este orden de ideas, lo que se debería pretender no es que el cine arte le “quite” espectadores al cine comercial, sino que el público acceda a los dos tipos de producciones sin excluirlas, que no deje de asistir al primero, sino que también le dé la oportunidad y pague la boleta para ver el otro.

Así, lo que hay que poner sobre la mesa son los problemas que le plantea el cine-arte colombiano a su público doméstico. Puede tratarse de problemas estructurales de fondo, como guiones endebles, a los que claramente les hacen falta muchas sesiones de reescritura o replanteamiento de la historia misma. Es posible que la falta de conexión con el público local se deba a que los directores con intención autoral hacen las películas en función, sobre todo, de los jurados —del FDC y de los grandes festivales de cine del mundo— y no del espectador local. Pero si varias de estas películas han “conquistado” otros países —como **Gente de bien** (2015), de Franco Lolli, **Los colores de la montaña** (2011), de Carlos César Arbeláez, o **Porfirio** (2012), de Alejandro Landes—, podrían acercarse al colombiano. Lo que falta son estrategias para ese acercamiento.

Los mecanismos de difusión cinematográfica estatales —en particular *Pantalla*



► Foto fija de **Los colores de la montaña** (Carlos César Arbeláez, 2011). Foto: Gonzalo Martínez.

Colombia, de Proimágenes, y *Claqueta*, de la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura— que hacen su mayor esfuerzo por visibilizar el cine nacional, llegan a un *target* de lectores muy restringido, compuesto en su mayoría por gente que ya pertenece al sector, y no al público en general. Habría, pues, que buscar masificar estos boletines, ofrecerlos también a través de portales comerciales, publicitarlos y, en el caso de la *Claqueta*, hacerlos más atractivos y redundantes. Y junto a estos, buscar y edificar otros medios de comunicación que hablen del cine colombiano al gran público colombiano. Ese es el mayor reto que se le impone ahora al Estado para que el cine realizado con sus incentivos —y el que lo hace al margen también— crezca y permita que alguna vez exista esa “industria cinematográfica” de la que se habla mucho antes de haberla conseguido. ◻

Referencias

Acosta Lara, B. P. “Análisis de las políticas de fomento del cine en Colombia”. Monografía de grado, Facultad de Ciencia Política y Gobierno, Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, 2009.

Arbeláez, R. “¿Existirá un veto al cine colombiano?” *El País*, Cultura (noviembre 2015). En línea.

Bordwell, D. *Narration in the Fiction Film*. Nueva York: Routledge, 1985.

Buckland, W. ed. *Puzzle Films. Complex Storytelling in Contemporary Cinema*. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009.

Cameron, A. ed. *Modular Narratives in Contemporary Cinema*. Nueva York: Palgrave Macmillan, 2008.

Casetti, F. *El filme y su espectador*. Madrid: Cátedra, 1996.

Cinecolombiano.com. “Fernando Ayllón: un cineasta emprendedor” (9 de enero de 2015). En línea.

Colombia.com. “¿En qué consiste la Ley del cine en Colombia?” (20 de mayo de 2016). En línea.

Echeverri, A. “La estética de la marginalidad: un nuevo realismo en el cine colombiano”. En Sedeño, Matute y Ruiz, coords., *Panorama del cine iberoamericano en un contexto global. Historias comunes, propuestas, futuro*. Madrid: Dykinson, 2015.

_____. “Realidad y metáfora en el cine colombiano contemporáneo. La nueva tendencia realista a la luz de la teoría de la integración conceptual”. En C. Ardila, I. Gunia y S. Schlickers eds., *Estéticas de autenticidad. Literatura, arte, cine y creación intermedial en Hispanoamérica*. Medellín: Universidad EAFIT/Universidad de Hamburgo, 2015.

_____. “Una tendencia narrativa en el cine contemporáneo: el modo ‘indie’”. *Revista Enfoco*, 36 (2011). San Antonio de los Baños: EICTV.

Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano. *Historia del cine colombiano*. Colección en DVD, 14 capítulos y cuademillo. Bogotá, 2012.

Gaudreault, A. y F. Jost. *El relato cinematográfico*. Barcelona: Paidós, 1995.

King, J. *El carrete mágico. Una historia del cine latinoamericano*. Bogotá: Tercer Mundo, 1994.

Luzardo, J. “El duro trance del cine colombiano”. Cinecolombiano.com (diciembre de 2015).

_____. *Cine colombiano* (2013-2016). Portal Web (antes *Enrodaje.net*). Consultado en septiembre de 2016. En línea.

Osorio, O. *Realidad y cine colombiano*. Medellín: Universidad de Antioquia, 2010.

_____. “El cine colombiano: ¿menos balazos y más besos?” Universo Centro (febrero 2010). En línea.

Pâquet, A. Cine y urbanidad o el caballo de Troya de Hollywood. *Revista Ocampo*, 8.0020 (2004). Consultado en julio de 2008. En línea.

Pezzella, M. *Estética del cine*. Madrid: Machado Libros, 2004.

Proimágenes Colombia, Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica. *Cine colombiano* (s.f.). Consultado en agosto de 2016. En línea.

Quintero, J. R. “Dago García, entre la crítica y la taquilla”. *Revista Diners.com.co* (marzo de 2016). En línea.

Rey, G. Evocar la vida. *Contextos y variaciones en el cine latinoamericano*

reciente. Museo de Bellas Artes de Houston, 2003. Consultado en julio de 2008. En línea.

Ruffinelli, J. “La cámara inquieta”. *Cinemas d’Amérique Latine*, 8 (2000). Toulouse: Association Rencontres Cinémas d’Amérique Latine, Centre National du Livre.

Suárez, J. *Cinembargo Colombia. Ensayos críticos sobre cine y cultura*. Cali: Universidad del Valle, 2009.

Torres, R. A. “‘Hemos de tener un arte propio’”. Noventa años de cine colombiano”. En J. A. Moreno Gómez, *Largometrajes colombianos en cine y video: 1915-2004*. Bogotá: Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, 2004.

Universidad Nacional de Colombia. Cine & Televisión, Facultad de Artes (s.f.). Plegable. Consultado en septiembre de 2016. En línea.

Villamarín, P. “El público deserta del cine nacional”. *El Tiempo* (julio de 2010). En línea.

Zuluaga, P. A. *Pajarera del medio*. Weblog (2008-2016). Consultado en septiembre de 2016. En línea.

Filmografía

Acevedo, César. **La tierra y la sombra.** Colombia, 2015, 97 min.

Alí Triana, Jorge. **Esto huele mal.** Colombia, 2007, 100 min.

Arango, Juan Andrés. **La playa D.C.** Colombia, 2012, 90 min.



Arbeláez, Carlos César. **Los colores de la montaña.** Colombia, 2011, 94 min.

Ayllón, Fernando. **Secretos.** Colombia, 2013, 90 min.

Baiz, Andy. **Satanás.** Colombia, 2007, 95 min.



_____. Roa. **Colombia,** 2013, 90 min.

Bolívar, Gustavo. **Sin tetas no hay paraíso.** Colombia, 2005, 118 min.

Brand, Simón. **Paraíso Travel.** Colombia, 2008, 117 min.

Carrillo, Jairo y Óscar Andrade. **Pequeñas voces.** Animación documental. Colombia, 2003, 75 min.

Coral, Ricardo. **Güelcom tu Colombia.** Colombia, 2015, 92 min.

Cuervo, Mauricio. **Crónica del fin del mundo.** Colombia, 2013, 90 min.

Escallón, Jaime. **El jefe.** Colombia, 2010, 90 min.

Flores, Roberto. **Cazando luciérnagas.** Colombia, 2012, 146 min.

Gabrielli, Riccardo. **La lectora.** Colombia, 2012, 96 min.

García, Dago. **El escritor de telenovelas.** Colombia, 2011, 92 min.

Gaviria, Víctor. **Sumas y restas.** Colombia, 2004, 105 min.

_____. **La mujer del animal.** Colombia, 2016, 120 min.

Gómez, Libia Stella. **Ella.** Colombia, 2015, 104 min.

González Iñárritu, Alejandro. **Amores perros.** México, 2000, 155 min.

Guerra, Ciro. **Los viajes del viento.** Colombia, 2009, 117 min.



_____. **El abrazo de la serpiente.** Colombia, 2016, 125 min.

Guerrero, Felipe. **Oscuro animal.** Colombia, 2016, 107 min.

Gutiérrez, Chus. **Ciudad Delirio.** Colombia, España, 2014, 92 min.

Hinestroza, Jhonny Hendrix. **Saudó, laberinto de almas.** Colombia, 2016, 82 min.

Landes, Alejandro. **Porfirio.** Colombia, 2012, 101 min.

Lolli, Franco. **Gente de bien.** Colombia, 2015, 87 min.



López, Klych. **Siempre viva.** Colombia, 2015, 111 min.

Luzardo, Julio y Celmira Zuluaga. **La ministra inmoral.** Colombia, 2007, 106 min.

Martínez, Felipe. **Bluff.** Colombia, 2007, 103 min.

Meirelles, Fernando y Kátia Lund. **Cidade de Deus** (Ciudad de Dios), Brasil, 2002, 130 min.



Mejía, Javier. **Apocalipsur**. Colombia, 2005, 101 min.

Mendoza, Rubén. **Memorias del calavero**. Documental. Colombia, 2014, 103 min.

Moreno, Carlos. **Perro come perro**. Colombia, 2007, 106 min.

Navas, Jorge. **La sangre y la lluvia**. Colombia, 2009, 90 min.

Nieto Roa, Gustavo. **Entre sábanas**. Colombia, 2008, 98 min.

Orozco, Juan Felipe. **Al final del espectro**. Colombia, 2007, 92 min.

Osuna, Carlos. **Gordo, calvo y bajito**. Animación, Colombia, 2012, 91 min.

Pérez, Enrica. **Climas**. Perú, 2015, 84 min.

Pinzón, Juan Camilo. **Infraganti**. Colombia, 2009, 95 min.

_____. **El lamento**. Colombia, 2016, 88 min.

Rodríguez, Lina. **Mañana a esta hora**. Colombia, 2016, 85 min.

Señoritas. Colombia, 2014, 87 min.

Ruiz Navia, Óscar. **El vuelco del cangrejo**. Colombia, 2009, 92 min.

Triana, Rodrigo. **Soñar no cuesta nada**. Colombia, 2006, 100 min.

Trompetero, Harold. **Mi gente linda, mi gente bella**. Colombia, 2012, 90 min.



Vega, William. **La Sirga**. Colombia, 2012, 89 min.



Presentación del Fdc 2016 en el Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias, FICCI 56. © Proimágenes Colombia. Archivo: Laboratorios Black Velvet. Foto: Sergio I. Rodríguez.



Imagen de uno de los *pitch* realizados dentro de la convocatoria del Fdc de 2016. © Proimágenes Colombia. Archivo: Laboratorios Black Velvet. Foto: Sergio I. Rodríguez.



Sistema nacional cinematográfico: principio y fin de las regiones colombianas

► CUADERNOS DE CINE COLOMBIANO 26-2017 NUEVA ÉPOCA

Sistema nacional cinematográfico: principio y fin de las regiones colombianas

National Film System: the Beginning and the End of Colombian Regions

Por Juan Carlos Romero

Palabras clave: sistema nacional cinematográfico, fotogenia regional, ley de cultura, ley de cine, Encuentro Nacional de Cine, Consejo Nacional de las Artes y de la Cultura Cinematográfica, Fondo de Desarrollo Cinematográfico.

Resumen: este artículo tiene como propósito revisar el orden jurídico y sectorial de la comunidad cinematográfica colombiana, pero considerando de manera urgente el desarrollo en términos de cine de las regiones. Si bien la ley de cultura y, posteriormente, la ley del cine ordenaron el sector y le dieron vías económicas y logísticas al segmento dedicado a la producción, hoy vemos un mapa fragmentado e inequitativo del desarrollo estructural de la cinematografía nacional. En este texto se indaga por las leyes y se revisan casos ejemplares de películas que permiten evidenciar la existencia de dos realidades: la de una industria cinematográfica pujante y con números optimistas respecto de su desarrollo y una porción considerable de nuestro mapa geográfico que aún no logra definir las condiciones y las características de su propio progreso cultural y social en lo cinematográfico.

Keywords: *Sistema nacional cinematográfico*, regional photography, Culture Act, Film Act, National Cinema Encounter, National Council of Cinematographic Arts and Culture, Film Development Fund.

Abstract: This article aims to review the juridical and sector situation of the Colombian film community, considering that development in terms of regional cinema is urgent. While the Culture Act and, subsequently, the Film Act ordered the sector and gave way to the economic and logistic alternatives to the segment dedicated to production, today we see a fragmented and inequitable map of the structural development of national cinematography. This text explores the laws and reviews exemplary cases of movies, proving the existence of two realities: that of a thriving film industry with optimistic figures as to its development, and a considerable portion of our geography that still lacks the conditions and characteristics of their own cultural and social progress regarding film.

Obras contundentes del cine nacional se filmaron lejos de Bogotá. **La tierra y la sombra** (César Acevedo, 2015) y **El abrazo de la serpiente** (Ciro Guerra, 2015) se rodaron en lugares muy distantes y distintos de nuestra amplia geografía: la película ganadora de la prestigiosa Cámara de Oro del año 2015 se creó en el corregimiento de El Tiple, municipio de la Candelaria, Valle del Cauca, y nuestro orgullo nacional, finalista en los premios Oscar, se filmó en las profundas selvas de Guainía y Vaupés. Estos reconocimientos artísticos son indicadores serios del nivel técnico y artístico de nuestro cine. Detrás de estas obras contundentes hay el esfuerzo de coproducciones internacionales que, a su vez, responden al desarrollo de nuestra política pública cinematográfica.

La ópera prima del director Acevedo contó con la participación de Francia, Holanda, Chile, Brasil y, por supuesto, Colombia. El tercer largometraje de Ciro Guerra fue fruto del esfuerzo nacional y de apoyos llegados de Venezuela y Argentina. Y ambas películas fueron beneficiarias de estímulos del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC). **La tierra y la sombra** y **El abrazo de la serpiente** representan la madurez de una política pública que se ha sostenido en el tiempo y que, mal o bien, ha de seguir acompañando el desarrollo de nuestra cinematografía. En esa medida, estas dos importantes obras del cine colom-

biano permiten una lectura analítica que es importante para el presente texto: su conexión con los instrumentos públicos que promueven y desarrollan la cultura cinematográfica desde las regiones de nuestro amplio territorio.

En el Valle del Cauca la situación política y financiera ha sumido al departamento en una crisis continua en los últimos dos lustros. La famélica inversión pública en el sector cultural vallecaucano indica que prácticamente no existen aportes al cine, en un departamento antes pujante y activo, por su economía y desarrollo. La inestabilidad política departamental tiene un efecto directo en el desarrollo cultural de la región. Existe un Consejo Departamental de Cine en el Valle del Cauca. Este organismo es la manifestación concreta del sector del cine ante las autoridades departamentales que deben promover la cultura en general, incluido el cine, en cada región de este país. Ente **La tierra y la sombra** y el Consejo Departamental de Cine en el Valle del Cauca hay un abismo de distancia.

En Colombia existen en la actualidad 25 Consejos Departamentales de Cine creados por actos administrativos de las gobernaciones. Las Secretarías de Cultura son los entes designados por la Ley 814 para dar soporte administrativo y logístico a las labores de acompañamiento y asesoría que deben

desarrollar los Consejos Departamentales de Cultura (CDC). Su rol es la secretaría técnica y son el corazón y el dinamizador de los CDC. Para departamentos en crisis permanente, es imposible cumplir con la dinámica de un ente *ad honorem*, frágil y dependiente. Por este motivo, en el Valle del Cauca se ruedan películas trascendentales para la historia del cine de este país, sin el apoyo de algún ente departamental o municipal.

El abrazo de la serpiente tiene otra naturaleza y otra particularidad. En los territorios nacionales donde se filmó jamás han existido Consejos Departamentales de Cine, por lo que en Guainía y Vaupés ni se cumple ni se desarrolla la Ley 814. En cuanto a los paisajes vallecaucanos inundados, desolados a su manera, de ese mar verde de cañales inabarcables, y a los tristes campesinos que inspiran este profundo drama que conmovió a los espectadores de cine más exquisitos del mundo, se immortalizaron gracias a una ley que hizo posible filmarlos, pero que no garantizaba el desarrollo y la promoción de la actividad en estas tierras fértiles, no solo para la caña de azúcar, sino para el arte. Guainía y Vaupés necesitan existir en nuestro mapa nacional de una manera diferente. La inmensidad de los cerros de Mavecure y la enigmática y misteriosa huella de los pictogramas de Chiribiquete se nos descubren majestuosas ante un



▣ Premiación de **La tierra y la sombra** (César Acevedo, 2015) en la 68 edición del Festival de Cine de Cannes, Francia, donde recibió el SACD (de la Sociedad de Autores), el France 4 Visionary (premio al director revelación) y Le Grand Rail D'Or (el premio del público) y la Cámara de Oro [nota de ccc]. Archivo: Semana de la Crítica, Festival de Cannes.

país deslumbrado por lo bello de su territorio más profundo, impávido ante la asombrosa ignorancia de su legado.

Hay dos cinematografías en Colombia. Una ampulosa, deslumbrante y madura, fruto del conjunto de normas y de políticas afortunadas que lo han hecho posible, y otra por construir, en unas regiones colombianas aisladas, diversas y complejas. Tener un número mágico de 25 entes departamentales que dependen de los políticos locales no es garantía de nada en materia de promoción cultural de una actividad tan particular como la cinematográfica. Vemos dos realidades: una que ya ha logrado despuntar el propósito de una naciente industria cultural en torno al cine, y otra regional, territorial, que necesita encontrarse en la pantalla, dialogar con ella,



□ Foto publicada en el boletín informativo de FOCINE *Cine Hoy* n.º 4, 1986: "Luis Fernando Calderón, quien con Víctor Manuel Gaviria y Angela María Pérez escribieron **Rodrigo D**, recibe de María Emma Mejía, gerente de FOCINE, el segundo premio para guion original". Se trataba del VI concurso nacional de guiones donde los proyectos ganadores fueron **Técnicas de duelo** (Sergio Cabrera, 1988) y **Rodrigo D** (Víctor Gaviria, 1990) [nota de ccc]. Fuente: FPF.

sentir su necesidad. Antes que consolidar una industria, debemos construir un país en materia cinematográfica. No solo para filmarlo, sino para transformarlo. Hoy más que nunca se hace imperativa esta empresa.

Instrumentos y contextos

La relación entre el cine y el Estado colombiano ha sido intermitente. De altas y bajas. La necesidad de existir del cine es indiscutible. Lo complicado es la articulación de todos los factores que hacen posible una realización

cinematográfica y discriminar, entre estos factores, cuáles son del dominio público y cuáles del interés privado. Tomemos como referencia un tramo en el tiempo, que va de la creación de la Compañía para el Fomento Cinematográfico (FOCINE) en 1978 a la promulgación de la ley de cultura de 1997, como espectro para revisar qué ha pasado en materia cinematográfica. Adscrito a Colcultura y con una vida institucional relativamente breve (15 años), este periodo nos aleccionó de lo que no debe pasar en la relación Estado-cine. Pocos largometrajes para los años de trabajo de esta dependencia; mucha burocracia, amiguismo y favorecimientos nocivos; centralismo; cero presencia en las regiones colombianas y poco desarrollo del cine como aspecto esencial del diario vivir de los colombianos. El reto que se presentó en 1997 fue enorme: rescatar, vitalizar y dinamizar un sector. La creación del Ministerio de Cultura y la Ley 397 de 1997 que lo promulga fueron el inicio de un periodo redentor para nuestra cinematografía.

Conocida como la ley de cultura, se desarrolla como un instrumento indispensable para la proyección de la cultura en nuestro territorio, incluyendo la creación de un Ministerio. Esta ley nos dotó de un piso jurídico, filosófico e ideológico que era necesario precisar y declarar. Esta ley sienta las bases, define las fronteras, nombra y reconoce

las instancias entre los distintos escenarios, procesos y actores que se involucran en los acontecimientos culturales. Lo importante de esta normatividad es que su existencia no garantiza su cumplimiento y articulación en la vida diaria de las personas. Mucho de lo declarado en esta ley en relación con el cine y, concretamente, con el desarrollo de las regiones incluye un marco jurídico que plantea varias discusiones, pendientes de ser abordadas por las autoridades relacionadas con el cine. Temas sustanciales como el lugar que ocupa este arte dentro del gran concepto llamado patrimonio cultural colombiano o el de indagar sobre la forma como el Estado y la sociedad colombiana definen la relación entre cinematografía e identidad nacional y cómo se promulga este contacto, cómo se difunde. En ese mismo sentido, el articulado de esta ley es audaz y desafiante: propone iniciativas que están promulgadas, pero que no se han activado, que serían revulsivos necesarios para revitalizar el sector desde las regiones.

Revisemos un ejemplo: el artículo 18 de la Ley 397 es una de las iniciativas necesarias que, al menos, se deben discutir en escenarios como los Consejos Departamentales de Cine, el Consejo Nacional para las Artes y la Cultura Cinematográfica (CNACC) e incluso la Dirección de Cinematografía. Ese artículo 18 define los estímulos y habla de incentivos, créditos, definiciones de unas áreas o categorías artísticas



□ Foto publicada en el boletín informativo de FOCINE *Cine Hoy* n.º 4, 1986: "Reunión durante la cual el jurado integrado por Camila Loboguerrero, Marta Bossio de Martínez, Luis Alberto Álvarez, Germán Yances, Manuel Franco y Mauricio Vargas toman las últimas decisiones sobre los ganadores. Con ellos, Fabian Bonnett, subgerente de Cinematografía y Darío Alberto Angel, jefe de cinematografía de Focine. La deliberación era para la III convocatoria para medimétrajes para TV [nota de ccc]. Fuente: FPF.

que deben estar cubiertas, donde lo cinematográfico se aglutina en la gran carpa llamada *artes audiovisuales*. Incluso propone una figura bastante sugestiva llamada Unidades Móviles de Divulgación Cultural. Para un sector débil en la divulgación de sus contenidos, anuncios como estos, que son ley, no deben dejarse pasar. Del mismo modo, la Ley 397 nos habla de atender la infraestructura cultural, aspecto sensible en la práctica cinematográfica (art. 22), en el que se hace un llamado a las autoridades para preservar e incentivar la creación y dotación de este tipo de espacios. Como ley que sienta las bases del futuro desarrollo del

cine colombiano, los articulados 40 a 47 dejan enunciada la importancia del cine para el Estado y su presencia normativa y de jurisprudencia para el futuro desarrollo de la industria cinematográfica nacional.

La otra línea de tiempo que debemos construir es la que va de la ley de cultura a la ley de cine de 2003. Estos años definieron el espíritu industrial de la Ley 814, cuya normatividad, estructura y énfasis pretenden desarrollar la plataforma financiera, jurídica y logística que garantice el desarrollo profesional de largometrajes. El artículo 2 define el concepto de cultura y señala la importancia que para esta norma tiene la noción de industria cinematográfica. El balance es sencillo: son cuatro capítulos, todos dedicados a la producción de películas: 1) objetivos: industria cinematográfica; 2) contribución parafiscal para el desarrollo cinematográfico; 3) certificados de inversión o donación cinematográfica y fomento a la producción; 4) régimen sancionatorio.

Así como se cuestionaron aspectos generales de la Ley 397, a la Ley 814 se le puede indicar la necesidad de complementar su mirada financiera del cine con otros preceptos tan importantes como: el cine y su peso cultural y el cine y su promoción, a partir de la valoración de lo propio, de lo nuestro. Y se queda corta la interpretación constitucional de lo que debemos construir como cine nacional: ¿qué mecanismos nos aseguran la

integración, más allá de las convocatorias y de los concursos, los cuales hasta hora arrojan unas diferencias muy preocupantes entre los distintos actores de la realidad cinematográfica colombiana?

Una de las iniciativas derivadas de las actividades sustanciales de la Dirección de Cinematografía —como órgano público estratégico del Ministerio de Cultura para la promoción de la cultura cinematográfica (Ley 397, cap. IV, art. 67)— ha sido la de ofrecer unos talleres de formación en cinematografía en todo el país. Esa iniciativa se llama *Imaginando Nuestra Imagen (INI)* y se ha desarrollado de manera ininterrumpida por más de una década. “Los talleres atienden las necesidades del país en el campo audiovisual, en particular de jóvenes con menor acceso a la educación y a la diversas prácticas culturales audiovisuales. Mediante una convocatoria abierta y gratuita, permite la participación de las diferentes etnias y grupos sociales.” Esta declaración misional que orienta los esfuerzos de la Dirección de Cinematografía no puede ser desestimada. El esfuerzo sostenido y constante que ha permitido a las regiones del país acercarse de manera formal al ejercicio cinematográfico posee gran valor simbólico y sectorial, por el hecho de volver tangible el sector en comunidades apartadas y lejanas de los centros de decisión y de poder.

El primero de los talleres se realizó en 1998 y desde entonces se llevan a cabo en los departamentos con apoyos públicos, principalmente, que hacen posible compartir una metodología de formación desarrollada en las innumerables versiones que el INI ha diseminado por el territorio colombiano. Un balance superficial definiría que ese desarrollo metodológico de enseñar a hacer películas es uno de los grandes valores que tiene esta experiencia de formación. Profesionales de primer nivel se desplazan a las regiones y comparten vivencias y procesos creativos, en unos talleres intensos que, al final, retan a los participantes a dejar su testimonio a través de un relato cinematográfico construido por y para su región. La formación específica en guion, producción, realización, dirección de actores, dirección de fotografía, sonido, dirección de arte, rodaje y montaje permite pensar de manera optimista en una comunidad en construcción y formación como cinematografistas desde el contexto y las realidades de sus territorios.

El INI ha desarrollado verdaderos ciclos formativos en determinadas regiones colombianas. Sus películas, incluso, se han compilado y hecho circular en las regiones, como un logro interesante en el desafío de filmar a todo el país desde distintas miradas. Es hora de recordar el Plan Audiovisual Nacional (PAN), una iniciativa, hoy archivada, que vale la pena



Foto de rodaje de *Imaginando Nuestra Imagen (INI)* en el taller de Belén de los Andes. Foto: Diego García Moreno.

desempolvar y revalorar a la luz de sus propósitos, la cual tenía en el INI su punta de lanza. Desarrollar el PAN como un sistema de formación que, a su vez, forme parte del macrosistema nacional cinematográfico es uno de los retos de organización y sistematización claves para el desarrollo del sector. Otra tarea urgente es revisar si los objetivos del INI se han cumplido, con 18 años de actividad. Recordemos sus objetivos:

- Contribuir para que el audiovisual colombiano tenga cosecha en el futuro a través del desarrollo de semilleros de realizadores en todo el territorio nacional.
- Aportar al desarrollo de una identidad nacional (donde la tolerancia y el auto-reconocimiento sean fundamentales) mediante la expresión audiovisual de las diversas culturas del país.



Foto de rodaje de *Imaginando Nuestra Imagen (INI)* en el taller de Sincelejo. Foto: Diego García Moreno.

- Contribuir al desarrollo de una posición activa, analítica y participativa por parte de los espectadores de productos audiovisuales en el país.
- Impulsar el desarrollo de redes interinstitucionales y organizaciones de apoyo a proyectos audiovisuales a nivel regional, que incluyan universidades, empresa privada, canales de televisión, organizaciones no gubernamentales, entre otros.

A la luz de las realidades tecnológicas, sociales y culturales de hoy, iniciando el siglo XXI, vale la pena revisar los aspectos declarados en los objetivos de los talleres *Imaginando Nuestra Imagen (INI)*.

Ante todo, es importante preguntarse si este esfuerzo se debe mantener, como hasta hoy se ha hecho, y hasta dónde pueden llegar los ciclos formativos, en términos de habilidades, prácticas o competencias, en el contexto de los talleres *INI*. ¿Cuál sería su techo en términos formativos y cómo podemos escalar o volver graduales los niveles de formación del *INI* en lugares en los que ya sean hecho varias versiones de estos talleres? Falta abordar, además, otras formas de producción audiovisual que pueden potenciar ciertos contextos y comunidades en particular y facilitar las inserciones y los instrumentos tecnológicos, de modo que estén al alcance de dichas comunidades. Este aspecto de formación de los talleres *INI*, e incluso la nostalgia del Plan Audiovisual Nacional (*PAN*), van a tener particular interés en el desarrollo de convocatorias del Fondo de Desarrollo Cinematográfico (*FDC*) orientadas a la producción regional. Ese será un termómetro que arroje datos, información y estadísticas sobre la importancia de este modelo formativo propiciado por los instrumentos del Estado en relación con la formación en su comunidad cinematográfica nacional.

La ley de cine ha sido útil y ha demostrado sus bondades. El desarrollo de la producción, la generación de procesos de alto nivel profesional en la elaboración cinematográfico y la actividad económica paralela que

desarrolla la producción cinematográfica hoy son hechos cumplidos. Los cinematografistas y las distintas comunidades profesionales que gravitan en los departamentos de producción están creciendo. Hay gremios activos y otros en construcción. Eso va muy bien, pero sí es necesario revisar lo que la Ley define como niveles de articulación entre los responsables de la promoción de la actividad cinematográfica. Es revisar y escalar las responsabilidades para que exista diálogo y coordinación entre las instancias municipales, departamentales y nacionales.

Respecto de los Consejos Departamentales de Cine, sus funciones están definidas, pero su realidad depende de muchas cosas. La representatividad del Consejo Nacional para las Artes y la Cultura Cinematográfica y las iniciativas de este ente en materia de formación de públicos y formación profesional son temas estructurales que deben tener de fondo el desarrollo regional. La Ley 814 tiene zonas grises. No podemos secar al Fondo de Desarrollo Cinematográfico como único espacio de recursos. Necesitamos acercar socios estratégicos para la promoción, producción y difusión de material cinematográfico, y hacer circular muchos contenidos de gran valor social y cultural que aún no llegan a su público natural. Pero no debemos de dejar de preguntarnos por las otras formas de financiación que obedecen a escalas más pequeñas a la hora de hacer

películas. Lo sano para una comunidad, en términos cinematográficos, es la diversidad, la manera distinta con la que cada quien resuelve sus problemas. La complicación llega cuando el hecho artístico que valida el cine pretende ser formateado, predeterminado por el estímulo y el presupuesto. Queremos un solo tipo de cine que registre a toda Colombia.

La Ley 814 ha sido efectiva en el manejo de las convocatorias públicas que reparten el dinero recaudado en el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, pero es importante, a su vez, revisar este ejercicio, para entender la concentración de los premios y lo lejos y marginados que están otro conjunto de regiones geográficas de Colombia respecto de su participación y del éxito logrado en las mismas.

Tomemos como referencia la convocatoria de 2014 del *FDC*, a la que se presentaron 1.796 proyectos. Entre Bogotá, Cali y Medellín concentraron el 84% de los premios recibidos; mientras que el año siguiente concursaron 1.709 proyectos y la concentración entre las ciudades mencionadas anteriormente fue de 83,3%. Hay unos ganadores permanentes y unos participantes excluidos y perdedores siempre. ¿Qué podemos hacer?, ¿cuál o cuáles brechas hay que cerrar o atender para procurar un principio de equidad ante las oportunidades ofrecidas por el *FDC*?, ¿este mapa concentrado en tres ciudades tiene algo



Algunos de los ganadores del FDC en 2005, 2015 y 2016. Primera fila. Archivo: Mincultura. Segunda fila: © Proimágenes Colombia. Archivo Laboratorios Black Velvet. Foto: Sergio I. Rodríguez.

que ver con lo que pasa con la generalidad del público colombiano términos de asistencia a las salas a ver sus películas nacionales?

Como balance de este marco institucional, podemos afirmar que tenemos una figura constitucional lo suficientemente amplia como para desarrollar muchos temas pendientes en nuestro cine. No podemos alegar falta de instrumentos para explicar la diferencia entre la industria cinematográfica colombiana y el cine nacional.

Estudio de caso

“Si el cine no circula por las regiones, por más esfuerzos que se hagan, estas nunca lograrán ser vistas. Para ser visto hay que verse en los demás, y uno tiene que ver lo de los demás. Eso permite estar en el principal circuito que debe tener el cine: el de la visibilidad”. Estas palabras se pronunciaron en el primer Encuentro Nacional de Cine y sirven como referencia para revisar el caso de una película de provincia pequeña, que pasa por

las vicisitudes y recibe las recompensas de ser una obra que va contracorriente.

Rastreando antecedentes analíticos de la historia del cine colombiano, queda claro que no es nueva la discusión acerca de las películas hechas desde zonas apartadas. Dos textos es importante reconocer como fundamentales en estos asuntos: “Las latas en el fondo del río: el cine colombiano visto desde la provincia”, escrito en 1984 por Víctor Gaviria y Luis Alberto Álvarez, y “Universo de provincia o provincia universal”, de Carlos Mayolo, publicado en 1982. Dos directores y un crítico anuncian las dificultades a la hora de confrontar una mirada centralista y un país que quiere imponer un modelo de hacer cine subsidiado por la televisión y sus estrellas y con la fijación comercial de intentar un cine de género vacío e inocuo. Se dan los primeros debates, se fijan posturas, excepcionalmente orientadas a la creación, pero ya se deja ver un tema, un asunto, una agenda por definir en el tiempo. Esta es una cuestión pospuesta, pero que no debe serlo por



Juan Carlos Melo Guevara recibiendo el premio del FDC para Producción de largometrajes de ficción, 2007 para su proyecto **Jardín de amapolas** (2014). Fuente: ipitimes.com. Pre estreno de la película en la sala de la Cinemateca Distrital, 2014. Fotos: Jenny Alexandra Rodríguez.

tiempo indefinido. Hay que poder lograr un cine hecho con parámetros internacionales, con indicadores de eficiencia tecnológica y financiera, incluso como está pasando en la actualidad, cuando estamos consolidando un cine de elaboraciones estéticas reconocidas en el mundo entero, pero para ello es indispensable la construcción de tejido social en función del cine. Necesitamos reconocernos en las pantallas y configurar nuestra fotogenia regional, para hacer cine con nuestra propia visión de lo que realmente somos como nación y como región.

Jardín de amapolas (Juan Carlos Melo Guevara, 2014) ganó el premio del Fondo de Desarrollo Cinematográfico para “Producción de largometrajes de ficción” en el año 2007, honor que compartió con Víctor Gaviria. Melo Guevara terminó **Jardín de amapolas** siete

años después de haber ganado \$200 millones de pesos, que debieron multiplicarse hasta convertirse en los \$700 millones que terminó costando la producción de la película, la cual jamás se alejó de su centro de acción: la ciudad de Ipiales, Nariño, extremo sur colombiano. Melo Guevara escribió, produjo y dirigió su ópera prima rodeado de las personas de su comunidad, personas que no sabían muy bien de qué se trataba eso de hacer películas, pero que sí tenían claro la necesidad de contar su historia acerca del duro conflicto armado y sus consecuencias en los miembros de su comunidad. Convertir las debilidades en fortalezas, ese es uno de los principios que aprendió a la fuerza Melo Guevara, si quería ver terminada su película. Aprovechó las dificultades de conseguir el dinero restante para la producción y se dedicó a trabajar durante un año seguido con los niños Luis Burgos y Tatiana



III Fotogramas de **Jardín de amapolas**.

Cabezas, quienes interpretan a Simón y Luisa, los protagonistas de la historia. El resultado de este prolongado año de entrenamiento es una película sólida, actuada bajo los más exigentes parámetros de la interpretación dramática para ficción. Contrario a **La tierra y la sombra** o a **El abrazo de la serpiente**, quienes lograron tener eco mundial vinculando productoras internacionales a sus proyectos, la productora suiza Maja Zimmermann, intere-

sada en proyectos de cine de fuera de Europa, fue el único apoyo foráneo que pudo conseguir la productora Chirimoya Films, empresa con la que el también director Melo Guevara se pone el traje de productor, para lograr finalizar la elaboración del largometraje.

Jardín de amapolas condensa la mirada de las víctimas del conflicto armado del sur del país. Su historia refleja la tragedia del desplazamiento, el dolor y el miedo de quienes no están armados y son solo víctimas. El director cuenta las experiencias dolorosas de su propia familia y la de sus conocidos. El drama que se filma es un dolor colectivo. Por eso la integración social que se da en torno a la producción de la película es única. La comunidad de Ipiales no solo participa en el rodaje de **Jardín de amapolas**, sino que supera esa labor y cuenta su propia historia, la construye con sus propios esfuerzos. Usa para ello un intermediario excepcional, que es un miembro de su propia entraña, el director Juan Carlos Melo Guevara. Así, el cine funde y forja en lo profundo del alma de los involucrados un sentimiento de responsabilidad social único. **Jardín de amapolas** ha sido, hasta este 2016, la única vez que el departamento de Nariño ha ganado una convocatoria cinematográfica nacional. Sin embargo, no se ven en el mediano y corto plazo muchas opciones de realizar otra producción cinematográfica que hable de las preocupaciones sentidas de esta

comunidad, que tiene el enorme privilegio de vivir donde empieza Colombia.

La frase con la que se ha promocionado la película es la siguiente: “De Nariño para el mundo, una película colombiana aclamada internacionalmente. No te la puedes perder”. Exhibida en cerca de ocho festivales internacionales y nacionales, ha ganado premios en lugares emblemáticos para el cine, como el premio Copia Cero, de Buenos Aires, y en Ginebra el premio a Filme por la Paz, otorgado por los voluntarios de la Cruz Roja Internacional. Nada mal para una película que se rodó en cuatro semanas, más otra un año después, con un solo lente y una tropa de personas más entusiasmadas que entrenadas para este tipo de esfuerzo.

Jardín de amapolas puso a Ipiales en el mapa cultural del mundo. Su director fue invitado a la cátedra Manuel Ancizar de la Universidad Nacional de Colombia a hablar de los relatos regionales y el conflicto armado en Colombia. Fue condecorado por el Congreso colombiano con la Orden del Mérito a la Democracia. Muchas entrevistas, mucho despliegue sobre la importancia de hablar de lo duro del conflicto, de las masacres de Puerres y Samaniego, del paramilitarismo, del narcotráfico, del dolor... si bien Melo Guevara también habló incesantemente de la belleza del paisaje nariñense, de la provincia de Obando, de los volcanes de Cumbal y Azufra,



III Presentación de **Jardín de amapolas** en el Festival de Cine La Casa Cinefest, Ecuador. 2015. Fuente: www.casadelacultura.gov.ec. En línea.

de la dulzura de sus gentes, del verde de todos los colores, de su cercanía con Ecuador, del éxito que tuvo **Jardín de amapolas** en el vecino país, a donde llegó sola, sin ayudas ni subsidios, desvalida en su entorno natural, pero con ilusión. Solo hasta el año 2014 los ipialesños vieron **Jardín de amapolas** en pantalla grande, en un esfuerzo descomunal en que se debió traer equipos de amplificación de audio desde Bogotá. Al final la gente vibró y todos rompieron en aplausos, tal como ocurrió en Cartagena, Estocolmo, Ginebra y Nueva York.

Hoja de ruta para desarrollar la relación cine-región

No es gratuito que las alarmas sobre el estado actual del cine colombiano suenen en el sector industrial cinematográfico. Las manifestaciones recurrentes de que algo no está del todo bien han venido por parte de los que han sacado más provecho de la normatividad institucional para el desarrollo del cine. Algo en los números no cuadra: los logros inocultables en la producción de películas, en la calidad estética y narrativa de los contenidos, en la mediatizada presencia internacional contradicen la caída libre de espectadores colombianos de su propio cine. Y no es normal el eterno reclamo por la consabida crisis de las salas de cine alterno y de los cine-clubes, ante su frágil y siempre débil situación, que no es coherente con la importancia estructural que su trabajo de formación representa para el sector. Sigue siendo evidente la centralización

 Encuentro Nacional de Cine, 2014. © Proimágenes Colombia. Archivo: Laboratorios Black Velvet. Foto: Sergio I. Rodríguez.



del cine nacional, a pesar de vivir tiempos de revitalización de la periferia gracias a los portentosos adelantos tecnológicos.

Este panorama es el que nos va a permitir tener lecturas positivas y propositivas para el desarrollo saludable, orgánico y constante de la relación entre los instrumentos del Estado para la difusión de la cinematografía y su real impacto en los escenarios regionales. La primera iniciativa institucional que planteó un diálogo amplio sobre cine se dio entre los años 2014 y 2015, en el primer Encuentro Nacional de Cine (ENC), convocado por el Consejo Nacional de las Artes y de la Cultura en Cinematografía y articulado con una intención incluyente y participativa.

El Encuentro Nacional de Cine pretende ser el espacio para captar el paisaje cinematográfico colombiano. Esta imagen debe contener todos los elementos descriptivos que nos den información sobre los procesos en el desarrollo del cine nacional. No podemos caer en tecnicismos, que en ocasiones desvían el interés por las cosas. El ENC lo definen sus organizadores como un ejercicio de alineación estratégica. Debemos tener claro que, más que alinear la situación, se precisa el reconocimiento de esta comunidad nacional cinematográfica. Desde su propuesta inicial, el ENC perdió la oportunidad histórica de ser amplio y ambicioso, para lograr por primera vez sincronizar las agendas sueltas del proyecto de la

industria cinematográfica colombiana y poder contar con un verdadero cine nacional. Ese es el *quid* del asunto. Por eso es importante construir sobre los procesos ya iniciados, con el fin de mejorarlos e irlos depurando en el tiempo. En ese sentido, los ejes de trabajo impuestos por el Consejo Nacional para las Artes y la Cultura Cinematográfica reflejan el interés inicial del encuentro en: 1) producción y contenidos; 2) exhibición y distribución; 3) formación; 4) organización y participación del sector; 5) estrategias financiación.

Podemos inferir que los temas relacionados con el binomio cine-región son transversales a todos los ejes propuestos, pero es indispensable generar los espacios de discusión en los que se delibere sobre la construcción social que puede lograr el cine. Lo interesante de este primer Encuentro es que las comunidades terminan por apropiarse del espacio y lo transforman, lo modifican, lo hacen suyo. En ese sentido, y ante el imponderable de una agenda impuesta, en el ejercicio se definieron algunos aspectos cruciales que arrojaron cruces coincidentes entre los participantes en las mesas regionales y nacionales, así como las lecturas y aportes de los expertos que cada eje dispuso. De esta manera, quedaron agendados y en construcción aspectos esenciales:

- Pertinencia e importancia del Encuentro Nacional de Cine (ENC).
- Función social y cultural del hecho cinematográfico.
- Fortalecimiento de las periferias.
- Nuevas relaciones con los públicos.
- Formación como tema imprescindible.
- Mejoras en la comunicación de la comunidad.
- Desarrollo de sistemas de financiación.

Estas líneas, su depuración y su profundización son el aporte sustancial de este espacio de integración y socialización nacional de los actores del sector. La comunidad nacional cinematográfica no se ha consolidado y carece de colectivos, asociaciones, grupos e incluso individuos del sector con interés real en desarrollar iniciativas en este sentido deliberativo, de construcción de los ejes conceptuales para que se proyecte el cine nacional y se fortalezca, en el sentido amplio de la palabra. Las cinematografías desarrolladas de la región latinoamericana han logrado sus avances amparadas en la solidez de un público local y de una comunidad cinematográfica comprometida y, sobre todo, participativa.

La metodología usada en el primer Encuentro Nacional de Cine repartió 650 encuestas entre quienes forman parte del sector para generar unos primeros insumos,



Encuentro Nacional de Cine, 2014. © Proimágenes Colombia. Archivo: Laboratorios Black Velvet. Foto: Sergio I. Rodríguez.

► 1 • Proimágenes Colombia, “¿Qué es el FDC?”. En línea.

fundamentales para elaborar los primeros documentos. Respondieron la solicitud 219 personas (el 34%). Estadísticamente, la cifra funciona, aunque simbólicamente deja dudas el silencio de esa inmensa mayoría. Ello no nos debe desanimar, pero sí alerta sobre la comunicación, compromiso y convocatoria de las direcciones nacionales de cinematografía, los Consejos Departamentales de Cine, Proimágenes Colombia y los sectores organizados: guionistas, fotógrafos, actores, productores, sonidistas, directores, académicos del cine, universidades. La lista es larga ante las grandes ausencias en este espacio de participación y de representación, más aun cuando en los foros del sector la queja por falta de espacios ha sido una constante. Ha llegado el momento de hacer valer la creación y, sobre todo, la permanencia de los mismos.

En el año 2016 se ha implementado una nueva convocatoria para acceder a los aportes del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico desde las regiones. Recordemos cuál es el propósito del FDC:

Financia en forma no reembolsable y cada año proyectos cinematográficos colombianos en todas sus etapas [...]. También apoya el concepto integral de la cinematografía a través del auspicio a actividades de formación de técnicos, creativos, realizadores, así como la formación de públicos. El apoyo a la creación de infraestructura de salas en particular en sitios distantes de nuestras regiones, la constitución de laboratorios o la lucha contra la piratería, y por supuesto la conservación del patrimonio audiovisual colombiano también tienen espacio de apoyo a través del FDC¹.

Después de muchas discusiones y versiones, el Consejo Nacional para las Artes

y la Cultura Cinematográfica ha actuado con sensatez y ha escuchado las reiteradas peticiones de la representación regional, de modo que cuenta con un consejero nacional elegido como vocero de las regiones, para visibilizar el sentir regional, más allá del nombre que pomposamente tienen estos entes en las regiones colombianas. El trabajo apunta a dar valor real a esos 25 consejos que actualmente existen y que, más que voces, necesitan aliento para seguir construyendo el cine nacional en todo el país.

La convocatoria titulada “Realización de cortometrajes: relatos regionales” tiene una bolsa de \$750 millones para repartir entre 25 proyectos que han salido favorecidos con el estímulo. Los Consejeros Departamentales de Cine ya tienen la enorme tarea de convocar a sus representados no solo para elegir o reelegir a los mismos de siempre, sino para convencer a sus coterráneos de participar en la construcción de esa mirada colectiva que requiere con urgencia el cine colombiano. Cada comunidad tendrá la posibilidad de interpretar el hecho cinematográfico en sus propias dimensiones y según sus realidades. Esta convocatoria es otra forma de entender lo necesario del proceso cultural de integración nacional a través del cine.

Una mirada a los proyectos ganadores señala una constante en las regiones que salen

premiadas, pero ya no en el altísimo porcentaje del FDC 2014-2015. El anhelado mapa del cine colombiano empieza a reconfigurarse con proyectos que se van a rodar en Santander, Quindío, Cauca, Nariño, San Andrés, Huila, Sucre, Córdoba y Norte de Santander. Hay que advertir la fragilidad de esta convocatoria, hay que insistir en ello y hay que flexibilizar los procesos. Colombia no es un país uniforme ni igualitario en oportunidades de desarrollo. La tarea inmediata ya se hizo: crear el espacio. Lo que sigue es ayudarlo a crecer, proyectarlo. Estas películas deben tener un tratamiento que asegure su circulación. No es suficiente rodar en buenas condiciones técnicas y logísticas —que el estímulo mismo garantiza—, sino se hace circular el material, sino se activan circuitos nuevos o ya existentes (¿en festivales?), para que las regiones se encuentren en las pantallas, se vean reflejadas en sus películas soberanas, únicas.

Sistema nacional de la industria cultural de la cinematografía

Gonzalo Castellanos, miembro destacado de nuestra comunidad cinematográfica y vocero de la financiación, en el Encuentro Nacional de Cine, acuñó este término y lo definió de la siguiente manera:



Foto de rodaje de **Jardín de amapolas**.

Aunque no esté nombrado o regulado como tal, puede afirmarse la existencia de un Sistema Nacional de la industria cultural de la cinematografía articulador de un universo de instituciones, regulaciones, procesos de planificación o de competencias nacionales y locales [...]. Este andamiaje pretende desarrollar, conservar y hacer sustentables los elementos de la estructura de la cadena de valor del cine en ámbitos culturales, sociales y económicos incluso.

Existe un contexto institucional que avala tal sistema. En el título IV de la Ley 397 de cultura ("De la gestión cultural", art. 57), el Sistema Nacional de Cultura pauta la importancia de planificar el desarrollo del sector y de la construcción de un sistema estructural en el que cada una de las partes se debe articular con compromisos claros y precisos.

El desafío para los próximos cinco años es la construcción de ese sistema nacional de la industria cultural cinematográfica. Ese es el lugar en donde se zanjarán las tensiones entre ese anhelado modelo industrial del cine colombiano, con muchas producciones y, sobre todo, mucho público. Pero también será el espacio en donde la inmensa geografía nacional podrá mirarse en la pantalla y encontrar su propio espacio, su esencia, su valor como parte del ser colombiano.

Hay mucho trabajo por hacer. Hay una revisión constitucional pendiente. La ley de cultura y la ley de cine llevan un tiempo considerable facilitando las cosas, y es tiempo de recorrer nuevamente sus alcances, logros y retos. Estas leyes son mecanismos ambiciosos, sofisticados y complejos. Muchas de las respuestas a los desafíos de crear el Sistema Nacional de Cine se hallan en sus distintas líneas de acción. La planificación sectorial a partir del modelo del Sistema alivia el nerviosismo propio de las distintas actividades que convergen en el cine, muy sensibles a las fluctuaciones del mercado o a la caída de las cifras en producción.

No podemos ser reactivos a la tarea de construir instrumentos legales que faciliten y promuevan la integración nacional a través del cine, ni dejar que la agenda la imponga el día a día y sus afanes. Debemos propiciar una carta de navegación colectiva, concertada,

con representación de todos los actores, sin importar su condición en la cadena de valor del cine. Debemos cuantificar lo que no es taquilla y su beneficio sociocultural. Este sistema cinematográfico deberá funcionar como un contrapeso del poder del CNACC, Proimágenes y la Dirección Nacional de Cinematografía. En este sistema deben tener espacio, voz y voto los que no están considerados en los entes mencionados anteriormente. La buena salud de nuestro cine depende de lo que hoy hagamos por integrar las fuerzas que harán posible el desarrollo integral y constante de nuestra cinematografía.

La experiencia actual nos ofrece un panorama promisorio en logros artísticos. Nuestras obras gravitan en dimensiones estelares del universo cinematográfico. Es mejor solucionar y tomar revulsivos en medio de la euforia. La necesidad de cambio empujada por la derrota nos puede conducir al fracaso. Y mientras el brillo de las luces nos ilusiona, ese reflejo no debe hacernos olvidar que esas dos realidades que se confunden en el cine colombiano debe ser una sola. No pude repetirse que entremos a la historia mundial del cine contando historias increíbles en lugares y paisajes inigualables en donde el Estado no ha llegado y donde la ilusión de la imagen en movimiento aún no está garantizada para nadie. ■

Filmografía



Acevedo, César. **La tierra y la sombra**. Colombia, 2015, 97 min.

Cabrera, Sergio. **Técnicas de duelo**. Colombia, 1988, 95 min.

Gaviria, Víctor. **Rodrigo D. No futuro**. Colombia, 1990, 93 min.

Guerra, Ciro. **El abrazo de la serpiente**. Colombia, 2015, 125 min.



Melo Guevara, Juan Carlos. **Jardín de amapolas**. Colombia, 2014, 88 min.



Expansiones del cine de lo real: políticas culturales y estímulos. El caso colombiano

► CUADERNOS DE CINE COLOMBIANO 26-2017 NUEVA ÉPOCA

Expansiones del cine de lo real: políticas culturales y estímulos. El caso colombiano

Expansions of Realistic Cinema: Cultural Policies and Incentives for the Colombian case

Por Jorge Caballero

Palabras clave: documental expandido, interactivo, transmedia, webdoc, realidad virtual, digital, producción, Colombia, políticas públicas.

Resumen: el presente artículo da un contexto general sobre el documental y los nuevos medios para luego introducirnos en el análisis de las políticas culturales o estímulos actuales para su fomento. El documental, como el resto del cine en la era digital, se encuentra en una profunda transformación. En este nuevo contexto surgen con fuerza los conceptos de documental expandido, interactivo o de realidad virtual, que se pueden entender como formas de expresión en las que convergen la representación de la realidad y el uso de las “nuevas” tecnologías, lo cual sitúa al espectador en el centro de la narración y plantea con ello nuevos modelos de producción, distribución y exhibición. En los últimos años, diferentes instituciones en Colombia han tratado de implementar políticas que contribuyan a su desarrollo.

Keywords: Expanded documentary, interactive, transmedia, virtual reality, Colombia, public policies.

Abstract: This article offers a general context about documentary film and new media in order to introduce us into the analysis of the current cultural policies or incentives for their development. Documentary film, like the rest of cinema in the digital era, is undergoing a deep transformation. In this new context, the concepts of expanded, interactive, or virtual reality documentary arise forcefully, which can be understood as a form of expression in which the representation of reality and the use of the “new” technologies converge, placing the viewer at the center of the narration, thus posing new patterns of production, distribution and exhibition. In recent years, different institutions in Colombia have tried to implement policies that contribute to its development.

►1• En nuestra cinematografía las cosas suelen llegar tarde y es curioso ver cómo se establece esa subjetividad con más vigor en los años recientes y sobre todo en ciertas películas de contenido político o, más bien, de reivindicación de la memoria reciente del país, vista a través de los ojos de la generación posterior. Entre ellas, encontramos películas como **Looking for** de Andrea Said (2012), **Frente al espejo** de Ana Salas (2014), **La historia que no contaron** de Erika Antequera (2013), **Urwälder** de Nina Bendzko (2014) o **Home** de Josephine Lander-tinger (2016).

En Colombia el cine documental siempre ha ocupado un lugar destacado, no solo por la cantidad de producciones basadas en lo “real”, sino también por la calidad de las películas y los realizadores que han trabajado en ese terreno. Sin embargo, la producción de estas obras siempre ha sido complicada debido a la escasez de recursos públicos para la financiación de este tipo de proyectos. En el país contamos con ayudas y estímulos promovidos, sobre todo, por el Ministerio de Cultura y el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), que en muchas ocasiones no se corresponden del todo con el vigor de nuestro cine. La razón de ser de esta disparidad tiene que ver con múltiples factores, pero esencialmente con la manera como nuestras instituciones aprecian el “valor” de una película.

El cine en general está inmerso en una profunda transformación, especialmente en lo que tiene que ver con su distribución y exhibición. Adicionalmente, el cine documental está explorando nuevos terrenos con el denominado “documental expandido”, un concepto que se viene gestando desde hace décadas y que pone de manifiesto una línea de pensamiento sobre la representación de la realidad basada en la convergencia entre arte y tecnología. En Colombia, desde hace un par de años, estamos viendo un interés masivo de productores y realizadores por tratar de abordar proyectos de no ficción interactivos en entornos digitales

y, a su vez, algunas instituciones han generado posibilidades para el desarrollo de esta clase de proyectos. Sin embargo, se trata de apoyos puntuales y tímidos, en parte por la falta de conocimiento relacionado con estas “nuevas” narrativas y también por la hibridación de formatos y disciplinas que pueden llegar a conformar estas obras.

El documental y sus expansiones

Podemos entender la evolución del género documental como una serie de giros, o al menos así lo plantea el teórico español Josep M. Català. Según él, uno de los más importantes se produce sobre la década de 1990 del siglo XX, cuando se gira la cámara 180 grados y aparece con fuerza la figura del que mira como parte de la construcción del relato documental: el “giro subjetivo”. Obviamente, hay ejemplos en obras anteriores, pero solo desde esa década existe un movimiento de realizadores y crítica que dedican esfuerzos para crearlo, entenderlo y definirlo¹.

Posterior a este giro, Català define otro cambio importante: el “giro reflexivo”, emparentado con el film ensayo, que nacería como amplio objeto de estudio hacia el año 2000 con la película **Los espigadores y la espigadora** de Agnès Vardá. Igual que en el caso anterior, no es que antes no existieran

obras con este enfoque, de hecho el término cine-ensayo fue acuñado por Bazin a propósito de la película de Chris Marker **Cartas a Siberia** (1957), pero su posicionamiento como objeto extenso de reflexión en el marco del género documental se puede situar más adelante. Català propone otros giros en curso, como el “giro emocional” (melodramático), el “giro onírico” (en conexión con la etnografía experimental, una especie de “documental que sueña”) y, finalmente, el “giro imaginario”, directamente relacionado con el documental expandido, donde ya no hay un mimetismo con la realidad, sino una construcción de la misma. En el caso del documental expandido y, en particular, de su vertiente más extendida hoy, el “webdoc”, sería una “arquitectura dominada por factores imaginarios que se superponen”².

Una definición interesante de documental expandido es la propuesta por Jacobo Sucari³, según el cual este es una “puesta en escena expandida de material informativo multimedia (textual, audiovisual, informático), es decir, la construcción de una estrategia expositiva desenvuelta en el espacio que incluye en su propuesta la utilización de recursos narrativos”. De la definición de Sucari resulta interesante el concepto de multimedialidad, o sea, la diversidad de materiales que pueden llegar a componer una obra documental, no tan solo audio y vídeo; y también el concepto

de la puesta en escena expandida, que recoge algo esencial y es la necesidad de la participación del espectador para acabar de construir la narración. Dentro del universo extenso que conformaría el documental expandido seguramente de lo que más se ha hablado es de documental interactivo en su versión Web o lo que se ha denominado webdoc.

Webdoc, documental interactivo y otros conceptos similares

En la misma década que Català sitúa el “giro reflexivo”, en concreto, a finales del año 2002, el teórico y artista Mitchell Whitelaw⁴ publicaba un pequeño ensayo en el que hablaba de un concepto más o menos original: el de *documental interactivo*, a partir de los trabajos que venían haciendo la televisora Australian Broadcast Coporation (ABC) junto con la Australian Film Comission (AFC), y sus propuestas de “Series of online interactive docs”⁵. Ese mismo año, en el festival parisino Cinema Du Reel se empleaba también por primera vez el término webdoc para hablar de aquellos proyectos que pretendían aprovechar Internet como parte fundamental de sus mecanismos de narración. Como en cualquier compendio histórico, resulta siempre injusto situar el nacimiento de una idea en un momento concreto. En el caso de estos proyectos de

►2• Josep María Català, “Reflujos de lo visible. La expansión post-fotográfica del documental”. *Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 2.

►3• Jacobo Sucari J., *El documental expandido: pantalla y espacio* (Universitat Oberta de Catalunya).

►4• Mitchell Whitelaw, “Playing Games with Reality: Only Fish Shall Visit and Interactive Documentary”, en *Catalog essay for Halfeti: Only Fish Shall Visit*, by Brogan Bunt. Artspace, Sydney, 19 de septiembre-12 de octubre de 2002. En línea.

►5• Uno de esos primeros *webdocs* producidos por ABC fue **The Long Journey**, sobre la situación de los refugiados a principios de la primera década del siglo XXI (<http://www.abc.net.au/longjourney/>).

► 6 • Es interesante el trabajo de artistas como Chris Marker y su CDROM interactivo **Immemory**, producido en 1998 por Centre Pompidou, Musée national d'art moderne / Les films de l'Astrophore. En este trabajo, Marker explora a manera de ensayo la "busca del tiempo perdido y una exploración del estado de la memoria en nuestra era digital".

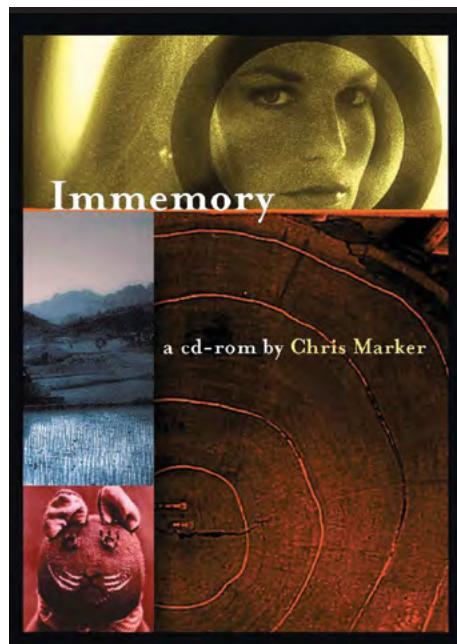
► 7 • Las televisiones públicas, tanto la canadiense NFB (National Film Board) como la francesa ARTE, siempre se han destacado por desarrollar proyectos arriesgados dentro de su esquema de producción. Las dos televisiones llevan varios años desarrollando proyectos que relacionan realidad e interactividad.

► 8 • Estrechamente ligado con el concepto del teórico Manuel Castells sobre "La era de la información y las tendencias de los medios": los medios se concentran cada vez más en un solo titular, las organizaciones pueden ofrecer diversidad de productos por medio de una plataforma u ofrecer un producto en varias plataformas y hacer nuevos productos mediante la fragmentación de otros, personalización y segmentación de las audiencias para tener

documental interactivo deberíamos retroceder un par de décadas y hablar también de los CD-ROM y de algunas propuestas de artistas multimedia que ya veían en la interactividad una manera diferente de representar la realidad⁶, pero la tecnología no estaba acondicionada para que se pudiera desarrollar a plenitud el concepto e Internet estaba en una etapa muy incipiente. No es sino hasta la primera década de este siglo, en diferentes partes del mundo, pero sobre todo en Canadá y Francia⁷, cuando se empiezan a generar proyectos que principian a dar forma a lo que hoy conocemos como webdoc y que producen reflexión sobre conceptos más extensos como el de documental interactivo.

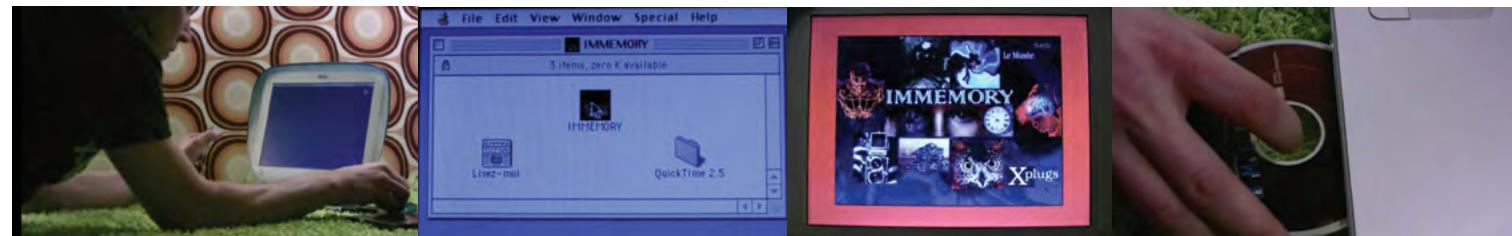
Más que ser un nuevo eslabón en la historia del medio, lo que ha sucedido es que las vertientes del cine interesadas, por un lado, en lo narrativo y, por otro, en el dispositivo han encontrado en el desarrollo de Internet y la tecnología un momento idóneo de convergencia de medios diferentes de expresión⁸.

Un documental interactivo, según Galloway, Mcalpine y Harris⁹, sería "cualquier documental que use la interactividad como núcleo de su mecanismo de construcción". Con esta definición los autores se liberan de la definición clásica de documental y se centran en el concepto capital de interactividad.



Portada de **Immemory**, CD-ROM interactivo realizado por Chris Marker (1998). Fuente: Amazon.

En términos generales, cuando hablamos de documental interactivo nos referimos a aquellos documentales que, gracias a las nuevas tecnologías, expanden su capacidad de expresión al añadir a los medios tradicionales —esencialmente, audio y vídeo— otros medios y plataformas y que, por encima de todo, permiten la interacción con el espectador, quien, de mero receptor pasivo puede llegar a convertirse en cocreador.



Fotogramas del video **Immemory** sobre los problemas que enfrenta la práctica de archivar vs. nuevos medios de comunicación y el arte interactivo con **Immemory** de Chris Marker como un ejemplo [nota de ccc]. Tomado del canal de Vimeo: Parker Kuncl.

Diálogos con el nuevo espectador

Uno de los problemas más complejos a la hora de definir el documental interactivo radica en la incorporación del propio término *documental* con todo el peso que arrastra su propia interpretación. Tal vez por eso ya existe una línea de investigación que habla más de *factual interactivity* o interactividad de lo real, con lo cual se desprende de la carga que supone la historia del cine documental.

Estamos en cualquier caso inmersos en el tiempo de las definiciones (símbolo inequívoco del inicio de algo), donde lo fundamental es la relación del espectador con la obra. Hablamos, por ejemplo, de periodismo inmersivo, documental transmedia, documental 360, documental en realidad virtual (docuVR), etc., cuya intención común es poner al espectador en el centro y usar la realidad, aunque en

muchos casos, y como sucede con el documental contemporáneo, no como punto de llegada, sino como punto de partida.

El punto clave en estas obras está justamente en la centralidad del espectador, que viene de la mano con la democratización en la producción que se desarrollará más adelante. El espectador se convierte en cuerpo real, tangible, medible y, aparte, necesario para poder desarrollar la narración, o el símil de la narración, en experiencias inmersivas. Si en el cine tradicional pensábamos en el espectador como aquel personaje etéreo que tenía la capacidad de construir mentalmente el discurso de un film, aquí el espectador pasa a ser "interactor" y con él se pone en entredicho también la figura del autor. Un fenómeno que, de hecho, ya se dio en los años 60, cuando Derrida, Foucault o Barthes desarrollaron toda una teoría a propósito de la figura del lector como sujeto clave para la unidad del texto¹⁰.

mayores ingresos en publicidad a través de la circulación de productos en diferentes plataformas y economías de sinergia.

► 9 • D. Galloway, K. B. Mcalpine y P. Harris, "From Michael Moore to JFK Reloaded: Towards a Working Model of Interactive Documentary". *Journal of Media Practice* 8 (3) (2007), 325-339.

► 10 • Diego Fernando Montoya, de la Universidad EAFIT, en su artículo "¿Y dónde está el autor? Una pregunta desde los sistemas intertextuales transmedia" explora en profundidad el cuestionamiento del autor y desarrolla un planteamiento muy interesante alrededor de un símil musical para la función del autor en los sistemas intertextuales transmedia: el de "orquestador".



Imagen del proyecto **One dollar**, episodio uno (Roeun Nartih, 2013). Tomado del canal de YouTube: One Dollar.

► **11** • Directores: Jiang Wen, Mira Nair, Shunji Iwai, Yvan Attal, Brett Ratner, Allen Hughes, Shekhar Kapur, Natalie Portman, Fatih Akin.

► **12** • Directores: Joel e Ethan Coen, Isabel Coixet, Gus Van Sant, Gérard Depardieu, Alfonso Cuarón, Vincenzo Natali, Olivier Assayas, Frédéric Auburtin, [Alexander Payne].

► **13** • Directores: Benicio del Toro, Gaspar Noé, Elia Suleiman, Julio Medem, Pablo Trapero, Laurent Cantet, Juan Carlos Tabío.

► **14** • Proyecto colaborativo **18 days in Egypt** (<http://beta.18daysinegypt.com/>).

En las formas que se plantean con el documental interactivo podemos hablar de posiciones en las que se ubica al interactivo como constructor de sentido de la obra. Así, por ejemplo, hablamos de obras *participativas* o *colaborativas*, aquellas donde se pretende generar una entidad narrativa a través de las aportaciones de la comunidad. Ya el cine lineal planteaba obras episódicas desde hace años, por ejemplo: **New York Stories**, de 1989, realizada por Woody Allen, Martin Scorsese y Francis Ford Coppola, o las más contemporáneas **NY, I love you**¹¹ (2008); **Paris, je t'aime**¹² (2006) o **7 días en La Habana**¹³ (2012); o las remarcables “correspondencias” impulsadas por el Centro de Cultura Contem-

poránea de Barcelona (CCCB), con dúos tan particulares como Mekas-Guerín o Kiarostami-Erice. La particularidad de estas obras en el ámbito de Internet viene dada por la participación de sujetos anónimos que pueden identificarse con el tema y aportar de primera mano en su construcción, así como la no linealidad en su visualización. Así, por ejemplo, tenemos proyectos tan interesantes como **18 días en Egipto**¹⁴ (2012), donde los ciudadanos registraron en tiempo real los 18 días del levantamiento de Egipto en 2011 con sus teléfonos, haciendo vídeos, fotos o mediante mensajes de texto, registraban su “apuesta por la libertad”. También en esa línea se encuentra **One Dollar** (Rithy Panh)¹⁵, el proyecto apadrinado por el aclamado realizador camboyano Rithy Panh, donde se pretende que realizadores y periodistas multimedia de diferentes partes del mundo realicen retratos de siete minutos sobre personas que viven por debajo del umbral de la pobreza.

Encontramos también obras pensadas solo para Internet, con mecanismos de narración basados en la *navegación* de los contenidos. Sin lugar a dudas son las obras que más se conocen, con ejemplos remarcables como **Journey to the end of Coal**¹⁶ (Samuel Bollendorff y Abel Ségretin, 2008), producida por una de las empresas más prolíficas en la creación de estos contenidos, la francesa UPIAN. Este documental interactivo de Samuel

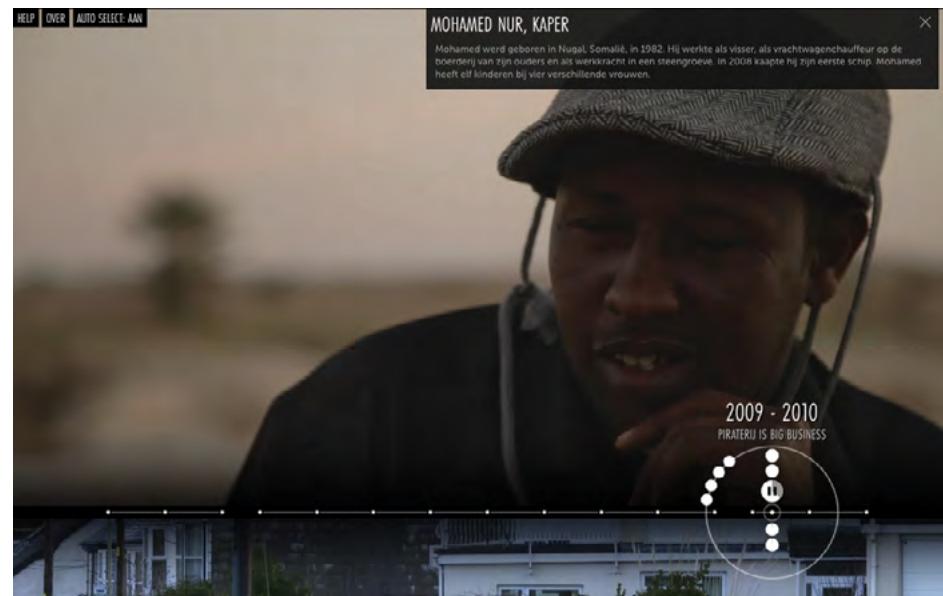


Imagen de la línea de tiempo del proyecto interactivo **Last Hijack** (Tommy Pallotta y Femke Wolting, 2014), de Submarine. Fuente: Dutch New Design. Imagen de Tommy Pallotta y Femke Wolting. En línea.

Bollendorff y Abel Ségretin cuenta la historia de miles de trabajadores de las minas de carbón de China que deben sacrificar sus vidas para fortalecer la economía del país. La particularidad radica en que el espectador actúa como un periodista *freelance* y a partir de decisiones binarias debe escoger el camino a seguir para recorrer los contenidos. También es destacable el proyecto transmedia **Last Hijack**¹⁷ (Tommy Pallotta y Femke Wolting, 2014), de la productora inglesa Submarine Channel, que combina documental y animación para hablar de la piratería en Somalia. De este proyecto resulta sugerente ver cómo, sobre una línea de tiempo, existen posibilidades de navegación desde las cuales se pueden desarrollar diferentes líneas narrativas.

Finalmente, podemos hablar de obras *immersivas*, aquellas en las que se pretende situar al espectador en el espacio físico donde sucede la acción, es decir, hacerlo parte de la “puesta en escena”.

Podemos hacer una distinción en estos proyectos: están aquellos que necesitan la ubicación real del espectador para poder desarrollar el contenido; por ejemplo, **Walking the Edit**¹⁸, donde el usuario debe caminar para poder contar una historia¹⁹. En segundo lugar están los proyectos de *localización real*, es decir, documentales VR o en 360 grados, en los que, a través de dispositivos como gafas de realidad aumentada o *headsets* de realidad virtual, se simula la presencia del espectador en el espacio. Es notable

► **15** • Proyecto colaborativo **One Dollar** (<http://onedollar.bophana.org/en/>).

► **16** • Proyecto interactivo **Journey to the end of Coal** (<http://www.honkytonk.fr/index.php/webdoc/>).

► **17** • Proyecto interactivo **Last Hijack** (<http://lasthijack.com/>).

► **18** • Proyecto interactivo **Walking the Edit** (<http://walking-the-edit.net/fr/>).

► **19** • Esta clase de proyectos seguramente tendrán un nuevo resurgir con el perfeccionamiento de la tecnología para realidad aumentada y el impulso de juegos como Pokemon Go.



📺 Fotogramas del proyecto en realidad virtual **Kiya** (Nonny de la Peña, 2015). Tomado del canal de YouTube: Emblematic Group Nonny de la Peña.

► **20** • Nonny de la Peña hace parte del Emblematic Group, una organización que desarrolla contenidos inmersivos de realidad virtual (<http://www.emblematicgroup.com/>).

► **21** • Sería objeto de estudio el trabajo de Aby Warburg con su *Atlas Mnemosyne* o Walter Benjamin y su trabajo sobre los *Pasajes*.

► **22** • Marie-Laure Ryan. "Narrative as Virtual reality". En *Literature and electronic media* (Baltimore: John Hopkins University Press, 2001), 246-258.

en esta línea el trabajo de la artista y periodista Nonny de la Peña, con proyectos como **Hunger in LA** o **Kiya**²⁰, donde asistimos a una experiencia simulada en realidad virtual en la que una mujer es víctima de la violencia machista en Estados Unidos. De la Peña utiliza las conversaciones telefónicas a los operadores 911 e imágenes simuladas en 3D con estética de videojuego mientras el espectador está inmerso como un sujeto estático, una especie de *voyeur* incómodo en medio de la angustiante situación.

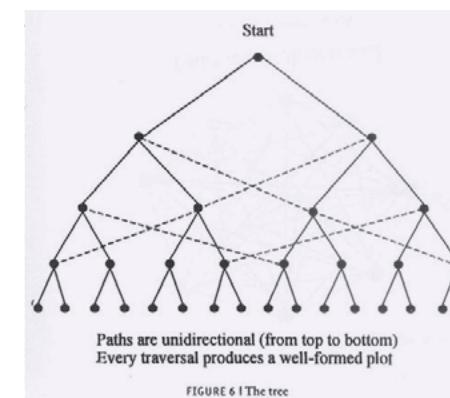
Narración interactiva: los mapas mentales y los juegos

Cuando hablamos de esta clase de obras, cuya base estructural está en la decisión activa del espectador, nos adentramos en el terreno de la narrativa no lineal. Este es seguramente el tema más complejo a la hora de desarrollar estos proyectos, porque significa componer un escenario de posibilidades que tendrán sentido según los deseos del interactivo. Hablar de esta no linealidad nos sumerge también en el terreno de las formas del pensamiento y de su análogo en las estructuras denominadas "mapas mentales", que han sido desarrollados por el arte desde hace décadas²¹.

Sobre narrativa interactiva se han desarrollado multitud de teorías y taxonomías, una de las capitales fue la desarrollada por Marie-Laure Ryan²², quien, a partir de diferentes grafos, generaba "estructuras de narrativa interactiva", conformadas por nodos y rutas que, a manera de vectores, indicaban el posible recorrido de una narración. Este modelo sirvió para que, tiempo después, el francés Florent Maurin, basado en el análisis de los proyectos realizados para la Web en los últimos años, desarrollara una taxonomía propia

consistente en seis categorías que Maurin²³ denomina "Narrativas: lineales, concéntricas, elásticas, binarias, paralelas, y simultáneas".

Adicional al desarrollo de estas clasificaciones, han aparecido dos cuestiones particulares respecto de las narrativas interactivas: por un lado, la ficción tradicional ha relegado su exploración de la interactividad al video-juego; y por otro, surge desde hace algunos años una reivindicación del juego como una "máquina básicamente de aprendizaje"²⁴. Estas dos posiciones han hecho que el terreno de lo real sea el más prolífico en formas narrativas interactivas, ya que el documental, en su constante afán de representar la realidad, ha encontrado en el juego una manera de comunicación lúdica, a la vez que informativa. Es relevante el caso de los denominados *juegos serios*, con ejemplos tan singulares como **Fort McMoney** (2013) de David Dufresne, reconocido realizador de proyectos importantes en el terreno interactivo como **Prison Valley** (codir. Philippe Brault, 2009); o el proyecto **Are Vah!** (Sarah Irion y Micha Patault) de la productora francesa FatCat Films, sobre la edificación de una central nuclear en Jantapur (India), donde el usuario debe recorrer el lugar e ir recogiendo unidades de Uranio a partir de la información obtenida al visionar una serie de micro documentales. Al final recae sobre el usuario la decisión de poner en funcionamiento la central o desmantelarla.



📺 Uno de los grafos propuestos por Marie-Laure Ryan para definir sus estructuras de narrativa interactiva. Fuente. Eth-Blue. En línea.

Producción y políticas públicas

Aparte de entender el surgir de este nuevo documental como una forma de expresión que converge con la tecnología en un momento idóneo y con la intención de situar al espectador como artífice de la narración, también podemos verlo como una respuesta al cambio de paradigma de la producción. Pero, ¿qué es lo que ha cambiado en los últimos años y por qué parece que el mundo del documental ha reaccionado antes que la ficción?

Por un lado, la digitalización y el acceso a la tecnología han abierto la puerta a la democratización en la producción de contenidos.

► **23** • Florent Maurin es un diseñador de video-juegos y juegos serios responsable de la empresa The Pixel Hunt (<http://www.thepixelhunt.com/>). La taxonomía que propone la divide en estas categorías: "Linear, concentric, fishbone, branching, parallel and threaded narratives". Que yo traduzco como "narrativas lineales, concéntricas, elásticas, binarias, paralelas, por personaje", para entender mejor el concepto asociado a la narración.

► **24** • Una defensa y explicación de los videojuegos en nuestra sociedad actual está ampliamente examinada en el libro de Daniel Aranda Juárez y Jordi Sánchez Navarro, *Aprovecha el tiempo y juega* (Universitat Oberta de Catalunya, 2009).



Fotogramas del teaser del juego serio **Are Vah!** (Micha Patault, Sarah Irion). Tomados del canal de Vimeo: Sarah Irion. En línea.

Liz Rosenthal, directora de una de las plataformas más interesantes de creación de contenidos en la era digital, Power to the Pixel, habla de una inversión en la pirámide de producción. Según Rosenthal, si antes teníamos menos *storytellers*, contenidos y canales y más audiencias, tiempo y dinero para disfrutar de esos contenidos, con la llegada de la era digital esa pirámide se invirtió y ahora hay menos tiempo y dinero, con audiencias más sectorizadas, para consumir una cantidad abismal de contenidos creados por millones de realizadores en incontables canales.

El documental, que siempre ha luchado para encontrar ventanas, ha visto en la red una vía de difusión y, por otro lado, ha encontrado en la interactividad una manera de focalizar su audiencia y tal vez de comunicarse mejor con ella.

Los festivales, como parte de esa pirámide de difusión y con su espíritu ávido de primicias, se han encargado también de generar la ilusión de un sistema de producción más accesible de lo que realmente es. Estamos frente al auge de la opera prima, y los festivales permanecen encandilados con las

luciérnagas capaces de brillar un instante, para después desaparecer entre el bosque cada vez más espeso de películas. Por este mismo afán de novedad, no es extraño ver que este universo interactivo esté siendo absorbido fácilmente por estos eventos, pero solo en pocos casos se puede ver un intento real de entenderlo como otro medio y no como una continuación del medio cinematográfico. Ejemplar en este sentido resulta el DocLab del festival IDFA, que tiene una sección con diferentes categorías donde caben las narraciones documentales para la web y, desde hace pocos años, el documental en VR o las instalaciones. Todo comprendido dentro de la categoría Digital Storytelling. Sucede algo similar con el festival de Sundance, que tiene una sección específica llamada New Frontier, más ecléctica que IDFA, pero igualmente abierta a las derivas extensas de la representación de la realidad con códigos desconocidos para la teoría del cine.

El momento se presenta idóneo para la generación de estos contenidos, al menos en lo que se refiere a la exhibición, pero existe una carencia importante, si se considera el campo del desarrollo y la producción, básicamente porque aún no existe un modelo de negocio que permita un esquema de producción sólido y constante. En la actualidad, la manera de producir estos contenidos utiliza el clásico modelo de “cine independiente”, es decir, un

sistema basado principalmente en las ayudas estatales, apoyos de festivales e instituciones cinematográficas nacionales e internacionales y, en algunos casos limitados, la coproducción con canales de televisión interesados en contenidos expandidos.

Infortunadamente, la gran mayoría de estos proyectos no han sabido aprovechar los modelos de producción digital y son contados los casos de proyectos de documental interactivo con un esquema basado, por ejemplo, en contenidos *premium o freemium*, donde los usuarios puedan acceder a una parte del contenido a través de una suscripción de pago; tampoco proliferan los proyectos que hayan pensado, por ejemplo, en empaquetar el contenido mediante una *app* de pago.

Mientras en la cinematografía está muy establecido el modelo de dos cabezas, arte e industria, en la actualidad la rama industrial de los proyectos interactivos no se ha desarrollado, y está el riesgo de que los actores en producción no vean en estos proyectos una vía real al retorno de la inversión. Lo que está ocurriendo desde hace un par de años con el resurgir de la realidad virtual es que ha dado un nuevo impulso a la industria, pero enfocándola más en la venta de dispositivos que no en el desarrollo de experiencias. A las marcas les interesa sobre todo vender dispositivos: teléfonos y gafas de realidad virtual, pero aún no se

► 25 • El *WallStreet Journal*, en un artículo del 23 de mayo del 2016, hace un análisis del riesgo que corre la industria actual del VR. “Why the Virtual-Reality Hype is About to Come Crashing Down”. En línea.

► 26 • Ministerio de Cultura, *Compendio de políticas culturales*. 2010. En línea.

ha establecido un modelo para la producción de contenidos, con la salvedad de los video juegos²⁵.

En Colombia

Para entender mejor lo concerniente a la expansión de las formas de no ficción en Colombia, resulta interesante analizar al menos dos de las políticas culturales en el país²⁶: la concerniente a la cultura digital y la de cinematografía. Ya que la esencia de estos proyectos está en la hibridación de estos dos universos y el aprovechamiento de cada uno de sus recursos.

Sobre la política de cultura digital

Como bien menciona el compendio de políticas culturales del Ministerio de Cultura del año 2010, “el propósito de la política (digital) es avanzar en la consolidación de una ciudadanía integrada gracias al uso de este medio, que antes que la dotación tecnológica permita el desarrollo cultural y social y promulgue una cultura digital de manera integral”. Y aunque en el país se han implementado algunas medidas para abordar las necesidades de la comunicación digital (no linealidad, uso de tecnología, descentralización, no jerarquización en la comunicación...), sigue siendo importante mejorar la conectividad y el acceso a la tecnología. Según cifras de la

Unión Internacional de Telecomunicaciones y el reporte de la World Telecommunication/ICT Development Report y el Banco Mundial, para 2014 había en Colombia 52,6 usuarios de Internet por cada 100 habitantes, una cifra que ha mejorado considerablemente en los últimos años y cuya tendencia es positiva. El reto más grande se encuentra en la velocidad de la conexión. Según el informe de “Estado de la banda ancha en América Latina y el Caribe 2015” de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), en Colombia la velocidad de descarga, banda ancha global (en megabits) es de 6,79 M. Una cifra bastante baja, si se compara con otros países de la zona, como Brasil (12,83 M) o Chile (14,96 M). Este dato es problemático, ya que cuando hablamos de esta clase de proyectos muchas veces nos referimos a la participación activa de la ciudadanía a través de Internet, desarrollos en tiempo real o implementación de tecnologías que requieren grandes flujos de información de manera constante, lo cual requiere una mejoría no solo de la penetración de Internet sino de la calidad y velocidad en la descarga de los contenidos.

En lo que se refiere a la implementación de medidas para el desarrollo de estas obras, contamos con una iniciativa remarcable que viene del asocio entre el Ministerio de Cultura y el Ministerio de las TIC: Crea Digital, una



Imagen de maqueta interactiva y detrás de cámaras del rodaje de “El Naya”, la primera historia del proyecto **4 ríos**.

convocatoria que se realiza desde el 2012 y que “busca dinamizar y fomentar la creación de empresas y emprendedores del sector TIC y la apropiación de tecnologías e historias por parte de los colombianos. Contenidos, emprendedores y TIC”. La convocatoria se divide en diferentes categorías que cubren la producción con fines culturales y educativos de video juegos, libros electrónicos, series animadas y, en 2016, contenidos para una cultura de paz. En los años anteriores exis-

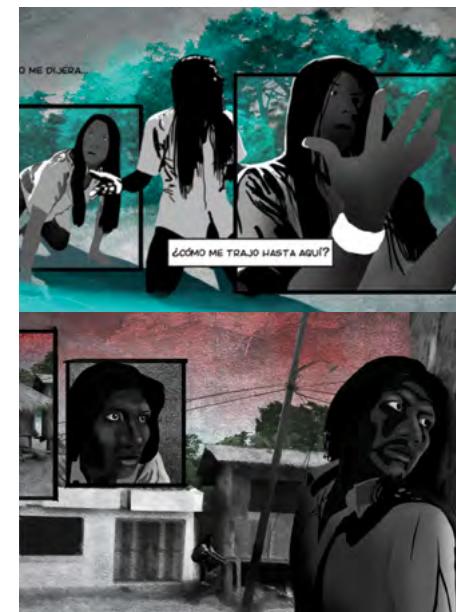


Imagen del cómic interactivo de **4 ríos**.

tía otra categoría específica para proyectos *crossmedia* o transmedia, interactivos e innovadores, aunque la actual convocatoria de contenidos para una cultura de paz incluye propuestas “en cualquier formato: aplicaciones, estrategias de comunicación transmedia, sitios Web, desarrollos para realidad virtual, video-juegos, *ebooks*, series animadas o radio y video por Internet, entre otros”.

La convocatoria está sirviendo para cubrir las necesidades de muchos proyectos de



Interfaz del documental interactivo **Pregoneros de Medellín** (Ángela Carabalí, 2015). En línea.

documental expandido, ya que, sin tener esa especificidad, recoge los intereses de un gran número de obras que pretenden basar su narración en el entorno digital o disponer de diferentes medios para transmedializar el contenido de sus propuestas. En este sentido, hay trabajos sugestivos, como **4 ríos**, de Elder Manuel Tobar; **Pregoneros de Medellín**, de Ángela Carabalí; **Agua blanca: Pacífico urbano**, de Víctor Palacios o **Aislados**, de Marcela Lizcano, entre otros. Todos estos proyectos cuentan con iniciativas interactivas de participación ciudadana, así como versiones lineales de películas documentales en formato largo o corto para su distribución en pantallas tradicionales.

Aunque la cuantía de los estímulos otorgados por Crea Digital parecía que experimentaba un crecimiento anual, para 2016 se ha reducido considerablemente, al igual que muchas de las convocatorias del Ministerio de Cultura. Se ha pasado de \$535 millones en 2012, a \$1.000 millones en 2013, \$2.800 millones en 2014, \$3.000 millones en 2015 y, finalmente, \$1.800 millones para 2016. Aunque las cifras destinadas a cada proyecto se pueden considerar “aceptables” para la coproducción de estos contenidos, una de las preocupaciones más importantes radica justamente en la drástica reducción de inversión en cultura, que esperamos que se deba solo a la coyuntura del país; por otra parte, a esta preocupación se suman inquietudes como la que genera la duración de entrega propuesta en las bases y la centralización de los proponentes en estas iniciativas. Por poner un ejemplo, la convocatoria del 2014 benefició 24 proyectos, de los cuales, el 75%, es decir, 18 proyectos, fueron presentados por empresas bogotanas. Por otro lado, los términos de entrega de estos proyectos se establecen a tres meses, una vez se conoce el resultado, por lo general de septiembre a diciembre, lo cual hace compleja y en muchas ocasiones inapropiada su correcta ejecución. Otro de los temas pertinentes a revisar sería la difusión de estos contenidos. En la misma Web del Ministerio de Cultura donde se relacionan los ganadores de Crea Digital de los



Imágenes de los capítulos del proyecto “Cuentazos con efectazos” uno de los ganadores de Crea Digital, 2016. Proponente: Lapost estudios.

últimos años, de los 43 proyectos listados solo se puede acceder a un proyecto ganador de la convocatoria de libro electrónico²⁷.

Existe también dentro del programa de estímulos del Ministerio de Cultura, en su apartado de Televisión-Desarrollo, dos becas notables para los contenidos en cuestión: la beca para el desarrollo de documentales interactivos para la Web o Web serie de no ficción y la beca para el desarrollo de proyectos de narración transmedia para audiencias entre 12 y 15 años, ambas con montos individuales de \$30 millones para la convocatoria 2016. Aunque los dos estímulos pretenden impulsar el desarrollo de estas iniciativas, para los años venideros se hace necesario implementar nuevas ayudas a la producción y aumentar el número y la cuantía destinada a estos proyectos. Uno de los retos más importantes de esta convocatoria consistirá en definir mejor su abasto, ya que, como se comentaba antes, la naturaleza de estos proyectos hace que resulte complicado encasillarlos en una categoría y es habitual poder observarlos como piezas

híbridas y multidisciplinares que circulan entre el documental clásico, el cómic, el video-juego o la instalación.

Finalmente, en Bogotá se destaca la beca Cinemateca de Creación Audiovisual con Nuevos Medios de la Cinemateca Distrital - Gerencia de Artes Audiovisuales del Instituto Distrital de las Artes (Idartes), que

... promueve la creación de proyectos audiovisuales de producción o coproducción nacional que utilizan el video y los nuevos medios para internet (web documental, documental interactivo, proyectos transmedia), exploran la convergencia entre arte, cine, ciencia y tecnología, realizan instalaciones interactivas con video, realidad virtual, video-juegos o se desarrollen proyectos donde se relacionen los anteriores ítems con diversas disciplinas y prácticas artísticas.

La cuantía de esta beca fue de \$30 millones para el 2016. Si bien está iniciativa pone de manifiesto esa diversidad de saberes, resulta necesario hacer una apuesta

► 27 - Ministerio de Cultura, “Ganadores de la convocatoria ‘Crea Digital 2012-2014’”. En línea.

► **28** • Aquí no tiene caso ser ingenuos. El documental ha ocupado desde siempre un espacio más relegado dentro del *glamour* de la cinematografía. De hecho, resulta relevante pensar que uno de los festivales de cine más importantes del mundo, el Festival de Cannes, apenas tiene programación de documentales y solo desde el pasado 2015 tiene una categoría competitiva denominada L'Oeil d'Or. Por fortuna, hay otros festivales donde la división entre documental y ficción desaparece y se programan películas sin etiqueta, como es el caso de los festivales de Locarno y de Rotterdam o, en Latinoamérica, el Buenos Aires Festival Internacional de Cine Independiente (BAFICI).

► **29** • Distribuidos en siete modalidades: escritura para largometrajes, escritura para largometrajes de género, producción de primeros largometrajes, producción de segundos largometrajes, producción de largometrajes-coproducción minoritaria, posproducción de largometrajes y realización de cortometrajes.

► **30** • Distribuidos en tres modalidades: desarrollo de proyectos, realización de largometrajes y realización de cortometrajes.

más arriesgada económicamente para poder aumentar el número de proyectos y el abasto de la producción.

A su vez estas convocatorias necesitan un ajuste metodológico y propositivo en sus bases, que permita encontrar el punto intermedio entre la flexibilidad, para poder relacionar saberes, y la pertinencia de los proyectos en entornos digitales, conociendo tanto el contexto donde pueden ser explotados como las audiencias a las que pueden ir dirigidos.

Sobre la política cinematográfica

Según el Decreto 358 de 2000, “el cine constituye una expresión cultural generadora de identidad social”. En tal dirección, se han implementado medidas que contribuyen a conformar la cadena de creación de una película, bien sea ficción o documental (desarrollo, producción, posproducción y difusión). En Colombia tenemos el privilegio de cubrir esas etapas gracias a los estímulos del Fondo Nacional de Cinematografía (FNC), las becas del Ministerio de Cultura y las apuestas de algunos canales de televisión como Señal Colombia o las anecdóticas propuestas de Caracol tv. Nótese que hablamos de películas documentales. Esta distinción es importante porque el documental, más vinculado al reportaje, tiene un esquema de producción basado en los estándares televisivos y con una intención más informativa que emotiva, reflexiva o

de exploración fílmica de la que pueda tener una película documental cinematográfica.

Aunque nuestro sistema de convocatorias es bastante ejemplar, en el caso del cine documental surgen varias dudas. La primera tal vez sería: ¿qué tan importante es la producción de cine documental para nuestras instituciones cinematográficas?²⁸

Si atendemos a las cifras del FNC de la convocatoria del año 2016, el monto destinado a la categoría de ficción fue de \$5.335 millones y medio²⁹, mientras que para el documental fue de \$1.507 millones y medio³⁰. Es decir, un 354% más de ayudas para la ficción que para el documental. La evidencia de las cifras es obvia e infortunadamente no refleja ni el panorama ni las necesidades de producción de nuestras películas de no ficción. Uno se pregunta, por ejemplo, por qué no existe una categoría de posproducción para películas documentales, ya que es obvia la necesidad de la posproducción en estas obras, o por qué una película documental en Colombia no es susceptible de una categoría de coproducción minoritaria, o por qué solo se dan dos estímulos anuales a largometrajes documentales y cada vez de menor cuantía. La respuesta a estas preguntas tal vez exige contestar otra: ¿cómo medimos el “valor” de una película para que sea susceptible de estar más presente en la agenda de nuestras instituciones?

Parece que hay dos grandes marcadores a la hora de valorar nuestras producciones, al menos a nivel institucional y de mercado: en primer lugar, el prestigio internacional dado por la presencia en festivales y premios obtenidos, con la consecuente repercusión de la marca “Colombia”; y, por otro lado, la audiencia medida en taquilla. Respecto a los festivales y premios, en el país estamos ante un *boom* de producciones de ficción que han sabido conquistar los festivales más prestigiosos del mundo y estar en la primera línea de los grandes premios cinematográficos. Con los documentales sucede lo mismo, pero infortunadamente no son tan reconocidos como las ficciones. Así que, aunque existan películas como **Noche herida** de Nicolás Rincón, **La impresión de una guerra** o **Cilaos** de Camilo Restrepo, con premios tan destacados como Il Pardino d'Argento del festival de Locarno, apenas sí generan interés y tienen repercusión mediática en el país.

Respecto a la audiencia, infortunadamente medimos el impacto de una película solamente a través de su explotación en salas de cine y no tenemos en cuenta las exhibiciones alternativas, que también podrían ser buenas guías de su interés. Este indicador siempre resultará injusto para medir un documental, porque se antepone un gran obstáculo para las películas de lo real: las distribuidoras y exhibidoras,



► Foto fija y fotograma de **Noche herida** (Nicolás Rincón, 2015). Foto: Voa Films/Medio de contención producciones.

cuyo interés en la difusión de documentales es escaso, por no decir nulo.

Según las cifras proporcionadas por Colombian Admissions & Boxoffice Control (CABOX) en cuanto a la cantidad de películas colombianas que llegaron a cartelera en los últimos años, tenemos, por ejemplo, que para 2010, de los 10 títulos estrenados ninguno correspondía a un documental. En 2011, de los 18 títulos solo uno era documental, en este caso, una gran producción en animación 3D: **Pequeñas voces** (Óscar Andrade,



📺 Rodaje de **Apaporis** (Antonio Dorado, 2012). Archivo: Escuela de Comunicación de la Universidad del Valle.

Jairo Carrillo); en 2012, dos de 22: **Apaporis** (Antonio Dorado) e **Ilegal.Co** (Alessandro Angulo); en 2013, tres de 17: **La eterna noche de las doce lunas** (Priscila Padilla), **Don Ca** (Patricia Ayala) y **Pablo's Hippos** (Antonio Von Hildebrand); en 2014, dos de 28: **Memorias del calavera** (Rubén Mendoza) e **Infierno o paraíso** (Germán Piffano); y para 2015, siete de 37: **Carta a una sombra** (Miguel Salazar y Daniela Abad), **Porro hecho en Colombia** (Adriana Lucía), **El viaje del acordeón**, **Un asunto de tierras** (Patricia Ayala), **Monte adentro** (Nicolás Macario), **El valle sin sombras** (El valle sin sombras) y **Parador húngaro** (Aseneth Suárez y Patrick Alexander). Si bien es cierto que hay un

incremento en la distribución de estos contenidos, probablemente no se deba al interés de los distribuidores o exhibidores, sino más bien a la política de estímulos automáticos del FDC, que hace que sacar una película en cartelera resulte más atractivo para los productores, ya que no les significa una gran inversión de dinero. Para los exhibidores resulta también ventajoso y el riesgo de inversión que corren es mínimo, pues los estímulos permiten pagar las copias, el *Virtual Print Fee* (VFP), el material de prensa y gran parte de la campaña de promoción la película.

Si nos detenemos en las cifras de taquilla, observamos, por ejemplo, que el número de espectadores de documental en el 2015 fue de 37.829 espectadores, con siete películas estrenadas, una de ellas con 25 mil espectadores: **Carta a una sombra**. Las otras seis lograron conseguir 12.361 espectadores. La cifra no se puede considerar un éxito, pero hay que poner en consideración el bajo número de copias y el escaso tiempo que logran estas películas sobrevivir en sala, además de que al menos dos de esas películas salieron con esquemas de distribución totalmente independientes a las salas comerciales. Se debe tener en cuenta que muchas de estas películas consiguen audiencias en otras ventanas diferentes al cine, como la televisión, Internet o modelos propios de exhibición a través de la movillización de amplios colectivos sociales.

En lo que respecta a los incentivos para el desarrollo de documental interactivo por parte de las políticas cinematográficas, no se contempla ninguna convocatoria que ayude a su desarrollo o producción. El Fondo Nacional de Cinematografía debería implementar algunas medidas que dieran respuesta a estos proyectos digitales y entenderlos también dentro de las lógicas multidisciplinares que se mencionaban antes.

En resumen

En este artículo se buscó hacer una introducción al concepto general de documental expandido para, a partir de ahí, esbozar un escenario sobre sus posibilidades, centrándose en el panorama actual de la cinematografía de lo real en Colombia, con sus posibles derivas y las políticas culturales que ayudan a hacer posible estas obras.

Las nuevas formas de documental son manifestaciones especialmente dinámicas, fundamentalmente por su relación esencial con la tecnología y el aprovechamiento que sabe hacer de las posibilidades que esta les ofrece. El ritmo acelerado de innovación tecnológica imprime un gran dinamismo a la comunidad creativa que trabaja en este entorno y le proporciona nuevos medios de expresión. A su vez, estos producen un efecto de retroalimentación que lleva a replantearse



📺 Foto de archivo usada en el documental **Carta a una sombra** (Daniela Abad y Miguel Salazar, 2015).

en qué se convertirá el cine, el audiovisual o como sea que en el futuro vayamos a denominar a estos ámbitos de expresión de la creatividad humana. En pocos años hemos pasado de páginas estáticas con texto y fotos a entornos multimedia e interactivos que integran todos los formatos y plataformas conocidas, abren la participación de los espectadores y los convierten así en cocreadores de la obra.

En términos generales, y si consideramos otras cinematografías de la región, Colombia cuenta con un sistema de convocatorias ejemplar en muchos sentidos, y se puede valorar positivamente el interés de las instituciones por darles un tratamiento específico

a las narrativas y líneas de creación que se discuten en este artículo. Sin embargo, los apoyos impulsados por el Ministerio de Cultura (Beca de Desarrollo de Documental Interactivo y Beca de Proyecto de Narración Transmedia), Ministerio de las TIC (Crea Digital), Idartes (Beca Audiovisual de Nuevos Medios) no se corresponden del todo con el actual vigor de las empresas y realizadores de estas iniciativas ni con las necesidades reales de producción de estos proyectos. Resulta necesario pensar en políticas más transversales y abrir vías de comunicación entre el cine tradicional y las narrativas digitales, teniendo en cuenta que en el país hay cada vez más interés en la generación de estos contenidos.

Sin caer en la relación vacua según la cual a mayor cantidad mayor calidad, lo que resulta

perentorio en esta clase de proyectos es su posibilidad de experimentación, en el sentido amplio de la palabra; ensayar narrativas interactivas, probar sus resultados con las audiencias, estudiar nuevas formas de difusión y formar nuevos talentos, programadores creativos, arquitectos de historias, diseñadores de interfaces... En esta etapa inicial, y si seguimos la estela de un caso de éxito como puede ser el FDC para nuestras películas de ficción y no ficción, necesitamos contar con un apoyo más decidido de nuestras instituciones para nuestros proyectos interactivos, no solo porque podríamos posicionar al país como un referente, sino porque la realidad digital nos impone nuevas reglas de comunicación que requieren proyectos activos que sepan responder a dichas necesidades. 

Referencias

Almeida, Andre y Heitor Alvelos. *An interactive documentary manifesto*. University of Porto, School of fine Arts, 2010.

Aranda Juárez, Daniel y Jordi Sánchez Navarro. *Aprovecha el tiempo y juega*. Universitat Oberta de Catalunya 2009

Barthes, Roland. "La muerte del autor". En *Más allá de la palabra y la escritura*. Buenos Aires: Paidós, 1987.

Castells, Manuel. *La era de la información*. Vol. I: *La sociedad red*. Madrid: Alianza, 1997.

_____. *La era de la información*. Vol. II: *El poder de la identidad*. Madrid: Alianza, 1998).

_____. *La era de la información*. Vol. III: *Fin de milenio*. Madrid: Alianza, (1998).

Català, Josep María. *La imagen compleja. La fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual*. Universitat Autònoma de Barcelona, 2005.

_____. "Film-ensayo y vanguardia". En Casimiro Torreiro y Josetxo Cerdán, *Documental y vanguardia*. Madrid: Cátedra, 2005.

_____. "Reflujos de lo visible. La expansión post-fotográfica del documental". *Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 2. Castellón. Adcomunica.

De la Peña, Nonny. "Physical world news in virtual spaces; representation and embodiment in immersive nonfiction". *Media Fields Journal* (2011). En línea.

Galloway D.; K. B. Mcalpine y P. Harris. "From Michael Moore to JFK Reloaded: Towards a Working Model of Interactive Documentary". *Journal of Media Practice* 8 (3) (2007), 325-339.

Gaudenzi, Sandra. *The living documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary*. University of Goldsmiths, Centre for Cultural Studies, 2012.

Gifreu, Arnau. *El documental interactivo como nuevo género audiovisual. Estudio de la aparición del nuevo género, aproximación a su definición y propuesta de taxonomía y de modelo de análisis*

► **31** • Por el tema de este artículo en esta filmografía se agregaron los formatos encontrados de los proyectos asociados a los nuevos medios. Así mismo se agregó el género documental en las películas en que aplicaba; en caso de no tenerlo, es ficción.

a efectos de evaluación, diseño y producción. Universitat Pompeu Fabra, Departamento de Comunicación.

Jenkins, Henry. *Convergence culture: where old and new media collide*. New York University Press, 2006.

Manovich, Lev. *The language of new media*. Cambridge MIT Press, 2002.

Murray, Janet. *Inventing the medium. principles of interaction design as a cultural practice*. Cambridge MIT press, 2012.

Nichols, Bill. *La representación de la realidad: cuestiones y conceptos sobre el documental*. Barcelona, Paidós, 1991.

Ryan, Marie-Laure. "Narrative as virtual reality: immersion and interactivity". En *Literature and electronic media*. Baltimore: John Hopkins University Press, 2001.

Scolari, Carlos. *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa, 2008.

Sucari, Jacobo. "El documental expandido: pantalla y espacio". Universitat Oberta de Catalunya, 2012.

WallStreet Journal. "Why the Virtual-Reality Hype is About to Come Crashing Down". 23 de mayo de 2016. En línea.

Whitelaw, Mitchell. "Playing Games with Reality: Only Fish Shall Visit and Interactive Documentary". En Catalog essay for *Halfeti: Only Fish Shall Visit*, by Brogan Bunt. Artspace, Sydney, 19 de septiembre-12 de octubre, 2002. En línea.

Filmografía y referencias audiovisuales³¹

Abad, Daniela y Miguel Salazar. **Carta a una sombra**. Documental. Colombia, 2015, 70 min.

Adriana Lucía. **Porro hecho en Colombia**. Documental. Colombia, 2015, 77 min.

Andrade, Óscar, Jairo Carrillo. **Pequeñas voces**. Documental. Animación 3D. Colombia, 2011, 75 min.

Angulo, Alessandro. **Ilegal.Co**. Documental. Colombia, 2012, 70 min.

Antequera, Erika. **La historia que no contaron**. Documental. Colombia, 2013, 49 min.

Ayala, Patricia. **Don Ca**. Documental. Colombia, 2013, 90 min.

_____. **El viaje del acordeón**. Documental. Colombia, 2015, 79 min.

_____. **Un asunto de tierras**. Documental. Colombia, 2015, 78 min.

Bendzko, Nina. **Urwälder**. Documental. España, 2014, 70 min.

Bollendorff, Samuel y Abel Ségrétin. **Journey to the end of Coal**. Documental web. Francia, 2008. En línea: <http://www.samuel-bollendorff.com/en/voyage-au-bout-du-charbon/>

Brault, Philippe (codir.) **Prison Valley**. Juego serio. Países Bajos, 2009. En línea: <http://www.doclab.org/2009/prison-valley/>.

Carabalí, Ángela. **Pregoneros de Medellín**. Documental interactivo. Colombia,

2015. En línea: <https://www.pregonerosdemedellin.com>.

De la Peña, Nonny. **Hunger in LA**. Realidad virtual. EE. UU., 2015. En línea: <http://www.immersivejournalism.com/hunger-in-los-angeles-machinima-video/>.

_____. Kiya. **Proyecto en realidad virtual**. Emblematic Group. EE. UU., 2015. En línea: <http://www.doclab.org/2015/kiya/>.

Dorado, Antonio. **Apaporis**. Documental. Colombia, 2012, 74 min.

Dufresne, David. **Fort McMoney. Juego serio**. Canadá, 2013. En línea: <http://www.fortmcmoney.com>.

Goldie, David. **The Long Journey**. Webdoc. Australia, s.f. En línea: <http://www.abc.net.au/longjourney/>.

Landertinger, Josephine. **Home**. Documental. Colombia, Portugal, 2016, 85 min.

Lizcano, Marcela. **Aislados**. Documental. Colombia, 2016, 73 min.

Macario, Nicolás. **Monte adentro**. Documental. Colombia, 2015, 79 min.

Marker, Chris. **La lettre de Sibérie** (Cartas a Siberia), Documental. Francia, 1957, 62 min.

_____. **Immemory.** Proyecto interactivo. Francia, 1998. En línea: <http://chrismarker.org/chris-marker/immemory-by-chris-marker/>

Mendoza, Rubén. **Memorias del calavero.** Documental. Colombia, 2014, 103 min.



_____. **El valle sin sombras.** Documental. Colombia, 2015, 97 min.

Nartih, Roeun. **One dollar Rithy Panh** (fundador). Episodio uno. Serie web. Cambodia, 2013, 8 min. En línea: <http://onedollar.bophana.org/en/>.

New York Stories. Woody Allen, Martin Scorsese y Francis Ford Coppola. Obra episódica. EE. UU., 1989, 124 min.

NY, I love you. Jiang Wen, Mira Nair, Shunji Iwai, Yvan Attal, Brett Ratner, Allen Hughes, Shekhar Kapur, Natalie Portman, Fatih Akin. Obra episódica. EE. UU., 2008, 110 min.

Padilla, Priscila. **La eterna noche de las doce lunas.** Documental. Colombia, 2013, 87 min.

Palacios, Víctor. **Agua blanca: Pacífico urbano.** Proyecto transmedia. Colombia, 2015.

Pallotta, Tommy y Femke Wolting. **Last Hijack.** Documental interactivo de animación. Holanda, Irlanda, Alemania y Bélgica, 2014, 83 min.

Paris, je t'aime (París te amo). Joel e Ethan Coen, Isabel Coixet, Gus Van Sant, Gérard Depardieu, Alfonso Cuarón, Vincenzo Natali, Olivier Assayas, Frédéric Auburtin, Alexander Payne. Obra episódica. Francia, Alemania, 2006, 123 min.

Patault, Micha y Sarah Irion. **Are Vah!** Juego serio y documental interactivo. India

y Francia, 2014. En línea: <http://www.arevah-blog.com/>

Piffano, Germán. **Infierno o paraíso.** Documental. Colombia, 2014, 99 min.

Restrepo, Camilo. **Cilaos.** Cortometraje. Francia, 2016, 12 min.

_____. **La impresión de una guerra.** Cortometraje. Francia, 2015, 26 min.

Rincón, Nicolás. **Noche herida.** Documental. Colombia y Bélgica, 2015, 86 min.

Said, Andrea. **Looking for.** Documental. Colombia, 2012, 52 min.

Salas, Ana. **Frente al espejo.** Diario filamado. Colombia, 2014, 70 min.



Suárez, Aseneth y Patrick Alexander. **Parador húngaro.** Documental. Colombia, 2015, 80 min.

Tovar, Elder Manuel. **4 ríos.** Proyecto transmedia. Colombia, 2014.

Vardá, Agnès. **Les Glaneurs et la Glaneuse** (Los espigadores y la espigadora). Documental. Francia, 2000, 88 min.

Von Hildebrand, Antonio. **Pablo's Hippos.** Documental. Reino Unido, 2010, 90 min.

Walking the edit. Proyecto interactivo. Francia, 2013. En línea: <http://walking-the-edit.net/fr/>.

18 days in Egypt (18 días en Egipto). Jigar Mehta y Yasmin Elayat (co-creadores). Proyecto colaborativo. Groupstream. 2012. En línea: <http://beta.18daysinegypt.com/>.

7 días en La Habana. Benicio del Toro, Gaspar Noé, Elia Suleiman, Julio Medem, Pablo Trapero, Laurent Cantet, Juan Carlos Tabío. Obra episódica. Francia, España, 2012, 129 min.



Los retos y pendientes de la institucionalidad, según tres figuras del sector

Challenges and Pending Issues for State Institutions, According to three Characters from the Sector

ENTREVISTAS

POR XIMENA OSPINA HURTADO

Palabras clave: Cristina Gallego, David Melo, Juan Martín Cueva, ley de cine, distribución, exhibición, fomento, audiencias, hegemonía, contenidos convergentes.

Resumen: crear una política pública oportuna y efectiva para el fomento de la cinematografía nacional no es tarea fácil y menos en un país como Colombia, en el que pululan las necesidades y el Estado tiene tantas prioridades y deudas con los ciudadanos. Sin embargo, a través de la Ley 814 de 2003, o ley de cine, el país ha logrado importantes avances, especialmente en términos de producción. Sobre esto y sobre las tareas que aún están pendientes se aborda en este apartado de entrevistas con la productora Cristina Gallego; el ex director de Cinematografía del Ministerio de Cultura, David Melo, y Juan Martín Cueva, el actual Viceministro de Cultura del Ecuador, quien conoce de cerca el caso colombiano.

Keywords: Cristina Gallego, David Melo, Juan Martin Cueva, Film Act, distribution, exhibition, promotion, audiences, hegemony, convergent contents.

Abstract: Building a timely and effective public policy for the promotion of national cinematography is not an easy task, even more in a country like Colombia, where needs are abundant and the State has to face so many priorities and falls short to its citizens' demands. However, through Act 814 of 2003, or Film Act, the country has made significant progress, especially in terms of production. The interviews with producer Cristina Gallego, former director of cinematography at the Ministry of Culture, David Melo, and Juan Martin Cueva, current Deputy Minister of Culture of Ecuador, knowledgeable on the Colombian case, address this and other pending tasks.

DAVID MELO, desde la creación del Ministerio de Cultura (1997), ha diseñado las políticas del sector cultural, incluida la cinematográfica y fue director de CERLALC entre 2001 y 2003 y de Cinematografía del Ministerio de Cultura entre 2004 y 2009, donde puso funcionamiento la ley de cine (Ley 814). En 2010 trabajó en la puesta en marcha del modelo de gestión público-privada del Centro Cultural Julio Mario Santo Domingo y dirigió la Ventana Internacional de las Artes del Festival Iberoamericano de Teatro, rueda de negocios de las artes escénicas. Desde 2011 es gerente de mercadeo de ciudad en INVEST IN BOGOTÁ, que promueve internacionalmente la ciudad como centro de creatividad y negocios.

ENTREVISTA

David Melo: hacia una apuesta de contenidos convergentes más ambiciosa

Representante de los productores ante el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía, David Melo Torres comparte su mirada a los principales retos, que siguen pendientes, en la tarea de consolidar el sector cinematográfico nacional. Quien fuera Director de Cinematografía entre 2004 y 2009, visualiza acciones más potentes en el campo de la formación y la distribución, así como la búsqueda de nuevos aportantes al Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), en una apuesta de contenidos convergentes mucho más ambiciosa, para salir al paso a los desafíos que impone una industria en creciente proceso de transformación.



► CUADERNOS DE CINE COLOMBIANO 26-2017 NUEVA ÉPOCA

Ximena Ospina: Más allá de los tangibles avances en la producción, hay otros aspectos del sector cinematográfico que todavía están por trabajar, como, por ejemplo, el de la exhibición. ¿Cuál es su análisis al respecto?

David Melo: El circuito de distribución y exhibición de las películas hoy se ha extendido. De un modelo centrado en las salas de cine hace 40 años, casi exclusivamente, hoy hemos pasado a un modelo donde las ventanas, como se llama a cada uno de los diferentes canales posibles de distribución de una película, se han extendido de manera exponencial. Gradualmente los productores han entendido que el nivel de riesgo es muy alto, si confían el mayor porcentaje de la recuperación de su inversión al circuito de exhibición en salas de cine comerciales. Cada vez es mayor el número de los productores que busca financiación no reembolsable, para llegar sin una presión tan fuerte por recuperar su inversión en las salas, más aún cuando en los últimos tiempos las películas han reducido drásticamente su tiempo de permanencia en el circuito y la mayor parte de las pantallas son ocupadas por películas taquilleras con altas inversiones en promoción.

Son diversas las acciones de corto y mediano plazo que se podrían incorporar en la política pública y en la agenda de los

productores, distribuidores y responsables de cada canal o ventana de exhibición. Algunas de ellas fueron esbozadas en el Encuentro Nacional de Cinematografía del 2014. Después de un ejercicio de priorización con participación de la comunidad cinematográfica realizado por el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC), se propusieron líneas de trabajo para los próximos años. Una dentro del circuito industrial, comercial, que es trabajar alrededor la que hoy en día es, y que espero muy pronto deje de ser, una preocupación central, que es el Virtual Print Fee (VPF), es decir, el costo por copia o pantalla, que están pagando los productores y distribuidores por la reconversión tecnológica de análogo a digital. Sobre este, el Consejo de Cine ha asumido su financiación para las películas colombianas a través del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico. Evidentemente es algo que presiona, que genera dudas y que sería ideal discutir, renegociar y resolver, para lo cual es útil revisar experiencias internacionales.

Con la intención de incidir en la permanencia de las películas en las salas, se ha propuesto estudiar la viabilidad de hacer efectiva la facultad de la Ley 814 para imponer cuota de pantalla, como lo han hecho con algún éxito en Francia, Corea o Argentina. Esta posibilidad no garantiza el efecto deseado en la atracción de

público, porque el volumen de nuestra producción es todavía limitado, la calidad del grueso de lo producido es discutible y las películas de mejor resultado en festivales normalmente están dirigidas a audiencias más pequeñas. El Consejo ha creado recientemente el que ha denominado “Estímulo integral”, que apunta, entre otras cosas, a producir películas de mejor desempeño en taquilla e, idealmente, también orientadas a los festivales internacionales. Es una apuesta de gran riesgo cuyos resultados empezarán a verse en dos o tres años, aunque las primeras señales que se han dado a conocer hacen pensar que el problema está en otra parte, no necesariamente en el de volumen de recursos que se asigna a las películas.

Otra propuesta discutida en el Encuentro Nacional de Cinematografía es la de crear un circuito alternativo más fuerte que realmente se convierta en una posibilidad adicional para ingresos y, sobre todo, para mostrar las películas a otras audiencias en donde no hay salas de cine, como lo han desarrollado varias naciones –con no pocos problemas–, como Brasil, México y Argentina. Aun con el crecimiento del número de pantallas en Colombia, y que hoy hay más municipios con pantallas, siguen siendo menos del 10% de los municipios de Colombia los que tienen exhibición comercial.

No tengo la impresión de que en Colombia vayamos a tener un circuito alternativo robusto, como el que han intentado en otros países, porque no veo la capacidad institucional para desarrollarlo. Pero el modelo que, por ejemplo, apreciamos en su momento a partir de la experiencia de la Cinemateca Distrital, con el que dentro de la misma ciudad de Bogotá se han logrado tantas pantallas nuevas para películas de corte más independiente, da claves de lo que podría ser un circuito independiente nacional en el que Bogotá podría, desde la Cinemateca y otras experiencias, ejercer un liderazgo extendiendo sus resultados más positivos al resto del país. Por supuesto, con el apoyo de la misma industria, porque además es un complemento para todos los eslabones, en particular para los distribuidores, pero también para los productores, los titulares de los derechos de las películas.

Esto dentro del circuito de salas de cine, pero es viable desarrollar soluciones con opciones de recuperación económica y acceso a audiencias en otras ventanas. Hoy la más obvia, y hacia donde mira la mayoría, es la televisión, con todas sus plataformas, las televisiones pagas, las televisiones abiertas, la televisión digital, las plataformas de descarga. En el caso de las películas colombianas, la televisión ha tenido un papel relevante mediante el

aprovechamiento de la deducción tributaria contemplada en la Ley 814, por inversiones que han hecho normalmente en la etapa de promoción, aunque también en algunos casos en la etapa de producción, a cambio de derechos de emisión así como de retornos en *theatrical* y en otras ventanas.

En términos de políticas públicas se plantea el seguimiento a la aplicación de la cuota de pantalla de cine en televisión, contemplada en la Ley 814, y eventualmente la posibilidad de convertir la televisión en contribuyente del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, caso en el cual adquiriría también el derecho de ser beneficiaria de los recursos recaudados en los términos que se definan en las modificaciones que requeriría la ley.

Y después está lo digital. Cómo aprovechar plataformas digitales. En el entorno digital hay diversidad de rutas con modelos innovadores. A manera de ejemplo menciono experiencias exitosas con documentales en plataformas transmedia en las que van encontrando diferentes formas de poner la película en escena para diferentes audiencias. Lamentablemente, la política pública siempre va un poco rezagada. Van más rápido las soluciones que proponen los productores y los responsables en cada uno de los nuevos canales de distribución.

Vale la pena analizar el trabajo que ha liderado el Ministerio de Cultura desde la Dirección de Cinematografía, en articulación con Proimágenes, con esta plataforma nueva: Retina Latina. Hay muchas lecciones para aprender de este piloto, que cuenta además con valiosos estudios legales, técnicos y financieros que desarrollaron previo a la implementación de la plataforma; en ellos hay claves que sería pertinente poner en conocimiento del sector.

En una dinámica tan fuerte de desarrollo de plataformas digitales de acceso a contenidos, las más comerciales entrando con bastante fuerza al país -Netflix, HBO Go, Fox Play-, se vuelve crítico entender cuál debe ser el rol de una plataforma liderada con recursos públicos, una iniciativa estatal sin costo para los usuarios, con el riesgo de que crea en las audiencias la impresión de que es normal acceder a contenidos de calidad sin remuneración alguna para los productores de las obras o para los operadores de la plataforma.

Extrañamente, en el caso colombiano son todavía mayoría los casos de películas cuyas estrategias y costos de distribución son asumidos por los mismos productores, inclusive los estímulos automáticos del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico para promoción en salas de cine se entregan directamente a los productores.

Es necesario reflexionar sobre el papel que están desempeñando los productores en la distribución de sus películas y el mejor momento para pensar e implementar las estrategias de distribución. Lo más usual en Colombia es que se piensen en estas estrategias cuando la película está finalizada, momento en el que normalmente el productor ha invertido los recursos disponibles en la realización de la película. En términos generales, los productores parecen estar haciendo bien su tarea de producir, pero lo usual es que lleguen desgastados y sin recursos al momento de distribuir. Esta es una competencia que no están en condiciones de asumir apropiadamente y lo más conveniente sería que no estuviera a su cargo, pues para eso están los distribuidores. La política pública tiene un desafío importante en la evaluación del funcionamiento del nuevo incentivo para los distribuidores de películas colombianas, que finalmente instrumentó desde el 2015, en buena hora, el Consejo de Cine.

XO: ¿cuál es ese?

DM: es un estímulo del FDC que le otorga un monto en efectivo al distribuidor para hasta tres películas colombianas en un año, con el compromiso de presentarlas mínimo en cinco ciudades y mínimo en diez salas. Esto ya está generando dinámicas, igual todavía está en una fase inicial de implementación y seguramente



Fotos de rodaje de **Doble**, proyecto de Proyectil SAS premiado en el FDC 2015 en la convocatoria de Estímulo integral. Este proyecto también fue ganador en el FDC 2009 en la modalidad Desarrollo de guion. Archivo: Felipe Martínez.



Acto de entrega de estímulos del FDC 2005. En la foto Libia Stella Gómez (premiada en la categoría Desarrollo de guiones para **Matías el Titiritero**), Munir Falah (Representante de los exhibidores en el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNAAC)), María Consuelo Araujo (Ministra de Cultura) y David Melo (Director de Cinematografía). Foto: Carlos Mario Lema. Archivo: Mincultura.

se puede perfeccionar y mejorar. Hasta la fecha la política ha tenido esta concentración en el productor. Al entregar los estímulos al lanzamiento al productor, es como si estuviéramos saltando entre el productor y el exhibidor y no estuviéramos dándole el espacio apropiado al distribuidor. Las películas que han tenido un buen distribuidor, que han quedado en manos de profesionales con experiencia en este campo, han tenido un lanzamiento más sensato, porque el distribuidor es el que tiene todo el conocimiento y además la sensibilidad para entender las particularidades de cada película y cómo se

pueden comportar en el circuito frente a las audiencias.

Y después hay varios otros niveles de especialización al momento de la distribución: muchas de las películas que están apuntándole al circuito internacional están siendo entregadas a agentes de ventas y este fenómeno está abriendo para ellas nuevos canales internacionales y nuevas experiencias que sería ideal sistematizar para compartirlas con productores y distribuidores locales.

XO: pero, entonces, ¿estamos muy lejos de una intervención más directa con la legislación para regular el tema de la exhibición?

DM: no lo descarto, aunque no lo vimos pertinente en el período de implementación de la ley de cine y aun ahora no veo como una prioridad interesante para la política pública esta idea de cuotas o de sistemas de incentivo a la permanencia en las salas. La razón principal –aunque hay casos exitosos, está el caso francés, el coreano, el caso argentino de alguna manera– es que se está corriendo el riesgo de poner en un mismo paquete películas muy diferentes, en donde para cumplir con cuotas se termina forzando a exhibir películas en circuitos que no les corresponden. Cuando uno ve ciertos títulos que aprecia de manera especial, por ejemplo, **Porfirio** (Alejandro Landes, 2012), son películas de una complejidad



Foto de rodaje y foto fija de **Porfirio** (Alejandro Landes, 2012).

tal que tienen que tener un cierto circuito para llegar a unas audiencias específicas, audiencias que saben en dónde encontrar sus “Porfirios”. Pero, en la medida que haya una cuota, termina un arriesgando títulos que son más de nicho, por la idea de que en una formación gradual uno pueda tener unas audiencias más amplias para películas de estos niveles de riesgo formal y estético. Pero, además, un riesgo aún mayor es que hay muchas películas que ya no son “Porfirios”, que son de factura muy pobre, con pobres resultados con cualquier estándar, inclusive el comercial, y que se llevan muchas veces, se prueban, se intenta encontrar sus audiencias, pero en realidad son películas fallidas, y obligarlas a permanecer en el circuito sería muy riesgoso.

Esencialmente no he sido partidario de las cuotas. Están facultadas desde el 2003, se preservaron en las negociacio-

nes de los tratados de libre comercio y se podrían instrumentar en el momento en que haya un análisis que lo justifique. En este momento hay varias voces que piden que se estudie, que se evalúe cuál sería la mejor forma, ya que hay muchos modelos de implementación de estas medidas. Creo que, más que cuotas, podría ser útil algo como un incentivo a la permanencia, asociado con el comportamiento de la película en los primeros días, pero esto supone además un esfuerzo de promoción que muchas veces las películas no logran hacer, aún con los estímulos del FDC para el lanzamiento en salas. Y siempre está la duda de hasta dónde hacer inversiones que son tan arriesgadas, cuando el producto puede no estar requiriendo cierto nivel de promoción. Eso siempre será muy discutible, y establecer un estándar es lo más complicado para este tipo de medidas.

No evado para nada el debate, hay que mirar las experiencias exitosas. La mayor parte de las veces los que han vivido estas experiencias de cuotas de pantalla tienen unos pros y fuertes contras. En cualquier caso, si llegara a decidirse la instrumentación de las cuotas, sería muy importante que fuera un ejercicio consensuado y concienzudo en el análisis de las mejores condiciones de operación de esta medida.

Hay películas interesantes que llegan tarde con el *trailer* al circuito, o sin el volumen de *trailers* que se necesita para una película que pudo quedarse más tiempo. O casos de películas que uno dice: ¿por qué no se quedaron más, si lo tienen todo? Esos casos también hay que analizarlos, y mi impresión es que la solución no está en la cuota. Estoy casi seguro de que la solución para películas como esas está más en la estrategia de promoción, en la forma como se negocia el circuito entre el distribuidor, el productor y el exhibidor, en elementos que son más de la profesión misma, de la experiencia de los que saben cómo poner las películas en el circuito.

XO: a juicio de muchos, los apoyos para el sector están centralizados. ¿Qué estaría por hacerse en la política pública de desarrollo de la cinematografía en la región?

DM: el largometraje de ficción sigue siendo un escalón que implica un andamiaje complejo que es difícil extender. Me parece un poco demagógico imaginar exten-

didando las capacidades de producción de largometrajes por todo el territorio, sobre todo en un territorio de la complejidad de Colombia. Es razonable que los recursos de cierta complejidad en la producción estén distribuidos de manera irregular, lo cual no me parece que implique necesariamente que sea razonable que haya regiones desatendidas en la formación audiovisual, sin capacidad de producción, aun con recursos de más fácil acceso, como es el caso de ciertas herramientas digitales.

La producción audiovisual –y no estoy hablando del cine– debe estar lo más democratizada que se pueda. Y sí hay allí un desafío claro que hay que compartir con otras instancias, con el sistema educativo, especialmente. Cada vez es más claro que esto que Felipe Aljure llamaba la alfabetización audiovisual se ha vuelto más indispensable, algo que es parte de las competencias que cualquier ser humano debe tener para la participación activa en la sociedad, tanto en espacios laborales como en la vida cotidiana. Esa gesta por una mayor “democratización audiovisual” que siguen liderando aún personas como Aljure, tantos años después, es importante y ha habido avances importantes en los últimos 25 años, por la capacidad que tiene hoy la tecnología de estar al acceso de casi cualquier ciudadano. Casi cualquiera de nosotros puede estar

haciendo un registro en video de su vida cotidiana, con recursos muy a la mano. Hoy ya no estamos hablando de una sociedad tan desabastecida de producción audiovisual, y esa democratización de la tecnología ha permitido además muchas propuestas de valor en diferentes plataformas digitales, videojuegos, series web, pequeños formatos, videoclip. Hoy la cultura audiovisual de nuestras sociedades es mucho más alta y la sorpresa que uno encuentra en Colombia, y en casi en cualquier parte del mundo, es la de tantas capacidades de producción audiovisual en manos del ciudadano del común.

Hay también un crecimiento exponencial de escuelas de formación audiovisual en el país, y con el Ministerio de Educación podríamos apuntar a una formación un poco más fina: escuelas mejor abastecidas, con infraestructuras más robustas, con tecnologías más actualizadas y, sobre todo, con profesores y profesionales que tengan la capacidad de incidir en una formación más compleja. En este sentido, la Escuela de Comunicación de la Universidad del Valle, en Cali, es un ejemplo sobresaliente, desde su creación, de la mano de Jesús Martín-Barbero, y ahora con profesionales activos en la producción y en la academia, como Óscar Campo o Antonio Dorado, ya que han hecho de ella uno de los mejores semilleros de



▣ Grupo del taller INI Natagaima en el departamento del Tolima, 2015. Foto: Diego García Moreno.

directores y profesionales del audiovisual con miradas que han innovado de forma muy importante en la cinematografía reciente del país.

XO: ¿qué otras acciones se imaginan en el campo de la formación en región, por ejemplo, apoyar desde el FDC al programa Imaginando Nuestra Imagen (INI)?

DM: hay un desafío enorme para la formación en las regiones e INI ha hecho un aporte significativo, sobre todo en las de menor desarrollo relativo, lo que, sin embargo, resuelve una parte muy pequeña del problema. Imagino una acción educativa más potente en diferentes niveles, desde la educación básica hasta la educación técnica y la educación superior, incluso en la educación técnica el desafío es el más grande de todos y donde además el potencial también es más alto.

► **1** Imaginando Nuestra Imagen (INI) es un programa de la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura, que desde 1998 se desarrolla en diferentes partes del territorio nacional para impulsar la formación de nuevos realizadores audiovisuales.

Aunque los muchachos terminan el bachillerato y no miran lo técnico como una opción, en esta industria en particular lo técnico es un campo de desarrollo de mucho potencial para muchas personas, con buenas remuneraciones en algunos oficios, que además se hace indispensable para el desarrollo de una comunidad audiovisual potente. Debería haber una apuesta de formación más amplia, pero no le pondría esa tarea exclusivamente al FDC. Hay que intentar apuntar a los recursos del sistema educativo y sobre todo a una educación superior de calidad, en donde se extiendan los programas de formación audiovisual con estándares internacionales, donde pueda haber después programas de posgrado, de maestría, de especialización. Inclusive, en el cine sigue siendo vigente la educación no formal, como la que se sigue dando en muchas partes del mundo, en donde los estándares más altos de calidad se encuentran en escuelas de períodos más cortos, con mayor especialización y procesos de formación aplicada en donde la interacción entre la academia y la industria es muy superior.

Ya que los recursos del FDC están concentrados en el estímulo a la producción, este Fondo ha hecho aportes marginales en temas tan importantes como la formación e inclusive en otros, como pasa con los incentivos a la distribución y la exhibición en diferentes ventanas, o en la preser-

vación del patrimonio. Ante la transformación y la expansión de la industria, el Consejo de Cine, el Ministerio, Proimágenes y el Fondo deben buscar mecanismos para integrar nuevos aportantes que, a su vez, permitan crear acciones de fomento en nuevos frentes.

Hay disposiciones en marcha que estarían buscando generar nuevos aportes, muy obvios, por la exhibición de transmisiones de ópera, teatro, conciertos, exposiciones de arte, partidos de fútbol, considerando que las salas de cine que los exhiben, que han sido beneficiarias de los incentivos fiscales de la Ley 397 [para la construcción de nuevas salas] y de la ley del cine [deducciones de la cuota parafiscal por la distribución y exhibición de películas colombianas de largo y de cortometraje]. Este es un ejemplo, pero podrían identificarse opciones de nuevos aportantes, más significativas aún.

XO: ¿qué avances se han dado al respecto?

DM: es importante recordar que el FDC es el producto de un consenso entre los actores de la industria y que una de las virtudes más importantes que tiene el Fondo es la de tener un esquema de aporte parafiscal que permite que lo que unos actores de la cadena aporten después revierta en estas convocatorias que se construyen en el Consejo, en el cual están representados esos mismos actores de la cadena que se constituyen en beneficiarios

de lo que han aportado. Entonces, en un esquema nuevo habría que pensar cómo se incorporan nuevos actores al esquema de concertación: si es la televisión abierta –aunque hoy en día está una etapa de crisis–, si son las televisiones por cable, las plataformas de descarga digital, otros proveedores de contenidos digitales o, eventualmente, los celulares y otros dispositivos móviles.

Esto implica un esquema de negociación que no es sencillo. Lo ideal sería –así como se logró generar un incentivo claro a las empresas distribuidoras y exhibidoras de cine para la inserción de contenido local en sus catálogos y en sus parrillas de programación, mediante exenciones o reducciones a la cuota para el desarrollo cinematográfico para las películas colombianas– poder tener, con las demás plataformas que se invite, unos incentivos fiscales o financieros que impliquen la posibilidad de tener contenidos locales en su programación. Este proceso de concertación debería haberse iniciado ya y sería ideal aprovechar las expresiones de voluntad política de esta administración, que está en su último período, para que presente ante el Congreso un esquema con que robustecer el FDC.

XO: ¿estaríamos, entonces, frente a una nueva ley, ya no de cine, ni de televisión, sino del audiovisual?



Foto fija de **Narcos** (Chris Brancato, Eric Newman y Carlos Bernard, creadores, 2015-2016). La serie fue rodada en Colombia beneficiada por la Ley 1556 de 2012 desde la gestión de la productora Dynamo [nota de ccc]. Foto: Juan Pablo Gutiérrez. © Netflix, Inc.

DM: sí. Quienes hemos tenido la preocupación de consolidar una política cinematográfica en Colombia nos hemos demorado más de la cuenta en conversar con otros sectores. Este último liderazgo que ha tenido el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (MINTIC), con todos estos fondos que han estado orientados al desarrollo de contenidos digitales en el país, es prueba de que uno puede hacer unas apuestas mucho más ambiciosas, en una convergencia digital que ya se impuso y que ya casi nos dejó [rezagados]; sin embargo, el sector cinematográfico sigue protegiendo su Fondo con mucho celo.



📖 Foto fija de **Los 33** (Patricia Riggen, 2016), película chileno estadounidense beneficiada por la Ley 1556 de 2012, la cual parte de su rodaje fue realizado en Nemocón, Colombia, desde la gestión de la productora Dynamo [nota de ccc]. Foto: Beatrice Aguirre. © Half Circle llc.

Nos ha faltado asumir riesgos. Colombia lideró en su momento, en la segunda mitad del siglo XX, una política de televisión con el tema de franjas, con producción nacional de calidad. En televisión se pudo hacer. Fue una concertación difícil, pero el país, al final, con todo lo que uno podría haber hecho mejor, en el contexto latinoamericano, tuvo una política de televisión que incentivó la emisión de contenidos locales en las franjas de mayor audiencia. De la misma manera, hoy deberíamos poder converger por lo menos en televisión, contenidos digitales y cine, y tratar de pensar en una apuesta de contenidos convergentes mucho más ambiciosa.

XO: ¿cuál es su visión de la llamada segunda ley de cine o Ley 1556? Además de fomentar el territorio nacional para el rodaje de películas extranjeras, ¿qué está haciendo por el sector cinematográfico nacional?

DM: tengo la misma impresión que tuve, en su momento, con la primera ley, la ley del cine. Son leyes de una dimensión muy acotada, no son leyes enormes, no son leyes de grandes impactos fiscales, sino que están muy bien estructuradas, en la medida que el impacto fiscal se compensa con la generación de impuestos que ellas mismas propician. Son esquemas muy razonables, y lo que sí hacen es que generan nuevas oportunidades, aquí, nuevamente, para el actor central, que sigue siendo el productor. Cuando ya la primera ley ha demostrado que no le permite al productor un volumen de producción industrial, sostenible en el tiempo, y cuando vemos tantos productores que han migrado del cine a hacer series de televisión, a hacer publicidad en volumen mayor para poder mantener la productora y el departamento de cine de sus productoras, uno siente que esta ley, como la primera, no viene a resolver todos los problemas, pero apunta a un problema específico y es cómo generar nuevas oportunidades de trabajo para productoras que, además que están dentro del lenguaje cinematográfico, son prestadoras de servicios para el cine

internacional. Lo que está significando eso para todo el ecosistema de actores de la producción es muy importante, especialmente para los técnicos, para todo el grupo de producción del cine en Colombia: producir treinta y pico de películas al año es muy poco, y que entren otras quince producciones internacionales, que tampoco es un volumen enorme, permite nuevas experiencias, está calificando los oficios, ya que obliga a un mayor nivel de especialización.

Nuevamente, aparece el tema de la convergencia, donde en cualquier momento tendremos a varias de esas productoras que hoy están prestando servicios con la capacidad suficiente de tomar la iniciativa de hacer series ellas mismas. Ya varias han hecho aquí en Bogotá series para Fox o para Sony y, más recientemente, para Netflix. La nueva ley es una pequeña parte de algo mucho más ambicioso que está siendo impulsado por las televisiones por suscripción y por las plataformas de acceso a contenidos en línea. El grueso de nuestras productoras sigue viviendo de la televisión y de la publicidad, y lo que sí creo que hace todo esto es un nivel de calificación en el lenguaje y en la capacidad de producir contenidos audiovisuales de calidad que es muy beneficioso para el país.

* * *



📖 Acto de entrega de estímulos del Fdc 2006. En la foto Luis Alberto Restrepo premiado en la categoría Desarrollo de largometrajes por su proyecto **El padre Manuel-La pasión de Gabriel** (2009). Foto: Carlos Mario Lema. Archivo: Mincultura.

Entre los muchos temas pendientes que tiene el sector cinematográfico nacional, según la radiografía hecha por David Melo, debería tener prioridad promover una mayor convergencia de contenidos. Y la mejor forma de hacerlo sería dando el paso hacia una estructura de apoyos al sector audiovisual que agrupe los medios cinematográfico, televisivo y de las llamadas nuevas tecnologías. Un paso que requiere no solamente de voluntad política, sino del trabajo y la presión que puedan ejercer los diferentes agentes del sector. 📖

CRISTINA GALLEGO cursó Publicidad y Mercadeo en el Politécnico Grancolombiano (1999); y Cine y Televisión en la Universidad Nacional de Colombia (2003). Es productora general del Canal Universitario Va de la Universidad Nacional, que producía series de televisión y programas unitarios, hasta 2006. En 1998 cofunda Ciudad Lunar Producciones, que produjo los tres largometrajes dirigidos por su marido, Ciro Guerra: **La sombra del caminante** (2004), **Los viajes del viento** (2009) y **El abrazo de la serpiente** (2015), y coprodujo los largometrajes **Cecilia** (Verónica Rodríguez, 2012), **El viaje del acordeón** (Andrew Tucker y Rey Sagbini, 2015) y **Edificio Royal** (Iván Wild, 2013). Además, fue una de las productoras ejecutivas de la ópera prima de Jacques Toulemonde Anna (2016).



ENTREVISTA

► CUADERNOS DE CINE COLOMBIANO 26-2017 NUEVA ÉPOCA

Cristina Gallego: apoyar la distribución y exhibición es un gran pendiente de la Ley

Después del impresionante recorrido internacional de **El abrazo de la serpiente** (2015), Cristina Gallego ultima detalles de la financiación de la siguiente película que producirá: **Pájaros de verano**, dirigida también por Ciro Guerra. Una cinta que se rodará el año 2017 y que cuenta con el apoyo del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), que la premió en 2014 con la primera versión del Estímulo Integral. Además de coincidir con las muy diversas voces del sector, que continúan viendo la distribución y exhibición como el cuello de botella para el desarrollo de la industria cinematográfica nacional, Cristina trae a colación otros temas pendientes en la legislación, como la formación de públicos



Detrás de cámara con Cristina Gallego en rodaje de **Pájaros de verano** (Ciro Guerra, en desarrollo), 2017. Foto: Álvaro Vásquez.

y la profesionalización del sector. A la vez, considera que, si los colombianos no van más a ver su cine es porque, a pesar del buen momento que atraviesa la producción nacional, hay muy pocos cineastas que hagan cosas interesantes y novedosas para atraerlos.

XIMENA OSPINA: a más de una década de creada, ¿cuál es tu análisis de la ley de cine?, ¿qué tiene de bueno y de malo?

CRISTINA GALLEGO: yo no siento que la ley en su base, en su estructura, tenga cosas por reformar. El Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) no es más que lo

que se propuso en ese momento, pero el Fondo tiene la capacidad de crecer. Es pequeño para lo que se produce, pero más para lo que necesita el cine. Hay cosas que están descuidadas. Supongo que no hay los recursos para hacerlo. El tema de formación de públicos es muy importante para nosotros, porque queremos que el público vaya a nuestras salas, pero también la formación nuestra. No solo es un tema del público, que no le gusta ver cine colombiano. Creo que no hacemos tan buenas películas en general, pero esta no es la constante; si el cine colombiano se ha ganado un mote [de malo] o el desprecio, no es gratis. Siento que hay muy poca cinefilia, hay muy pocos directores y guionistas que hagan cosas interesantes, retadoras, novedosas para el público. Nos falta un poquito de mundo de cine.

XO: ¿y cómo hacer para acercar al público a las películas interesantes?

CG: la formación de públicos es algo en lo que hay que trabajar. Esa es la razón por la que Francia tiene una cuota de mercado tan alta: porque han metido el cine desde la primaria y secundaria, aunque hay un consumo cultural grande en general. Pero esa es como la base: la formación de público. Darle al público a probar, a conocer algo diferente a papas, arroz y carne, que es a lo que tiene acceso ahora. Es lo masivo, es lo común...

XO: ¿por qué un país debe tener una cinematografía propia?

CG: porque es un pilar de la sociedad. El cine te puede recrear la vida, la cultura, la historia, los puntos de vista, hacerte sentir identificación con los personajes; yo creo que va mucho más allá de la psicología, de la historia, del conocimiento, porque te da la posibilidad de ponerte en el lugar del otro. Saber de la víctima o del verdugo, y explorar los puntos de vista. Es una cosa básica, como sociedad, tener un cine. No se trata solo de ver el mundo a través del cine, sino de tener un cine propio. Un cine propio que hable de nosotros, que hable de nosotros como historia.

Siento que no nos damos cuenta de la falta que hace el cine hasta que vemos todas las cosas que no se han dicho, todas las cosas que no se han contado, es como si uno siempre estuviera ciego, con los ojos tapados y aprendiera a moverse de otra manera, y cuando aprendes a verte das cuenta de que hay muchas cosas que no has visto, que no has conocido, que no has investigado.

Somos una sociedad que no se quiere mirar al espejo. Que no quiere verse a sí misma, que no quiere ver al otro en la diferencia, que no quiere saber de dónde viene. Creo que todo eso está relacionado con que no tengamos una historia cinematográfica que nos permita vernos.



Jorge Forero y Cristina Gallego en la revisión del guion de **Los viajes del viento** (Ciro Guerra, 2009). Archivo: Cristina Gallego.

Obviamente, creo que el cine es fundamental en el crecimiento de una sociedad.

XO: ¿y tú crees que el Estado sí tiene esa claridad?

CG: sí, la legislación existe y sienta una base para decir que el cine es importante para la sociedad y por eso tiene los beneficios tributarios que tiene. Yo he escuchado a algunos que dicen que se debería llegar a un punto en el que el mercado sostenga el cine y que ya no debería existir la ley. Yo lo que creo es que la ley debería ser más generosa en la devolución tributaria. Uno ve países como México o Brasil, donde la ley te da una devolución del 100% sobre lo que inviertes, y es la posibilidad de hacer, formar y distribuir. Por ejemplo, para que las *mayors* inviertan en el cine nacional.

El cine es importante para el Estado, por ello existe la ley [de cine], que debiera



Foto: Equipo de producción de *El abrazo de la serpiente* (Ciro Guerra, 2015). Archivo: Ciudad Lunar.

ser un renglón más grande, solo viéndolo desde el punto de vista económico, no solo por la cantidad de trabajo que se genera, sino por los ingresos. El *box office* de las películas es una cosa importante. Por ejemplo, nosotros hicimos una película pequeña como **El abrazo de la serpiente**, que hizo en *box office* \$3.600 millones, y eso es una cantidad de dinero que irriga a toda la industria, que va a la exhibición, a la distribución, al FDC... A uno le llega como el 25%, pero la cantidad de dinero que irriga la industria desde la realización de cine es importante. Si hiciéramos mejores películas y llegáramos a más público, eso sería muy bueno y, pues, obviamente, la capacidad de trabajo crecería.

XO: ¿qué tanto sirvieron las herramientas del Estado para conseguir esos \$3.600 millones de *box office*?

CG: la legislación tiene unas bases, con el acompañamiento del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, pero siento que los productores estamos muy solos en el trabajo de la promoción y estas cosas. Realmente no hay una guía de parte del Ministerio ni de la ley ni de Proimágenes para saber uno qué debería hacer para promocionar su película. Igual, no existen esas guías; realmente es la experiencia y el interés de cada uno. La gente sale a producir sus óperas primas y llegan a la fase de promoción con la lengua afuera, sin haber pensado en eso antes. Nosotros, por ejemplo, pensamos la promoción desde que estamos pensando las películas, pero eso tiene que ver con el *background* de cada uno y no con que haya una ley o estímulos.

Así como no siento que se hagan buenas películas solo porque haya una plata ni que se vayan a hacer mejores películas porque haya más plata. Creo que la calidad de películas tiene que ver con cómo se diseñan, cómo se piensan, cómo se estructuran, y en eso la ley o el Fondo nos ha dejado muy solos. Es como si dijeran: ustedes tienen una plata ahí, miren cómo se la gastan y cómo la legalizan en estos rubros. Por ejemplo, con el dinero del FDC nosotros hicimos toda la promoción de **El abrazo...** y luego sumamos y sumamos cosas. Pero si uno ve que esos \$70 millones que da el FDC se triplicaron y se multiplicaron con las alianzas y la forma como

fue montado [el esquema de promoción, nota que ello] no tiene nada que ver con ese capital base que entregaron, pero hay mucha gente que utiliza ese capital base para otras cosas.

XO: ¿cómo fue la alianza con Caracol y con Dago para producir **El abrazo de la serpiente**?

CG: nosotros hicimos un recorrido muy largo buscando dinero para hacer **El abrazo**, y fue muy difícil, hasta el punto que ya estábamos dispuestos a hacerla con los rines. Pero Ciro conocía a Dago y decidimos ver cómo nos introducía a Caracol. Dago nos presentó al presidente, Gonzalo Córdoba, que estaba absolutamente enamorado del tema amazónico, que sabía exactamente de qué estábamos hablando -aunque eso era algo que repelía de la película; nosotros decíamos "queremos hablar de indígenas, de exploradores y la gente"... [y respondían:] "¿qué, eso qué tiene que ver?"; o sea, un proyecto nada interesante-. Habíamos ido por diferentes lugares y llegamos allá y él respondía a esta inquietud y a ese querer hacer. Llegamos en un momento en que nosotros estábamos necesitando un inversionista y ellos querían hablar de ese tema.

XO: ¿y el aporte de Caracol fue la promoción?

CG: no. Caracol hizo una inversión muy grande en la película y Dago también,



Cristina Gallego y Dago García en entrevista con María Jimena Duzán para *Semana en vivo*. Fragmento de fotograma. Tomado del canal de YouTube: Cablenoticias. En línea.

aunque no en el mismo monto. Inversión en plata para beneficio tributario, ley de cine, fiducia... Ellos financiaron, si no estoy mal, el 30% de la película.

XO: por escritos que he leído, sé que el proceso inicial de distribución y exhibición de **El abrazo** fue muy duro. ¿Es este un tema todavía pendiente de trabajar en la ley?

CG: ese es un gran asunto pendiente que le queda a la ley. En el BAM (Bogotá Audiovisual Market) hicimos un diálogo sobre la distribución y la exhibición. En Colombia hay una cosa que ha sido el caballito de batalla de la exhibición y es que es un negocio privado, al que no se le puede obligar a poner más o menos cine colombiano, porque es un negocio privado y ellos

CG: han sido coproducidas, sí. **La sombra del caminante** (Ciro Guerra, 2004) no fue coproducida, pero sí finalizada con un apoyo. Yo he hecho varias películas en coproducción. No siento que sea la forma, la única forma, pero si uno habla de un presupuesto mayor de 700 millones de pesos, que es lo que se puede lograr acá, sí hay que hacerlo. Pero ahora con los apoyos integrales ya no hay necesidad. Aunque eso tiene su contra: con el estímulo integral se dejaron de hacer cantidad de largometrajes para poner los huevos en una sola canasta, y eso en ningún negocio, y menos en este donde la probabilidad de éxito es de uno entre diez, es sano. Minimizando la cantidad no vamos a subir la calidad ni vamos a maximizar la posibilidad de éxito.

XO: ustedes fueron uno de los primeros en ganar ese estímulo, pero igual el monto del presupuesto necesitaba coproducción ¿o por qué optaron por la coproducción?

CG: lo que pasa es que la mayoría de las películas que se están haciendo acá, de las que yo he visto que han aplicado y ganado, no son películas que vayan a necesitar más dinero.

Nosotros ganamos el primer estímulo integral, pero es una película muy grande, en el plan de financiación es el 20% o 25%. Es una película que efectivamente lo necesita. Pero esa no es la situación de la mayoría de las películas colombia-

nas, podría mantenerse un estímulo al año y el segundo devolverlo al estímulo de largometraje. Porque están pasando cosas con películas como la de William Vega, que está seleccionada en Cannes, pero su segunda película no la puede financiar; o Jaime Osorio, que después de **El páramo** (2011) no puede financiar su siguiente película, porque no coincidió en tiempos. Es decir, son muy pocas las posibilidades de producir. Se han bajado las posibilidades de hacerlo. Que suban [los estímulos] a 900 millones, pero no hay por qué cancelar tres premios para hacer uno. Además, cuando las producciones en Colombia no son tan grandes o tan ambiciosas.

XO: a tu juicio, ¿qué tipo de cine deberíamos hacer en Colombia?

CG: creo que los filmes de alto presupuesto deben estar financiados por el mercado. Cuando tienes un riesgo alto, debes calcular alto, y ese cálculo alto te lo da el mercado. En nuestros caminos, nosotros hemos intentado ser muy medidos. Por ejemplo, **La sombra** fue hecha sin ley de cine, pues fue más un riesgo personal. En **Los viajes del viento**, que se hizo en una estructura normal de ley del cine, creo que tuvimos 400 de millones para un presupuesto de un millón y pico de dólares. Nosotros siempre nos preguntamos cómo vamos a hacer una película: tenemos ley del cine, tenemos

inversión privada, tenemos coproducción, tenemos premios...

Para mí es importante como productora, viendo las cosas a futuro, que no haya pérdidas en las películas; uno puede perder tiempo, pero no puede haber pérdidas económicas. Uno puede perder tiempo, pero las pérdidas económicas ¿quién las recupera? No me interesa meter inversión que no va a tener recuperación. En esa medida busco que la inversión no sea tan grande para que haya retorno y un retorno es un socio contento y un socio contento es con quien podemos seguir haciendo cosas. Creo que las películas grandes debieran buscar financiación en el mercado. Y no quiere decir que no exista apoyo por parte del Fondo, pero el Fondo no debe ser [quien da] la mayoría del presupuesto.

XO: ¿en todos estos movimientos que se están dando en la industria de las imágenes en movimiento, debería haber un giro hacia otro tipo de legislación; por ejemplo, que no haya una ley de cine, sino una ley del audiovisual?

CG: creo que la Ley del cine está bien; ahora bien, si por ahí se le meten otros formatos, no sé; no lo tengo claro. Yo lo único que le cambiaría serían los beneficios tributarios; que subiera la base del retorno tributario. Yo lo aumentaría.

XO: ¿ustedes no se han pasado al digital?



Fragmento de foto fija de **Los viajes del viento**.

CG: depende de los proyectos. Creo que el cine, como lo conocemos, está cambiando, pero también se está yendo para atrás; todo el tema de lo digital ha hecho un *boom* grandísimo, pero lo que es cierto es que los filmes grandes y fuertes se siguen haciendo en película en un gran porcentaje. Las películas de Cannes, de



▣ Fachada y detalle de uno de los espacios interiores de la Escuela de Cine y Televisión de la Universidad Nacional de Colombia, en donde se formó una generación de cineastas como Cristina Gallego, Ciro Guerra, Diana Bustamante, Jorge Forero entre otros [nota de ccc]. Foto: UNmedios.

Hollywood, se siguen haciendo en cine. Hay más medios, se han empezado a recuperar los formatos antiguos, como el de 8 mm o el de 16. Lo que da cada formato no lo da una cámara digital ni lo dan unos efectos que uno pueda hacer en posproducción. Nosotros no es que todo lo hagamos en cine porque sí, hemos hecho otras películas (no de Ciro) en digital. Yo tengo reparos con el digital con respecto al rigor en el rodaje, el rigor en el que se trabaja. Cuando se trabaja en cine hay que ser extremadamente riguroso. Eso no pasa en el digital y quedan cosas más [libradas] a la improvisación. No veo muy claramente si hay algún cambio. Hay cambio en los hábitos del consumo.

XO: ¿y qué pasaría, por ejemplo, si a través de la legislación se hiciera que la televisión entrara mucho más decididamente a invertir en cine?

CG: eso pasa en las cinematografías europeas, donde la televisión tiene la obligatoriedad de destinar un recurso para la producción de cine o de programar cine nacional. Y eso es súper importante también. En la medida que pudiera crecer el Fondo con otros aportes. Por ejemplo, yo no sé cómo funciona esto de Netflix, pero me parece increíble que haya tantos usuarios en Colombia y no se quede un porcentaje de eso en nuestro Fondo. O del *streaming* que se ve por los teléfonos



▣ Cristina Gallego en el panel Internet Governance Forum (IGF) ONU, 2016. Captura tomada de www.intgovforum.org. En línea.

celulares. Es que ahorita hay consumo audiovisual por una cantidad de dispositivos, pero ese acceso por esos dispositivos no le reporta nada al Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, y tendría que hacerlo, claro que tendría que hacerlo. Eso sucedió en Argentina, que pasó de tener un fondo de 10 millones a uno de 100 millones, cuando la televisión empezó a aportar. No sé, será a través de la reglamentación de la ley como se pueda abordar el tema de ampliar el FDC. El Fondo tiene de dónde ampliarse. Hay que vincular las instancias por donde pasa cine, que deberían pagarle un porcentaje al FDC, porque el cine se está viendo por ahí.

* * *

La experiencia que ha consolidado Cristina Gallego a través de varios años produciendo con los apoyos que hacen parte del portafolio de estímulos estatales al sector cinematográfico le da sobrada validez a su clamor de llegar a un consenso del que surja un modelo diferente de distribución y exhibición de contenidos, que no solo sea más incluyente, sino que esté en menos desventaja ante la aplastante visión capitalista con que este funciona actualmente. Sumándole, además, una formación de públicos que empiece desde la educación básica, se podría revertir la preocupante tendencia que muestra el escaso número de espectadores que tienen la mayoría de películas nacionales. ▣

JUAN MARTÍN CUEVA (Quito, 1966) es cineasta, graduado en Bélgica. Como gestor cinematográfico, fundó el Festival de Cine Encuentros del Otro Cine (EPOC) y dirigió el Festival de Cine Cero Latitud (2003-2009). Fue Agregado Cultural de la Embajada de Ecuador en Colombia y Director Ejecutivo del Concejo Nacional de Cinematografía del Ecuador (2013-2016). Es Viceministro de Cultura de su país, donde gestiona la Ley Orgánica de Cultura. Ha sido profesor universitario y jurado de festivales internacionales de cine en Chile, Colombia, Perú, Bélgica, Venezuela y Ecuador, y colaborador en medios escritos. Documentales: **Este maldito país** (2008); **El lugar donde se juntan los polos** (2002), ganador de varios premios internacionales; **Ningún ser humano es ilegal** (2001), y **Marineros** (1997).



ENTREVISTA

► CUADERNOS DE CINE COLOMBIANO 26-2017 NUEVA ÉPOCA

Juan Martín Cueva: la hegemonía de un sólo tipo de contenidos sigue presente en Latinoamérica

El cineasta y actual Viceministro de Cultura ecuatoriano, Juan Martín Cueva, quien entre 2011 y 2013 vivió en Colombia como Agregado Cultural de su país, le da una mirada al fomento del cine latinoamericano. Son momentos clave para la región, que poco a poco se empieza a consolidar como un “bloque” con una propuesta artística ya reconocida en el ámbito internacional, pero que a la vez afronta el gran reto de llegar a más audiencias, empezando por las de sus propios países, que en su mayoría solo responden a los productos de Hollywood. Para Cueva, la producción cinematográfica de Latinoamérica está presa en el gran embudo que supone intentar acceder al cerrado mercado de la exhibición y que



Foto de rodaje de **Manos de padre** (Marcel Beltrán, 2016) documental ganador por Cuba de la V edición de DocTv Latinoamérica. Archivo: DocTv

los gobiernos están llamados a intervenir, desde sus legislaciones, para equilibrar este desbalance.

XIMENA OSPINA: ¿cómo analiza usted el mapa de las ayudas estatales a las cinematografías en la región?

JUAN MARTÍN CUEVA: todos los países latinoamericanos han seguido más o menos el mismo camino en distintos momentos y yo creo que se ha ido imponiendo un modelo que es interesante, con mecanismos de fomento que respetan las dinámicas propias de la producción desde lo privado, el cual compartimos la mayoría de países, excepto algunos, como Venezuela

y Cuba, en los que es el Estado el que se encarga directamente de la producción de la mayoría de las películas. En los otros países son instituciones que permiten el fomento, el incentivo, el estímulo a la producción, y lo que en los últimos tiempos se ha estado discutiendo es dejar de pensar estrechamente en la producción y empezar a pensar en la necesidad de fomentar e incentivar la circulación, porque allí hay un nudo. No estoy diciendo que se han resuelto todos los nudos de fomento a la producción. Sigue habiendo problemas de financiamiento, en algunos casos, como el ecuatoriano, hay mucha dificultad para conseguir inversión privada en cinematografía.

Pero, en todo caso, lo que sí es una situación compartida por todos los países latinoamericanos es el gran embudo, digamos, del acceso de las producciones nacionales y de las producciones latinoamericanas y, en general, de la producción del mundo entero, a un mercado que está copado prácticamente en su totalidad por contenidos hollywoodenses, en muchos casos en más del 95% o 97% de las pantallas. Este es el tema que desplazó al del fomento a la producción, que fue un tema importantísimo de discusión desde los años noventa y dos mil, pero de alguna manera se ha logrado institucionalidad, se ha logrado incluso redes e instrumentos regionales y multilaterales de coproducción, etc. Pero el tema de la

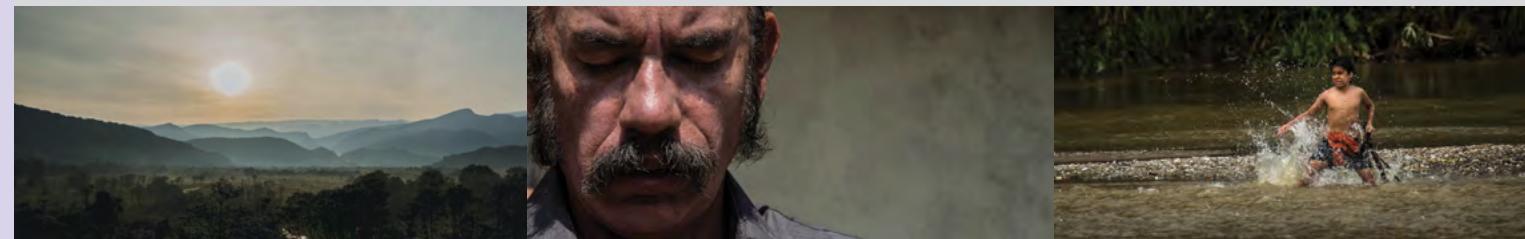


Foto fija de **El silencio del río** (Carlos Tribiño Mamby, 2015) película colombiana coproducida con Uruguay ganadora del Programa Ibermedia en 2012, y del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) con el estímulo para Escritura de guion en 2010, y en 2011 estímulo de Producción de largometraje [nota de ccc]. Fotos: Jaime Ochoa.

circulación aún no está resuelto, y, obviamente, hay casos de casos. Hay países que tienen industrias audiovisuales y cinematográficas mucho más desarrolladas que otros, y que tienen partes del mercado un poco más importantes, pero aún en esos países el tema de la hegemonía de un solo tipo de contenidos sigue estando presente.

XO: a su juicio, ¿cómo se inserta Colombia en ese mapa de Latinoamérica?

JMC: a nosotros siempre nos sirvió el ejemplo colombiano. La verdad, cuando estábamos discutiendo la ley del cine una de las fuentes de inspiración fue Colombia. También estudiamos otros casos, como Argentina, México o España, pero son realidades bastante distintas, en cambio la realidad colombiana nos permitía mirarnos en un espejo menos deformante. También hay diferencias, yo creo que ustedes están en una etapa bas-

tante más avanzada de consolidación de una industria cinematográfica.

Pero, de alguna manera, sí son realidades relativamente parecidas, comparables, y a nosotros nos sirvió mucho su experiencia: la lógica de inversión pública combinada con incentivos para la inversión privada; la lógica de que la inversión pública se destine a la economía cinematográfica con mecanismos "concurables", con fondos públicos de evaluación de proyectos, [por parte] de privados; la inserción en mecanismos regionales. Ibermedia, al principio, luego también DocTv, mecanismos que permiten la coproducción, o también mejorar la circulación regional de nuestros contenidos. Últimamente, algunos proyectos en los que hemos estado juntos, como Retina Latina¹, son experimentos interesantes, con resultados interesantes para empezar a incidir en la circulación. Yo sigo pensando que el gran problema está en el acceso a las salas

► 1. Plataforma digital de difusión, promoción y distribución del cine latinoamericano, de carácter público y acceso gratuito e individual para los ciudadanos de Bolivia, Ecuador, Perú, México, Uruguay y Colombia, que ejerce la Coordinación y Secretaría técnica (<http://www.retinalatina.org/>).



Foto de rodaje **Un juego de fuego** (Hugo Kooper, 2016) documental ganador por Guatemala de la V edición de DocTV Latinoamérica. Archivo: DocTV.

de cine comerciales, que sigue siendo un mercado al cual tenemos muy poco acceso y sigue siendo un mercado importante. No estamos todavía en un contexto en que digamos: "bueno, no se verán nuestros contenidos en salas de cine comerciales, pero se ven por muchas otras ventanas, a través de muchas otras plataformas...". No es así, todavía estamos en una situación en que muchísimos espectadores no tienen otra opción que las salas de cine

o la piratería; es difícil sostener una industria solo sobre la base de, finalmente, subsidios. Allí hay que trabajar mucho.

También hay una experiencia interesante de Colombia con respecto a la inserción del cine, por ejemplo, en la educación, para empezar a crear públicos desde los públicos infantiles. Si no empezamos por ahí, es mucho más difícil cambiar los hábitos de consumo de un espectador ya formado, o deformado, que empezar a modificar los hábitos de consumo y a acostumbrar al espectador desde muy chiquito a que hay otras opciones, que no hay solo Hollywood en la vida.

Entonces, la gran batalla que no hay que subestimar, y no hay que hacerse los locos y mirar para el otro lado, es la de aceptar que sí es un problema real, de soberanía finalmente, de esa frase que usábamos hace mucho tiempo de "alienación cultural". Si nuestros niños están inmersos en un universo absolutamente ajeno, que no tiene nada de malo, no estoy diciendo que sean malas las producciones de Disney o de Hollywood, pero que solo tengan acceso a eso la mayoría de nuestros espectadores infantiles y juveniles sí es un problema real, y eso me parece que es un tema que en Colombia lo han empezado a trabajar. Se ha visto el surgimiento de algo de contenidos para niños, se ha visto que existen muchos programas para insertar el cine colombiano o el

latinoamericano en el medio infantil, en el sistema educativo, etc. Esas son cosas que aquí todavía nos hacen falta.

Pero, *grosso modo*, en términos generales, sí tenemos unos dispositivos institucionales de fomento relativamente parecidos, aquí y allá. Lo que sí pienso es que en Colombia han sido más audaces, en el buen sentido de la palabra, en cuanto a definir incentivos para la inversión privada en cine, y eso lo están logrando mejor que nosotros. En Ecuador estamos en un momento muy importante, muy interesante, que puede marcar realmente cambios en lo que suceda con la cinematografía, con las industrias culturales y en general con la creación del sector cultural.

XO: ¿se refiere a la Ley Orgánica?

JMC: exactamente. Estamos en pleno debate, en plena discusión de lo que será la Ley Orgánica de Cultura. En cuanto a cinematografía, en esta se marcan algunas cosas; una de ellas es que ya no podemos seguir hablando de cine, solo de cine, como si fuera un universo cerrado, sin conexión con otros. Estamos proponiendo la transformación del Consejo Nacional de Cinematografía, que es lo que actualmente existe, en el Instituto Nacional del Cine y la Creación Audiovisual, lo cual nos faculta como institución pública para incidir en lo que es creación audiovisual. Tampoco queremos meternos en el universo muy amplio del audiovisual en ge-



Juan Martín Cueva en la entrega de resultados de la segunda convocatoria al fondo de fomento cinematográfico 2013, que realiza el Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador (CNCINE). Foto: Micaela Ayala/Andes. Fuente: andes.info.ec. En línea.

neral, todo lo que es publicidad, todos los otros usos del video, del audiovisual. Pero lo que es creación audiovisual y creación cinematográfica ya no se puede dividir, como antes se hacía, en dos universos completamente estancos, y ese paso se está dando. Y otra cosa importantísima que estamos planteando en esta nueva propuesta de ley de cultura es los mecanismos, las herramientas que permiten incentivar la inversión privada en cultura en general y en cine en particular.

XO: ¿alguna regulación de otro país que ya concilia esa “dicotomía” entre cine y audiovisual?

JMC: que yo sepa, en Brasil, en Argentina, en México, se establecieron muy pronto disposiciones que tienen ese espíritu de reconocer que esos dos universos ya no están separados totalmente. En Ecuador empezamos con unos pasos muy tímidos, pero que, de alguna manera, sí marcaron un poco un cambio de rumbo y un reconocimiento de esa realidad. Aquí, incluso, aun siendo Consejo Nacional de Cinematografía y aun llamándose, según la ley, el Fondo de Fomento Cinematográfico, se abrieron categorías para telefilmes, por ejemplo, para contenidos que no necesariamente iban a estar en las salas de cine.

XO: haciendo de abogada del diablo, y hablando por muchos cineastas de nuestro país, ¿no se podría controlar por medio de la ley, no solo en Ecuador, sino en general en Latinoamérica, el esquema rígido y casi monopolístico de la exhibición cinematográfica?

JMC: la Ley Orgánica de la Comunicación, que existe desde hace tres años aquí, y está vigente, establece una relación particular, bien interesante, entre la televisión y la producción cinematográfica independiente: obliga a los canales de televisión públicos, privados, regionales, nacionales, a todos, a invertir una parte

de su facturación anual en producción cinematográfica independiente nacional y también los obliga a que un porcentaje de su programación sea producción nacional independiente. Lamentablemente, eso no se está cumpliendo a cabalidad, pero ya existen disposiciones legales en ese sentido. En cuanto a la exhibición cinematográfica, está absolutamente desregulada en el Ecuador. Sin que signifique el control de contenidos, yo sí creo que se pueden establecer medidas que favorezcan la diversificación de la programación, que no necesariamente cuotas de pantalla; las cuotas de pantalla son la medida que primero se nos viene a la mente, porque si el problema es la hegemonía de un tipo de contenidos, pues impongamos un porcentaje de la programación. Pero no es tan sencillo.

XO: ¿en otras partes del mundo o, mejor, de Latinoamérica se ha logrado ganar la pelea contra esa hegemonía?

JMC: es muy difícil. Yo creo que hay que combinar muchas cosas. No es solamente establecer disposiciones obligatorias, digamos, de cumplimiento para los exhibidores cinematográficos, y tampoco es solamente asunto de formación de públicos, tampoco es solamente cuestión de crear circuitos alternativos, públicos, o público privado de otro tipo de salas con otro tipo de programaciones. Es todo eso a la vez. Yo no veo ningún ejemplo que

sea muy exitoso en ese sentido, pero evidentemente sí hay cifras mucho mejores en otros países que en el Ecuador.

XO: ¿y de Europa no hay casos exitosos que emular?

JMC: sí, claro, pero son realidades muy distintas, es difícil copiar o inspirarse en realidades que son bastante distintas. Allí hay cinematografías que están superconsolidadas, con tradición de espectadores y con unas relaciones entre el mundo de la televisión y el mundo del cine que están totalmente establecidas y ya nadie las pone en cuestión. Pero, claro, de ahí yo creo que lo que debería servirnos de inspiración es todo el trabajo que se hace con la educación desde la primera infancia y también lo que tiene que ver con los dispositivos de salas alternativas, de salas de arte y ensayo, de salas de cine cultural.

XO: en los apoyos multilaterales e internacionales, ¿hay algunos que den estímulos específicamente a la exhibición y la distribución?

JMC: en cuanto a exhibición y distribución, específicamente, no tanto. En cuanto a circulación, existen mecanismos. Si hablas de distribución comercial en salas, no tanto. Incluso, hubo en algún momento en Ibermedia ese tipo de apoyos, que ya no continúan, y se ha centrado en la



Foto de rodaje de **Vogulys** (Lucas Jaramillo, 2016) documental ganador por Colombia de la V edición de DocTv Latinoamérica. Archivo: DocTv.

producción y en la circulación en otro tipo de plataformas, en otro tipo de circuitos.

XO: ¿en este momento, cuáles son los apoyos internacionales con que cuentan los cineastas latinoamericanos?

JMC: el primero que te diría cualquier productor es Ibermedia. Este ha sido bien importante en nuestros países para producir. Es verdad que determinado tipo de películas, de determinadas dimensiones, en fin, lo que ustedes quieran, pero que ha



📷 Fotograma de **Del amor y otros demonios** (Hilda Hidalgo, 2010) película colombiana costarricense ganadora del Fdc en la modalidad de Guion (2006) y Desarrollo de largometrajes (2008), y del Estímulo para coproducción del Programa Ibermedia (2008) [nota de ccc]. Foto: © cmo Producciones.

► 2 • A la fecha de la edición de estos Cuadernos, siete meses después de lanzada, la plataforma Retina Latina tiene 75 producciones, entre cortos y largos, y casi 15 mil usuarios registrados.

sido ha sido. Hay otros que son más especializados, específicos, como por ejemplo DocTv, en la producción documental. Está muy enfocado en el tema del documental para la televisión, son películas que duran 52 minutos, en fin, pero de todas maneras, ha provocado ya, ¿cuántas?, cinco o seis ediciones de DocTv, multiplicado por 15 o 16 películas... O sea, ya hay una dinámica ahí, que va más allá de un pequeño fondo que se dio alguna vez. Ya es un proceso. Luego, iniciativas como Retina Latina, que es difícil evaluar en este momento porque son proyectos iniciales, son experimentos que, de alguna manera, creo están dando

buenos resultados. Pero todavía es muy pronto para afirmarlo, además, en el caso de Retina Latina, son solo seis países los que se asociaron en una cuestión muy puntual. Yo me acuerdo que comenzamos con unos pocos largometrajes por país², pero debería irse ampliando tanto la cartera, digamos, en el alcance de la audiencia de otros países y de las producciones de otros países.

XO: ¿cuál es la razón de ser de plataformas como Retina Latina?

JMC: uno de los objetivos es diversificar la cartelera y el acceso de los espectadores a otros contenidos, pero también, evidentemente, que se mueva el negocio. No es lo uno en contra de lo otro. Tienen que ser las dos cosas a la vez y, a veces, ahí hay un problema: que los gobiernos no han entendido necesariamente eso. Aquí en el Ecuador hemos tenido ese tipo de problemas, o sea, que se establezca una cultura, un respeto del pago de los derechos, es muy difícil. A veces se piensa que, como el Estado ha invertido algo, ha incentivado en algo la producción de una película, ya tiene todos los derechos para hacer lo que quiera con eso y no es así. Yo creo que en otros países está mucho más establecido, pero aquí es una batalla que apenas estamos dando.

Y también, volviendo un poco a la ley de cultura, se establecen otro tipo de disposiciones de respeto por la propiedad



📷 Foto fija de **El silencio del río** (Carlos Tribiño Mamby, 2015). Foto: Jaime Ochoa.

intelectual, como el tema de la remuneración compensatoria por copia privada, que es un tema un poco técnico, pero que es bien importante, porque cuando se generalizaron las posibilidades de copiar, de reproducir contenidos caseramente, fácilmente -antes, en los años ochenta, era muy difícil piratear una película; ahorita es facilísimo- se pensó en mecanismos que buscaran un tipo de compensación. Se supone que, si se importa un montón de DVD a un país, muchos de esos van a ser usados, por ejemplo, para reproducir películas, pero no necesariamente con pago a los titulares de los derechos. Entonces bajo esa suposición se establece una remuneración compensatoria.

Como lo relata Juan Martín Cueva, nuestro vecino Ecuador da pasos firmes hacia la promulgación de una Ley Orgánica de Cultura, que transformaría su actual Consejo Nacional de Cinematografía en un Instituto Nacional del Cine y la Creación Audiovisual, ente que fusionaría la política audiovisual y la cinematográfica, siguiendo el derrotero que imponen los avances de la industria, según los cuales estas dos ya no se pueden dividir como se hacía antes. Y, aunque, como bien se sabe, no son procesos sencillos, sin duda es un ejemplo digno de imitar en Colombia. 📷

▶▶ Perfiles de los autores

▶ CUADERNOS DE CINE COLOMBIANO 26-2017 NUEVA ÉPOCA



JAIME TENORIO

Politólogo de la Universidad de los Andes (Bogotá), Máster en Gestión Cultural del Instituto Universitario Ortega y Gasset (Madrid), Productor de la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños en Cuba (EICTV). Ha sido director del canal Señal Colombia, jefe de la Cátedra de Producción de la EICTV, asesor en el Ministerio de Cultura de Colombia, coordinador de Escenarios de Bogotá (OFB), coordinador de varias muestras audiovisuales en Colombia, consultor del canal de televisión de Telesur, gerente de la productora Five7Media y asesor de la Cámara de Comercio en industrias creativas, entre otros trabajos. Miembro y representante de los productores en el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNAAC), entre 2009 y 2011. Expositor sobre convergencia de medios en eventos nacionales e internacionales.



LISANDRO DUQUE NARANJO

Estudió antropología en la Universidad Nacional de Colombia, fue director de la Escuela Internacional de Cine de San Antonio de los Baños y creó un Televisión en la Universidad Nacional. Es columnista y profesor universitario. Fue director de la carrera de cine de la Universidad Central y gerente de Canal Capital. Entre sus películas se encuentran **El escarabajo** (1983), **Visa USA** (1986), **Los actores del conflicto** (2008) y **El soborno del cielo** (2016). Junto a Gabriel García Márquez trabajó en varios proyectos audiovisuales: **María** (1991), **Milagro en Roma** (1987) y **Los niños invisibles** (2001).



JAVIER MACHICADO

Trabaja como investigador y consultor en temas de economía aplicada al sector cultural y creativo. Ha sido asesor para el diseño, implementación y difusión de políticas cinematográficas y sistemas de información en el Ministerio de Cultura y Proimágenes Colombia. Como investigador ha dirigido y participado en mediciones, diagnósticos y estrategias para diferentes sectores -cine, animación digital y videojuegos, música, patrimonio y festivales, entre otros-. Actualmente es director asociado de la consultora en industrias creativas Lado B.



ANDREA ECHEVERRI

Andrea Echeverri Jaramillo es escritora, investigadora y crítica de cine. Ha publicado una novela, un libro de cuentos y numerosos artículos académicos sobre cine. Se desempeña como docente en la Universidad Jorge Tadeo Lozano, y enseñó en Los Andes y la Javeriana. Perteneció a la Federación Latinoamericana de Semiótica (FELS), al Círculo Bogotano de Críticos de Cine (CBCine) y a la Red de Investigadores Audiovisuales (RED INAV). Su trabajo se puede consultar en <http://andracine.wordpress.com>.



JUAN CARLOS ROMERO

Comunicador Social de la Universidad Autónoma de Occidente. Tiene una Maestría en Literaturas Colombiana y Latinoamericana por la Escuela de Estudios Literarios de la Universidad del Valle. Director del programa de Cine y Comunicación Digital de la Universidad Autónoma de Occidente, desde su creación. Es profesor de la Facultad de Artes Visuales y Aplicadas (FAVA) del Instituto Departamental de Bellas Artes. Miembro del comité conceptual del Festival Internacional de Cine de Cali (FICCALI), desde su creación. Columnista de cine del periódico *El País* de Cali.



JORGE CABALLERO

Ingeniero de telecomunicaciones y comunicador audiovisual. Director de GusanoFilms y de los documentales **Bagatela** (2008), **Nacer. Diario de maternidad** (2013) y **Paciente** (2016), con los que ha conseguido reconocimientos en los festivales de Cartagena, Internacional de Cine Independiente de Buenos Aires (BAFICI), de Guadalajara o de Málaga. Sus trabajos han participado en festivales como el Festival Internacional de Cine Documental de Ámsterdam (IDFA), Cinema Du Reel o Visions Du Reel. Ha sido ganador del Premio Nacional de Documental de Colombia en dos ocasiones. Desarrolla proyectos interactivos como Speech Success, producido por la National Film Board de Canadá (NFB). Es coordinador de documental interactivo y realidad virtual (VR) del máster de documental de la Universidad Autónoma de Barcelona.



XIMENA OSPINA HURTADO

Periodista, guionista e investigadora. Estudió Comunicación Social en la Universidad Externado de Colombia y Estudios Culturales en la Universidad Javeriana. Trabajó en periodismo escrito durante una década, luego de lo cual incursionó en la gestión cultural y la producción audiovisual. Fue asesora de Prensa y Asuntos Culturales de la Embajada de Israel, directora de proyectos de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano y asesora de la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura. Autora de los libros *La televisión en Colombia, 50 años: una historia para el futuro* (Zona Ediciones - Caracol Televisión, 2004), *Carlos José Reyes, Premio vida y obra* (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, 2010) y *Relaciones entre el cine y la televisión en Colombia* (Idartes, 2011).





ESTOS CUADERNOS DE CINE
SE TERMINARON DE EDITAR
EN FEBRERO DE 2017 EN LA
CIUDAD DE BOGOTÁ •

ombiano

► PRESENTACIÓN

EDITOR INVITADO

- El Estado y el fomento del cine colombiano

Jaime Tenorio

► ARTÍCULOS

- Tras y post-escena de las leyes de cine en Colombia

Lisandro Duque Naranjo

- Transformaciones de los públicos del cine en Colombia:
preguntas para la política pública

Javier Machicado

- Ley de cine, narración y público

El efecto de los instrumentos del Estado en las tendencias narrativas del cine argumental colombiano contemporáneo

Andrea Echeverri

- Sistema nacional cinematográfico: principio y fin de las regiones colombianas

Juan Carlos Romero

- Expansiones del cine de lo real: políticas culturales y estímulos.

El caso colombiano

Jorge Caballero

► ENTREVISTAS

Los retos y pendientes de la institucionalidad, según tres figuras del sector

Ximena Ospina Hurtado

- David Melo: hacia una apuesta de contenidos convergentes más ambiciosa

- Cristina Gallego: apoyar la distribución y exhibición es un gran pendiente de la Ley

- Juan Martín Cueva: la hegemonía de un sólo tipo de contenidos sigue presente en Latinoamérica

