

SEMINARIO BÚSQUEDAS DEL LARGOMETRAJE COLOMBIANO

Documento Diagnóstico y Recomendaciones

CONTRATO 290 DE 2017

AION FUNDACIÓN PARA LA ACCIÓN CREATIVA

JOSÉ IGNACIO JIMÉNEZ SALAZAR

Bogotá D. C. noviembre 29 de 2018



Documento Diagnóstico y Recomendaciones

Metodología de participación en el proyecto Seminario Búsquedas del Largometraje Colombiano

Este proyecto estaba pensado para ser ejecutado en seis meses, pero las posibilidades del contrato con Proimágenes permitieron hacerlo en un año, lo cual fue muy positivo al considerar la complejidad de los compromisos académicos y administrativos que tienen las entidades de formación y los profesores en particular.

El Seminario tuvo el **Componente presencial** y el **Componente virtual**.

Teniendo en cuenta el informe del Encuentro Nacional del Cine realizado en el 2014, este proyecto tuvo como objetivo realizar un Seminario de diez sesiones en universidades o instituciones con formación profesional en Cine, Televisión y Artes audiovisuales para analizar, desde el eje de la Formación, la interacción entre los ejes Financiación, Producción y contenidos, Distribución y exhibición y Organización en los largometrajes colombianos estrenados en las salas del país en 2015.

Para el **Componente presencial**, que se realizó en Bogotá, se enviaron cartas, donde se informó sobre el objetivo del proyecto y la solicitud de elección de un profesor que se encargara de preparar, coordinar y seleccionar un largometraje para trabajarlo en una de las diez sesiones del Seminario. A continuación, los nombres de los directivos a quienes se les envió esa comunicación:

Universidades o instituciones invitadas

1. MAX HENRÍQUEZ Cine y Televisión Corporación Escuela de Artes y Letras
2. MAURICIO DURÁN Maestría en Creación Audiovisual Pontificia Universidad Javeriana
3. HARVEY MURCIA QUIÑONES Programa Profesional en Medios Audiovisuales Politécnico Grancolombiano
4. ALBERTO TAMAYO Carrera de Cine Universidad Central
5. BEATRIZ ROMERO Dirección y Producción de Cine y Televisión Universidad Manuela Beltrán
6. JAVIER SEGUNDO OLARTE TRIANA Programa Cine y Televisión Universidad Nacional
7. FABIAN GUILLERMO OLIVEROS Programa Cine y Televisión Uniagustiniana
8. ANDRÉS FORERO SERNA Programa Comunicación Audiovisual y Multimedios Universidad de La Sabana
9. FEDERICO RODRÍGUEZ Programa Cine y Televisión Corporación Universitaria Unitec
10. SANTIAGO TRUJILLO Programa Cine y Televisión Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano

El tiempo de respuesta de las universidades fue relativamente largo y algunas definieron la posibilidad de participar en el Seminario en el segundo semestre académico. De la lista inicial de instituciones invitadas, decidieron no participar la Universidad de La Sabana, Uniagustiniana y el Politécnico Grancolombiano. Ante esta situación y con el fin de cumplir con los tres cupos pendientes, hubo necesidad de invitar a otras instituciones con formación técnica o tecnológica. Respondieron con gran diligencia la Escuela Nacional de Cine, la Corporación Universitaria Taller Cinco y Zona Cinco Escuela de Cine y Fotografía.

En relación con la respuesta a las invitaciones enviadas, los directores o jefes de programas de las universidades o instituciones propusieron los siguientes profesores:

1. MAX HENRÍQUEZ: Cine y Televisión. Corporación Escuela de Artes y Letras.
2. JUAN DAVID CÁRDENAS: Maestría en Creación Audiovisual. Pontificia Universidad Javeriana

3. DIEGO FRANCO: Programa Cine y Televisión. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano
4. ANDRÉS ORTEGA MOSSOS Carrera de Cine Universidad Central.
5. EDISON GÓMEZ AMAYA: Dirección y Producción de Cine y Televisión. Universidad Manuela Beltrán.
6. LIBIA STELLA GÓMEZ: Programa Cine y Televisión. Universidad Nacional.
7. CLAUDIA PATRICIA SANDINO DEL BUSTO: Programa Cine y Televisión. Corporación Universitaria Unitec.
8. JAIRO ESTRADA: Zona Cinco Escuela de Cine y Fotografía.
9. PAOLA PÉREZ: Escuela Nacional de Cine.
10. ALFONSO CIFUENTES: Corporación Universitaria Taller Cinco.

El Componente presencial

Aunque existía la posibilidad de realizar sesiones en el primer semestre, la mayoría de los profesores optaron por realizar su sesión en el segundo semestre de 2018, en agosto o septiembre; sólo se realizaron en el primer semestre dos sesiones:

Sesión 1: película invitada SIEMPREVIVA en la Universidad Manuela Beltrán. Junio 7 de 2018.

<http://www.granodecine.org.co/busquedaslargometraje/sesion1>

Sesión 2: película invitada VIOLENCIA en la Universidad Central. Junio 28 de 2018.

<http://www.granodecine.org.co/busquedaslargometraje/sesion2>

Sesión 3: película invitada LAS TETAS DE MI MADRE en la Corporación Escuela de Artes y Letras. Agosto 17 de 2018.

<http://www.granodecine.org.co/busquedaslargometraje/sesion3>

Sesión 4: película invitada EL CARTEL DE LA PAPA en la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Agosto 23 de 2018.

<http://www.granodecine.org.co/busquedaslargometraje/sesion4>

Sesión 5: película invitada UNO AL AÑO NO HACE DAÑO 2 en la Corporación Universitaria Taller Cinco. Agosto 31 de 2018.

<http://www.granodecine.org.co/busquedaslargometraje/sesion5>

Sesión 6: película invitada SUAVE EL ALIENTO en Zona Cinco Escuela de Cine y Fotografía. Septiembre 6 de 2018.

<http://www.granodecine.org.co/busquedaslargometraje/sesion6>

Sesión 7: película invitada LA TIERRA Y LA SOMBRA en la Universidad Javeriana. Septiembre 21 de 2018.

<http://www.granodecine.org.co/busquedaslargometraje/sesion7>

Sesión 8: película invitada GENTE DE BIEN en la Escuela Nacional de Cine. Septiembre 24 de 2018.

<http://www.granodecine.org.co/busquedaslargometraje/sesion8>

Sesión 9: película invitada ELLA en la Universidad Nacional. Septiembre 26 de 2018.

<http://www.granodecine.org.co/busquedaslargometraje/sesion9>

Sesión 10: película invitada TODOS SE VAN en la Corporación Universitaria Unitec. Septiembre 28 de 2018.

<http://www.granodecine.org.co/busquedaslargometraje/sesion10>

Indicadores de asistencia e impacto

El Seminario Búsquedas del Largometraje Colombiano tiene dos componentes el presencial y el virtual, conectado con el sitio web <http://granodecine.org.co/>

El sitio web tiene en Youtube el canal donde están los videos de todas las sesiones:

<https://www.youtube.com/channel/UCTvB8Df-bNnn5lbKa6zDi9Q/videos>

Participantes presenciales	
Sesión 1	25
Sesión 2	32
Sesión 3	28
Sesión 4	5
Sesión 5	24
Sesión 6	7
Sesión 7	3
Sesión 8	20
Sesión 9	4
Sesión 10	30

Participantes Componente virtual	
Bogotá	55
Medellín	2
Ibagué	1
Cajicá	1
Barranquilla	1
Dos Quebradas	1
Soacha	1
	62

Diagnóstico, Análisis y Conclusiones

ORGANIZACIÓN

Los productores de los largometrajes estrenados en 2015, están organizados a través de diferentes formas jurídicas. Entre ellas la sociedad por acciones simplificada (S.A.S.), que es la principal, la sociedad anónima (S.A.) y las sociedades de responsabilidad limitada (Ltda.). La mayoría de los productores incluyen la Actividad Económica de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión, la cual les ha permitido a muchos mantener también relaciones con la televisión y el mercado de la publicidad. Este es uno de los aspectos más importantes para tener sostenibilidad y un conocimiento de sus equipos técnicos y humanos para trabajar.

De acuerdo con información obtenida del Registro Único Empresarial (RUE), 27 Productores renovaron la Matrícula Mercantil, seis no renovaron, de las cuales dos productores corresponden a las películas Güelcom Tu Colombia y Que viva la música. Tres productores son personas naturales. La mayoría, o sea 33, están ubicados en Bogotá, en Barranquilla 1, en Santa Marta 1 y en Ibagué 1.

Largometrajes estrenados en salas en 2015					
#	Título	Productor	Año Matrícula	Año Renovación	Ciudad
1	Uno Al Año No Hace Daño 2	Dago García Producciones S.A.S.	2002	2018	Bogotá
2	Se nos Armó la Gorda	Take One Productions S.A.S	2011	2018	Bogotá
3	Güelcom Tu Colombia	GÜELCOM TU COLOMBIA S A S	2015	2016	Bogotá
4	Se Nos Armó La Gorda Al Doble	Take One Productions S.A.S	2011	2018	Bogotá
5	El Cartel de la Papa	Laberinto Cine y Televisión SAS	2004	2018	Bogotá
6	El Abrazo de la Serpiente	Ciudad Lunar Producciones Ltda	2006	2018	Bogotá
7	Out Of The Dark	Fast Producciones S.A.S.	2010	2017	Bogotá
8	Reguechicken	Dago García Producciones S.A.S.	2002	2018	Bogotá
9	Que Viva La Música	Que Viva la Música Producciones Ltda.	2010	2017	Bogotá
10	Pa	Trompetero Producciones S.A.S	2008	2018	Bogotá
11	Vivo en el Limbo	Dago García Producciones S.A.S.	2002	2018	Bogotá
12	La Tierra y La Sombra	Burning Blue S.A.S.	2010	2018	Bogotá
13	La Rectora	Dynamo Producciones S.A.	2006	2018	Bogotá
14	Todos Se Van	Jimeno Acevedo & Asociados S.A.	1998	2018	Bogotá
15	Carta a una Sombra	Producciones La Esperanza S.A.S.	2007	2018	Bogotá
16	Gente de Bien	Evidencia Films y Producciones Ltda.	2011	2018	Bogotá
17	Siempre viva	CMO Producciones S.A.S.	1999	2018	Bogotá
18	Antes del Fuego	Laberinto Cine y Televisión SAS	2004	2018	Bogotá
19	Alias María	Rhayuela Cine S.A.	2008	2018	Bogotá
20	El Último Aliento	Ocho y Medios Comunicación Ltda.	1996	2018	Bogotá
21	Porro Hecho en Colombia	El Carito Music S.A.S.	2013	2017	Bogotá
22	El Elefante Desaparecido	Fast Producciones S.A.S.	2010	2017	Bogotá
23	Ella	Dos de Dos Producciones Ltda	2011	2018	Bogotá

24	Ruido Rosa	Kymera Producciones E.U.	2000	2018	Barranquilla
25	Detective Marañón	Dynamo Producciones S.A.	2006	2018	Bogotá
26	El Viaje del Acordeón	Limelight Producciones Colombia S.A.S.	2012	2018	Santa Marta
27	Las Tetas de mi Madre	Pinhole S.A.S.	2013	2017	Bogotá
28	Violencia	Burning Blue S.A.S.	2010	2018	Bogotá
29	Suave el Aliento	Schweizen Media Group S.A.S	2010	2018	Bogotá
30	Shakespeare	Dago García Producciones S.A.S.	2002	2018	Bogotá
31	Un Asunto de Tierras	Pathos Audiovisual S.A.S.	2012	2018	Bogotá
32	Refugiado	BURNING BLUE S A S	2010	2018	Bogotá
33	Paisaje Indeleble	Luz Yamyle Ramírez Ortiz			Ibagué
34	Monte adentro	Nicolás Macario Alonso Charria			Bogotá
35	El Valle sin sombras	Día Fragma Fábrica de Películas SAS	2007	2018	Bogotá
36	Parador Húngaro	Aseneth Suárez Ruíz			Bogotá

Fuente: <https://www.rues.org.co/RM>, Sistema de Información y Registro Cinematográfico (SIREC) y Anuario Estadístico Cine Colombiano 2015

FINANCIACIÓN

Al considerar los datos estadísticos de las películas estrenadas en las salas en 2015, se aprecian grandes contrastes en los presupuestos. El más bajo, Parador Húngaro con 166.981.500 y el más alto, Que viva la música con 3.474.279.138.

En 2015, según el cuadro (pág. 9) los productores colombianos recurrieron a diferentes fuentes de financiación: recursos propios, acceso a inversionistas y en consecuencia emplear la modalidad de Estímulos tributarios con los correspondientes Certificados de inversión o Donación, el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), la coproducción entre empresas nacionales y extranjeras, Fondos internacionales de apoyo, producción cooperativa y/o colaborativa y crowdfunding.

En este gran crecimiento hay varias líneas convergentes: la revolución de la imagen y el sonido digital, el desarrollo de internet, la diversificación de las pantallas a través de

celulares, tablets, computadores portátiles, televisores inteligentes y las gigantescas proyecciones de vídeo mapping.

Largometrajes estrenados en salas en 2015

#	Títulos	Productor	Presupuesto	Aporte %	Coproducción	Países	Certificados Inversión	Monto de Certificados de Inversión
1	Uno Al Año No Hace Daño 2	Dago García Producciones S.A.S.	2.915.476.350			Colombia	3	2.238.000.000
2	Se nos Armó la Gorda	Take One Productions S.A.S	330.353.000			Colombia		
3	Güelcom Tu Colombia	GÜELCOM TU COLOMBIA S A S	1.876.547.704			Colombia	6	861.077.270
4	Se Nos Armó La Gorda Al Doble	Take One Productions S.A.S	504.353.000			Colombia		
5	El Cartel de la Papa	Laberinto Cine y Televisión Ltda.	708.955.978			Colombia		
6	El Abrazo de la Serpiente	Ciudad Lunar Producciones Ltda	2.542.527.212	70		Colombia	2	1.300.000.000
				20	Nortesur Producciones C.A	Venezuela		
				10	Buffalo Films S.A	Argentina		
7	Out Of The Dark	Fast Producciones S.A.S.	3.012.091.867	30		Colombia	17	2.990.517.001
				70	Apaches Entertainment SL y Cactus Flower Prod S.L	España		
8	Reguechicken	Dago García Producciones S.A.S.	954.793.904			Colombia	4	1.506.704.834
9	Que Viva La Música	Que Viva la Música Producciones Ltda.	3.474.279.138	71,5		Colombia	37	2.890.332.773
				28,5	Producciones Sapos S.de R.L. de C.V.	México		
10	Pa	Trompetero Producciones S.A.S	685.137.286			Colombia		
11	Vivo en el Limbo	Dago García Producciones S.A.S.	1.355.482.238			Colombia	3	1.050.000.000
12	La Tierra y La Sombra	Burning Blue S.A.S.	1.470.630.000	64,04		Colombia		
				19,89	Rampante Films	Chile		
				9,77	Topkapi Films BV	Holanda		
				4,58	Cine- Sud Promotion	Francia		
				1,7	Preta Porte Films	Brasil		
13	La Rectora	Dynamo Producciones S.A.	822.251.210			Colombia	11	1.184.639.135
14	Todos Se Van	Jimeno Acevedo & Asociados S.A.	2.224.589.025	82,5		Colombia	1	300.000.000
				3,2	Dramax S.A.S	Colombia		
				12,1	Sergio Cabrera & Asociados ST	España		

				2,2	Silvia Jardim de Campos	Portugal		
15	Carta a una Sombra	Producciones La Esperanza S.A.S.	438.275.500	28,8		Colombia		
				42,4	Caracol Televisión S.A.	Colombia		
				28,8	Daniela Abad Lombana	Colombia		
16	Gente de Bien	Evidencia Films y Producciones Ltda.	1.831.160.000	45		Colombia		
				55	Geko Films	Francia		
17	Siempre viva	CMO Producciones S.A.S.	1.752.801.500			Colombia	11	1.240.000.000
18	Antes del Fuego	Laberinto Cine y Televisión Ltda.	704.198.085			Colombia	5	1.000.000.000
19	Alias María	Rhayuela Cine S.A.	2.440.000.000	77,96		Colombia	3	443.000.000
				20,04	SudestadaCine SLR	Argentina		
				2	Axxon Films	Francia		
20	El Último Aliento	Ocho y Medios Comunicación Ltda.	1.700.000.000			Colombia	2	80.000.000
21	Porro Hecho en Colombia	El Carito Music S.A.S.	852.158.525			Colombia		
22	El Elefante Desaparecido	Fast Producciones S.A.S.	3.300.000.000	30		Colombia	19	1.070.711.360
				47	El Calvo Films	Perú		
				23	Cactus Flower Producciones S.L.	España		
23	Ella	Dos de Dos Producciones Ltda	721.967.160			Colombia		
24	Ruido Rosa	Kymera Producciones E.U.	961.364.409			Colombia		
25	Detective Maraón	Dynamo Producciones S.A.	830.871.007			Colombia		
26	El Viaje del Acordeón	Limelight Producciones Colombia S.A.S.	546.978.414	30		Colombia		
				20	Reinaldo Antonio Sagbini Echavez	Colombia		
				20	Ciudad Lunar Producciones Ltda	Colombia		
27	Las Tetras de mi Madre	Pinhole S.A.S.	1.901.381.346	66,49		Colombia	14	312.185.000
				14,99	Riccafilm S.A.S	Colombia		
				10,31	Lago Films S.A.S	Colombia		
				5,47	Equipment & Film Desing Colombia S.A.S	Colombia		
				0,74	Ruge Films	Colombia		
				2	La Guapa Films S.A.S	Colombia		
28	Violencia	Burning Blue S.A.S.	651.180.000	26,36		Colombia		
				4,32	Congo Films S.A.S	Colombia		
				10,42	Post Bros S.A.S	Colombia		

				6,46	Blond Indian Films S.A.S.	Colombia		
				51,44	Personas Naturales	Colombia		
				1	Interior XIII	México		
29	Suave el Aliento	Schweizen Media Group S.A.S	1.099.256.032			Colombia		
30	Shakespeare	Dago García Producciones S.A.S.	919.120.000			Colombia		
31	Un Asunto de Tierras	Pathos Audiovisual S.A.S.	467.315.700	69,9		Colombia		
				10	Ricardo Restrepo Hernández	Colombia		
				20,1	Alter Producciones Audiovisuales Limitada	Chile		
32	Refugiado	BURNING BLUE S A S	2.956.014.307	20		Colombia		
				48,9	Campo Cine S.R.L. / Gale Cine S.L. R. / Río Rojo C	Argentina		
				5,6	Bellota Films	Francia		
				3,7	27 Films Production	Alemania		
				21,8	Staron Film	Polonia		
33	Paisaje Indeleble	Luz Yamyle Ramírez Ortiz	538.715.791	82		Colombia		
				18	Jaime Enrique Barrios Martínez	Colombia		
34	Monte adentro	Nicolás Macario Alonso Charria	558.860.000	76,51		Colombia		
				23,49	Flor de Producciones	Argentina		
35	El Valle sin sombras	Día Fragma Fábrica de Películas Ltda.	608.935.000			Colombia	2	327.153.116
36	Parador Húngaro	Aseneth Suárez Ruiz	166.981.500	95		Colombia		
				5	Umbrella Kreatív Műhaley Kft	Hungría		

Fuente: Sistema de Información y Registro Cinematográfico (SIREC)

Largometrajes estrenados en salas en 2015 - Aportes FDC									
#	Título	FDC-Año	Entidad	Municipio	Monto	Tipo de estímulo	Modalidad	Categoría	Subtotal
1	Uno Al Año No Hace Daño 2	2015	Dago García Producciones S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	220.000.000
2	Se nos Armó la Gorda	2015	Take One Productions S.A.S	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	220.000.000
3	Güelcom Tu Colombia	2015	Güelcom Tu Colombia S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	220.000.000
4	Se Nos Armó La Gorda Al Doble	2015	Take One Productions S.A.S	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	228.000.000

		2016	Fernando Arturo Ayllón Villamor	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2016	Take One Productions S.A.S	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
5	El Cartel de la Papa	2015	Laberinto Cine y Televisión Ltda.	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	220.000.000
6	El Abrazo de la Serpiente	2011	Ciudad Lunar Producciones	BOGOTÁ, D.C.	700.000.000	Estímulos por Concurso	Desarrollo y Producción de largometrajes	No Aplica	1.082.000.000
		2012	Ciudad Lunar Producciones	BOGOTÁ, D.C.	5.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Proyectos en desarrollo en encuentros	
		2013	Ciudad Lunar Producciones	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2015	Ciudad Lunar Producciones	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2015	Ciudad Lunar Producciones	BOGOTÁ, D.C.	80.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Premios cinematográficos	
		2015	Ciudad Lunar Producciones	BOGOTÁ, D.C.	15.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
		2015	Ciudad Lunar Producciones	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	
		2015	Ciudad Lunar Producciones	BOGOTÁ, D.C.	10.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
		2016	Ciudad Lunar Producciones	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2016	Ciudad Lunar Producciones	BOGOTÁ, D.C.	15.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Premios cinematográficos	
		2016	Ciudad Lunar Producciones	BOGOTÁ, D.C.	15.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Premios cinematográficos	
		2016	Ciudad Lunar Producciones	BOGOTÁ, D.C.	10.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
7	Out Of The Dark	2015	Fast Producciones S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	220.000.000
8	Reguechicken	2015	Dago García Producciones S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	220.000.000
9	Que Viva La Música	2015	Que Viva la Música Producciones Ltda.	BOGOTÁ, D.C.	7.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	17.000.000
		2015	Que Viva la Música Producciones Ltda.	BOGOTÁ, D.C.	10.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
10	Pa	2015	Trompetero Producciones S.A.S	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	236.000.000
		2015	Trompetero Producciones S.A.S	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2016	Trompetero Producciones S.A.S	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2016	Trompetero Producciones S.A.S	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	

		2016	Trompetero Producciones S.A.S	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
11	Vivo en el Limbo	2015	Dago García Producciones S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	220.000.000
12	La Tierra y La Sombra	2010	Paola Andrea Perez Nieto	BOGOTÁ, D.C.	962.790	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Talleres de Formación y asesoría de proyectos	
		2012	Burning Blue S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	5.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Proyectos en desarrollo en encuentros	
		2013	Burning Blue S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	700.000.000	Estímulos por Concurso	Producción de largometrajes	Categoría 1.	
		2013	Burning Blue S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2013	Burning Blue S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	2.047.989	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Proyectos en desarrollo en encuentros	
		2014	Burning Blue S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2014	Burning Blue S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	5.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Proyectos en desarrollo en encuentros	
		2015	Burning Blue S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2015	Burning Blue S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	10.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
		2015	Burning Blue S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	10.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	745.010.779
13	La Rectora	2015	Dynamo Producciones S.A.	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	
		2015	Dynamo Producciones S.A.	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	224.000.000
14	Todos Se Van	2011	Ramón Augusto Jimeno Santoyo	BOGOTÁ, D.C.	4.575.106	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Proyectos en desarrollo en encuentros	
		2011	Jimeno Acevedo & Asociados S.A	BOGOTÁ, D.C.	700.000.000	Estímulos por Concurso	Desarrollo y Producción de largometrajes	No Aplica	
		2012	Ramon Augusto Jimeno	BOGOTÁ, D.C.	5.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Talleres de Formación y asesoría de proyectos	
		2013	Jimeno Acevedo & Asociados S.A	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	713.575.106
15	Carta a una Sombra	2015	Producciones La Esperanza S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	
		2016	Producciones La Esperanza S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	10.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	230.000.000

16	Gente de Bien	2012	Evidencia Films y Producciones Ltda.	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	940.829.240
		2012	Evidencia Films y Producciones Ltda.	BOGOTÁ, D.C.	700.000.000	Estímulos por Concurso	Producción de largometrajes	Categoría 1.	
		2013	Evidencia Films y Producciones Ltda.	BOGOTÁ, D.C.	4.829.240	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Proyectos en desarrollo en encuentros	
		2015	Evidencia Films y Producciones Ltda.	BOGOTÁ, D.C.	7.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
		2015	Evidencia Films y Producciones Ltda.	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	
		2015	Evidencia Films y Producciones Ltda.	BOGOTÁ, D.C.	5.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
17	Siempre Viva	2015	CMO Producciones S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	220.000.000
18	Antes del Fuego	2015	Laberinto Cine y Televisión Ltda.	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	224.000.000
		2016	Laberinto Cine y Televisión Ltda.	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
19	Alias María	2013	Rhayuela Cine S.A.	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	1.052.000.000
		2013	Rhayuela Cine S.A.	BOGOTÁ, D.C.	700.000.000	Estímulos por Concurso	Producción de largometrajes	Categoría 1.	
		2014	Rhayuela Cine S.A.	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2014	Rhayuela Cine S.A.	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2015	Rhayuela Cine S.A.	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2015	Rhayuela Cine S.A.	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2015	Rhayuela Cine S.A.	BOGOTÁ, D.C.	10.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
		2015	Rhayuela Cine S.A.	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	
		2015	Rhayuela Cine S.A.	BOGOTÁ, D.C.	10.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
		2016	Rhayuela Cine S.A.	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2016	Rhayuela Cine S.A.	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2016	Rhayuela Cine S.A.	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2016	Rhayuela Cine S.A.	BOGOTÁ, D.C.	80.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Premios cinematográficos	
20	El Último Aliento	2015	Ocho y Medios Comunicación Ltda.	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	220.000.000
21	Porro Hecho en Colombia	2015	El Carito Music S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	220.000.000

22	El Elefante Desaparecido	2014	Fast Producciones S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	7.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	227.000.000
		2015	Fast Producciones S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	
23	Ella	2011	Libia Stella Gómez Díaz	BOGOTÁ, D.C.	20.000.000	Estímulos por Concurso	Escritura de guion para largometraje	No Aplica	962.000.000
		2012	Dos de Dos Producciones Ltda	BOGOTÁ, D.C.	700.000.000	Estímulos por Concurso	Producción de largometrajes	Categoría 1.	
		2013	Dos de Dos Producciones Ltda	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2014	Dos de Dos Producciones Ltda	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2014	Dos de Dos Producciones Ltda	BOGOTÁ, D.C.	7.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
		2014	Dos de Dos Producciones Ltda	BOGOTÁ, D.C.	7.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
		2015	Dos de Dos Producciones Ltda	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	
24	Ruido Rosa	2015	Kymera Producciones E.U.	BARRANQUILLA	5.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	225.000.000
		2015	Kymera Producciones SAS	BARRANQUILLA	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	
25	Detective Marañón	2015	Dynamo Producciones S.A.	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	220.000.000
26	El Viaje del Acordeón	2010	Ciudad Lunar Producciones	BOGOTÁ, D.C.	5.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Proyectos en desarrollo en encuentros	225.000.000
		2015	Limelight Producciones Colombia S.A.S.	SANTA MARTA	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	
27	Las Tetras de mi Madre	2014	Carlos Alberto Zapata Orozco	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	385.000.000
		2014	Pinhole S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	150.000.000	Estímulos por Concurso	Posproducción de largometrajes	No Aplica	
		2015	Pinhole S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	7.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
		2015	Pinhole S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	
		2015	Pinhole S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
28	Violencia	2012	Burning Blue S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	5.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Proyectos en desarrollo en encuentros	195.000.000
		2012	Burning Lab S.A.S	BOGOTÁ, D.C.	5.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Proyectos en desarrollo en encuentros	

		2014	Burning Blue S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	150.000.000	Estímulos por Concurso	Posproducción de largometrajes	No Aplica	
		2014	Burning Blue S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2015	Burning Blue S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	10.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
		2015	Burning Blue S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	10.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
		2015	Burning Blue S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2016	Burning Blue S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	7.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
29	Suave el Aliento	2015	Schweizen Media Group S.A.S	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	
		2016	Schweizen Media Group S.A.S	BOGOTÁ, D.C.	10.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	230.000.000
30	Shakespeare	2015	Dago García Producciones S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	-	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	
31	Un Asunto de Tierras	2011	Lyda Patricia Ayala Ruíz	BOGOTÁ, D.C.	300.000.000	Estímulos por Concurso	Realización de largometrajes	No Aplica	
		2012	Lyda Patricia Ayala Ruíz	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2013	Pathos Audiovisual S.A.S	BOGOTÁ, D.C.	5.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Proyectos en desarrollo en encuentros	
		2015	Pathos Audiovisual S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	7.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
		2015	Pathos Audiovisual S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	
		2015	Pathos Audiovisual S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	10.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	546.000.000
32	Refugiado	2013	Burning Blue S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	200.000.000	Estímulos por Concurso	Producción de largometrajes	Categoría 2	
		2014	Burning Blue S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2015	Burning Blue S.A.S.	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	424.000.000
33	Paisaje Indeleble	2011	Jaime Barrios Martinez	IBAGUÉ	20.000.000	Estímulos por Concurso	Escritura de guion para largometraje	No Aplica	
		2012	Alex Díaz Rubio Reyes	BOGOTÁ, D.C.	5.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Talleres de Formación y asesoría de proyectos	
		2012	Luz Yamyle Ramirez Ortiz	IBAGUÉ	350.000.000	Estímulos por Concurso	Producción de largometrajes	Categoría 2	
		2014	Luz Yamyle Ramírez Ortiz	IBAGUÉ	5.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Proyectos en desarrollo en encuentros	612.000.000

		2014	Jaime Enrique Barrios Martínez	IBAGUÉ	5.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Talleres de Formación y asesoría de proyectos	
		2015	Luz Yamyle Ramírez Ortiz	IBAGUÉ	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	
		2015	Luz Yamyle Ramírez Ortiz	IBAGUÉ	7.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
34	Monte adentro	2010	Nicolás Macario Alonso Charria	BOGOTÁ, D.C.	20.000.000	Estímulos por Concurso	Desarrollo de Guiones	No Aplica	
		2011	Nicolás Macario Alonso Charria	BOGOTÁ, D.C.	357.260	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Talleres de Formación y asesoría de proyectos	
		2011	Nicolás Macario Alonso Charria	BOGOTÁ, D.C.	4.672.434	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Talleres de Formación y asesoría de proyectos	
		2011	Nicolás Macario Alonso Charria	BOGOTÁ, D.C.	2.988.658	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Talleres de Formación y asesoría de proyectos	
		2012	Nicolás Macario Alonso Charria	BOGOTÁ, D.C.	5.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Proyectos en desarrollo en encuentros	
		2014	Nicolás Macario Alonso Charria	BOGOTÁ, D.C.	10.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
		2014	Nicolás Macario Alonso Charria	BOGOTÁ, D.C.	5.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
		2014	Nicolás Macario Alonso Charria	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2015	Nicolás Macario Alonso Charria	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	
		2015	Nicolás Macario Alonso Charria	BOGOTÁ, D.C.	7.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	279.018.352
35	El Valle sin sombras	2015	Día Fragma Fábrica de Películas Ltda.	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	
		2016	Día Fragma Fábrica de Películas Ltda.	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	224.000.000
36	Parador Húngaro	2012	Aseneth Suárez Ruíz	BOGOTÁ, D.C.	5.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Talleres de Formación y asesoría de proyectos	
		2012	Aseneth Suárez Ruíz	BOGOTÁ, D.C.	50.000.000	Estímulos por Concurso	Realización de cortometrajes	No Aplica	
		2014	Aseneth Suárez Ruíz	BOGOTÁ, D.C.	5.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
		2014	Aseneth Suárez Ruíz	BOGOTÁ, D.C.	7.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Películas en festivales	
		2014	Aseneth Suárez Ruíz	BOGOTÁ, D.C.	4.000.000	Estímulos Automáticos.	Participación Internacional-	Mercados Cinematográficos	
		2015	Aseneth Suárez Ruíz	BOGOTÁ, D.C.	220.000.000	Estímulos Automáticos.	Promoción de Largometrajes	No Aplica	291.000.000

					12.937.433.477				
--	--	--	--	--	----------------	--	--	--	--

Fuente: Cuadro con base en información de Dirección de Cinematografía

Otra fuente de financiación es Ibermedia:

Aportes Ibermedia Largometrajes estrenados en 2015				
Año	Modalidad	Título	Colombia Mayoritaria (USD)	Colombia Minoritaria (USD)
2011	DESARROLLO	VIOLENCIA	5.000	
2011	DESARROLLO	EL ABRAZO DE LA SERPIENTE	10.000	
2011	DESARROLLO	TODOS SE VAN	5.000	
2012	COPRODUCCIÓN	UN ASUNTO DE TIERRAS	58.294	
2012	COPRODUCCIÓN	EL ABRAZO DE LA SERPIENTE	100.000	
2012	COPRODUCCIÓN	EL ELEFANTE DESAPARECIDO		100.000
2014	COPRODUCCIÓN	LA TIERRA Y LA SOMBRA	80.000	

Fuente: Dirección de Cinematografía, Ministerio de Cultura

PRODUCCIÓN Y CONTENIDOS

SEMINARIO: BÚSQUEDAS DEL LARGOMETRAJE COLOMBIANO

SESIÓN 1

SIEMPREVIVA

<http://www.granodecine.org.co/busquedaslargometraje/sesion1>

Que el cine siempre viva

Por Edison Gómez Amaya

Universidad Manuela Beltrán

En respuesta a la pregunta del seminario ¿qué ha pasado con los largometrajes estrenados en el 2015?, se selecciona y analiza el largometraje SIEMPREVIVA (2015), dirigida por Klych López y producida por CMO Producciones, en los aspectos del contenido, organización, producción, financiación, distribución y exhibición, basados en datos de fuentes oficiales, investigaciones sobre cine en Colombia y una entrevista con Ana Piñeres, una de las productoras de la película.

1. Contenido

Siempre viva cuenta la historia de una de las desaparecidas de la toma del Palacio de Justicia de 1985, adaptada de la Obra teatral *La siempre viva* de Miguel Torres, que a su vez es inspirada en el caso de Cristina Guarín, una mujer que trabajaba allí y nunca regresó, y cuya familia, entre el dolor y la angustia, lucha desesperadamente en busca de la verdad sobre la desaparición de su hija.

La película contextualiza la historia en una casa a pocas cuadras del Palacio de Justicia, donde vive esta chica, en la ficción llamada Julieta, quien se gradúa como abogada y se perfila como la salvación de su hogar ya que la casa donde vive con su mamá y hermano, está hipotecada y están a punto de perderla. En esta casa viven con cuatro inquilinos, cuyo arriendo hacen parte de su sustento, junto al trabajo de Julieta en la cafetería del Palacio de Justicia. Estos cuatro inquilinos, proveerán ricas subtramas en el tejido de la historia principal.

Cuando pasa el hecho histórico de la Toma, pasan y pasan las horas y Julieta no vuelve a casa. Es cuando empieza la búsqueda de la madre por saber dónde está Julieta. Empieza el tormentoso juego de descifrar las imágenes del noticiero donde la ven, escuchar testigos que dicen que la vieron salir, escuchar las versiones oficialistas y las de un periodismo televisivo que no se muestra comprometido, ya que de igual manera pertenece de una u otra forma a la llave invisible de los poderes económico y político.

La película aborda esta temática de los desaparecidos del palacio de Justicia, basada en la obra dramaturgica de Miguel Torres, quien presencié de primera mano la toma del palacio de justicia y que lo llevó a crear esta pieza teatral. Relata Broderick (2014) que el autor al día siguiente, al ver que del Palacio solo habían quedado sangre y cenizas, resolvió que en algún momento “haría algo sobre la tragedia”.

Los personajes se sitúan de forma que puedan generar emoción al espectador, en principio con el personaje de la desaparecida y la relación con su madre y hermano, quienes generan un vínculo grande desde el principio y que hace más evidente el dolor de la madre cuando su hija no aparece. Este punto es uno de los principales en la identificación con el espectador, ya que ¿quién no quiere que una madre y una hija se reencuentren?

De la otra parte, en el lado oscuro de los responsables que esto suceda, no se muestra mucho, solo se entiende y esboza que hay una responsabilidad del Estado o de las Fuerzas Militares en estas acciones de desapariciones, se esboza igual que el atentado es de la guerrilla del M-19 pero en ninguno de estos casos se profundiza, es solo el contexto y telón de fondo de la historia de la búsqueda de la madre. El espectador debe quedarse con lo que ya conoce, pero al menos ve un punto de vista nuevo no mostrado en noticieros.

Además de estas partes, están los otros personajes que habitan la casa que son un mosaico de personalidades y caracteres, de los cuales se podría inferir en la visualización, representan o quieren representar el contexto histórico de la época: un prestamista, interpretado por Enrique Carriazo, que tiene una compra venta en este inquilinato, cuyo drama es que tiene un hijo arrestado en los Estados Unidos por llevar droga, abordando allí el subtema de los llamados “mulas” en la sociedad de la época (¡y actual!); un payaso y mesero, interpretado por Andrés Parra, quien vive al borde de sus deudas, vive con su mujer y pelea constantemente con el dueño la compraventa quien desea a su mujer, tocando el subtema del desempleo, el trabajo informal y hasta dónde se puede llegar por el sustento diario; y el hermano de Julieta, cuyo drama es que no le prende la moto y quiere venderla ya que necesita dinero. Es un personaje que se muestra en un principio frío, ya que parece pensar más en el dinero que en su hermana desaparecida, pero que tendrá al final una perspectiva reconciliadora con su madre y con el espectador.

Todo este universo situado en un mismo lugar, una casa, donde se demuestra que en un solo espacio, también pueden pasar una infinidad de historias.

La necesidad de llevar esta historia al cine surge por una de las productoras, Clara María Ochoa, quien desde que conoció la obra, quedó maravillada con la historia y sus personajes. Entonces fue su sueño llevarla a la pantalla grande. Y así se hizo.

El público colombiano tan familiarizado con este tema, pero así mismo tan desconocedor, podrá tener una visión de cómo vivieron estos hechos algunas de las personas que los padecieron. Al público extranjero tal vez le falte todo el contexto que sí tiene un colombiano, pero al menos descubrirá una injusticia social que vivió el país. Por lo tanto, estamos frente a un contenido que potencialmente impactaría de manera positiva el encuentro con el público.

2. Organización

El proyecto cinematográfico *Siempre viva*, desde su concepción nació para ser producido y realizado por una empresa de producción cinematográfica con todo lo que ello implica: una empresa que tiene o designa un jefe para contratar a todo el personal para hacer un producto. Este fue el estilo organizativo que tuvo esta película bajo la administración de CMO Producciones, empresa con amplia experiencia en este tipo de producciones.

De esta manera, el sueño de hacer esta película, se empieza a desarrollar contratando a un guionista para hacer la adaptación de la obra. Cabe señalar que una vez obtenidos los derechos de autor para hacer la película, el autor original no intervino en el nuevo guion cinematográfico. Así mismo, se designó a un director para empezar a pensar lo visual y los aspectos propios de la realización de cine. Ambos procesos, siempre bajo la supervisión administrativa, conceptual y creativa de la producción, que de hecho comparte los créditos del guion.

Esta manera de hacer cine, la podemos llamar ‘Modo de Empresa Productora’, como nos señala una investigación realizada por Estrada (2012), quien estudia la manera

como se han producido los largometrajes en Colombia en los diferentes hitos o épocas, y estos son:

- ☞ EMPRESAS PRODUCTORAS
- ☞ CINE DE AUTOR
- ☞ GRUPO DE AMIGOS
- ☞ DUPLICIDAD DE ROLES
- ☞ HIJOS DE LA PUBLICIDAD

En la época de FOCINE (1978-1993), el control de una película tanto artística como administrativamente, la tenía el director, el productor era una figura o un trabajador más, pero con la aparición de la dirección de cinematografía, esto empezó a cambiar y el productor tomó lugar en la administración de las películas, especialmente con el modo de producción de empresa.

Pero en el modo de producción de empresa productora, si bien el control de la película la tiene el productor, no necesariamente lo tiene en el aspecto creativo o estético. El aporte a este modo de producción que hacen las productoras de Siempre Viva, es que hacen un Cine de Productor, pues en su visión, es desde la producción donde se tiene una visión global de la película, desde donde se impulsa lo creativo, se organiza el equipo y se hace posible que exista. Así mismo, según Ana Piñeres, el hecho que los productores aporten elementos creativos, en cierta manera también los hace autores.

3. Financiación

La película fue financiada por la empresa productora y bajo las siguientes particularidades:

- ☞ No tuvo apoyo del FDC para la producción
- ☞ Uso de la Ley de Cine
- ☞ Dinero de empresas privadas

El proyecto se presentó a las convocatorias anuales para el apoyo a la producción de largometrajes, pero nunca fue beneficiario. Con la película rodada se presentaron al estímulo de posproducción y tampoco lo obtuvieron.

No obstante, la producción tenía entre sus objetivos de financiación el uso de la Ley de Cine 814 para tener inversiones o donaciones que pudieran obtener beneficios tributarios. Para lograr acceder a estos, los proyectos cinematográficos deben hacer un trámite en el Ministerio de Cultura llamado reconocimiento de Proyecto Nacional. Allí, los proyectos son previamente aprobados, y las inversiones o donaciones realizadas deben ser certificadas. El proyecto de Siempreviva hizo todo el trámite y obtuvo este reconocimiento en el año 2015, como lo certifica el Anuario Estadístico del Cine Colombiano 2015 en la gráfica 1.

Teniendo asegurado esto, la película empezó su proceso de financiación con empresas privadas otorgándoles los beneficios que tienen la Ley de Cine 814, que en principio de su implementación deducían el 125% de sus impuestos de renta.

En un balance que hace David Correa cuando la Ley de Cine llevaba 10 años, comenta que el cine antes de 1997 que era un tema ignorado o incomprendido, se insertó en las lógicas del Estado colombiano hasta tal punto que en la reforma tributaria del 2012, el gobierno subió de 125% a 165% la deducción de impuesto a la renta para inversionistas en el cine nacional, quedando así:

“CERTIFICADO DE INVERSIÓN O DONACIÓN: Artículo 16o. Beneficios tributarios a la donación o inversión en producción cinematográfica. Los contribuyentes del impuesto a la renta que realicen inversiones o hagan donaciones a proyectos cinematográficos de producción o coproducción colombianas de largometraje o cortometraje aprobados por el Ministerio de Cultura a través de la Dirección de Cinematografía, tendrán derecho a deducir de su renta por el periodo gravable en que se realice la inversión o donación e independientemente de su actividad productora de renta, el ciento sesenta y cinco por ciento (165%) del valor real invertido o donado.”

Esta modificación a la Ley, relativamente nueva para el 2015, hizo que los productores y las empresas se incentivaran más en generar este tipo de acuerdos. Así, el proyecto Siempreviva obtuvo:

☞ No. De certificados de inversión: 11

☞ Monto de certificados de inversión: 1.240'000.000 (Moneda cte. Colombiana)

En la relación con los certificados de inversión y donación con otras películas, Siempreviva fue la sexta película que más certificados de inversión obtuvo, como lo apreciamos en la gráfica 2.

Otra de las estrategias de financiación de la película, fue el crowdfunding: realizaron una página atractiva, con un video motivante que incluyó una presentación del proyecto por parte de sus propios protagonistas y de las mismas productoras. También tuvieron fotos de los actores y del rodaje, la sinopsis clara y el por qué de la historia. Así mismo, tenían un sistema de recompensas a los donantes, como fotos con los actores o invitaciones a la premier, según el monto que se donara. En la fanpage promovían que era la primera película colombiana con este esquema de financiación. La página del Crowdfunding es: <http://lachevre.co/proyectoDetalle.php?idP=640> donde se pueden apreciar estos aspectos.

La meta que tenían para financiación era llegar a 600'000.000 (seiscientos millones de pesos colombianos) pero su recaudo solo fue de 6'300.000 (seis millones trescientos mil pesos colombianos) que equivalen al 1,5% de la meta.

3. Producción

La película se filmó durante 15 días, del 24 de noviembre al 6 de diciembre de 2014 en Bogotá, exactamente en el barrio La Candelaria, Cr. 2 No.9-46 en formato: 4K Digital Cinema. Tuvo un presupuesto que, según cifras oficiales del anuario cinematográfico del 2015, fue de 1.752'801.500.

La película es un plano secuencia. Así la percibe el público. No obstante, para la filmación se realizó un plano secuencia con cuatro cortes. Por cada corte quedaba prácticamente el 25% de la historia y esto fue aprovechado en la producción, que con esta técnica, rodó la película dos veces.

La elección de los actores se hizo pensando en la calidad del producto final y en el impacto que podría tener en las salas. La mayoría de actores son conocidos gracias a la televisión colombiana y entre ellos contaron con Enrique Carriazo, ampliamente reconocido por sus papeles en telenovelas de alto rating; Andrés Parra, quien acababa de tener el reconocimiento popular con su interpretación de Pablo Escobar; Laura Ramos, una actriz cubana, también vista en varias telenovelas colombianas y latinas; y Laura García, tal vez la menos reconocida en televisión, pero con más experiencia en teatro y cine que le daban solidez al personaje principal. A nivel de elenco, se podría pronosticar una conexión con el público de la pantalla chica.

En el rodaje, los actores estuvieron muy compenetrados con la historia. Una de las estrategias que se usaron en la producción, fue que no se permitía el uso de dispositivos móviles mientras se filmaba, esto con el objetivo de que el elenco sintiera más la época que estaban viviendo. Así mismo, en los descansos cuando no se estaba rodando, los actores seguían en el personaje para no perder el ritmo.

Todo el equipo técnico estaba conformado por profesionales de amplia experiencia en cine y televisión y muchos de ellos, trabajaban o ya habían trabajado con el director y/o las productoras.

Relata la productora que el rodaje transcurrió en buen término y tanto equipo técnico como equipo actoral, estuvieron conviviendo en armonía y que una vez terminado, tuvieron esa “tusa post-rodaje” que dejó este trabajo.

Con la película ya rodada y finalizada, se inició el proceso de solicitud de reconocimiento de producto nacional, solicitada el 2 de junio 2015 y cuya fecha de resolución sale el 9 de agosto de 2015, es decir un poco más de dos meses después. Así, Siempreviva obtuvo el Reconocimiento de producto nacional No. 2644

Según la **LEY 397 DE 1997, LEY DE CULTURA** en el **Artículo 43o. De la nacionalidad de la producción cinematográfica**. Se entiende por producción cinematográfica colombiana de largometraje, la que reúna los siguientes requisitos:

- ☞ 1. Que el capital colombiano invertido no sea inferior al 51%.
- ☞ 2. Que su personal técnico sea del 51% mínimo y el artístico no sea inferior al 70%.

- ☞ 3. Que su duración en pantalla sea de 70 minutos o más y para televisión 52 minutos o más.

Según las estadísticas del cine colombiano mostradas en la gráfica 3, el año en que Siempreviva obtuvo este reconocimiento de producto nacional, fue en el que hasta en ese entonces, aumentaron los reconocimientos de Producto Nacional.

Las productoras consideraban que tenían un producto interesante, con contenido, estéticamente bien planteado y de alta calidad. Apostaban ahora por su paso a las salas y todo el proceso de distribución.

5. Distribución y exhibición

En esta parte, las cifras marcaron pautas no solo para la película que se está estudiando, sino para el cine colombiano en general del año 2015.

- ☞ Fecha de estreno: Octubre 1 de 2015
- ☞ Clasificación: mayores de 12 años
- ☞ Formato de exhibición: DCP. Duración: 101 minutos.
- ☞ Distribuidor y exhibidor salas de cine nacional: Cine Colombia.
- ☞ Distribuidor internacional: Todos los territorios excepto Colombia.

Los espectadores en salas de Cine en Colombia en el año 2015 según cifras del Anuario cinematográfico 2015, fueron de 59'140.429, de los cuales solo el 5,8% del total de espectadores, asistieron a ver cine nacional. Si bien, como lo muestra la gráfica 4, tuvo un aumento frente a los dos años anteriores, sigue siendo inferior a la tendencia que

marcaban los años 2011 y 2012. El número de espectadores de Siempreviva fue de 20.558 que equivalen al 0,034% de los espectadores del cine nacional en 2015 y al 3,43% del total de espectadores de películas colombianas.

Así mismo, si analizamos la taquilla del cine en Colombia en el año 2015 fue de 492.283.471.613 millones de pesos (179,4 millones USD).

El recaudo de taquilla de Siempreviva fue de 167'231696, que es una cifra que no supera el monto de la financiación de la película y que es bastante baja frente a la película más taquillera ese año que fue Rápidos y furiosos, con un recaudo de 40.973.579.211 millones de pesos (14,9 millones de USD).

Por lo anterior, se puede concluir que su paso por las salas de cine colombiano, no fue exitoso, pese a que tuvo publicidad por internet, redes sociales, radio y televisión.

No obstante, el proceso de exhibición y distribución no paró allí, y continuó en Festivales de Cine, obteniendo en algunos importantes clasificaciones, nominaciones y premios.

☞ Festivales de cine:

Premier en la Habana Film Festival

Festival de Cine de Montreal, Canadá

Selección oficial Focus on World Cinema, Festival de Cines del Mundo.

☞ Premios Macondo: Nominaciones. (fue la película más nominada)

Mejor actriz de reparto: Laura Ramos

Mejor actor de reparto: Enrique Carriazo

Mejor vestuario: Camila Olarte

Mejor dirección de arte: Juan Acevedo

Mejor sonido: César Salazar, Carlos García y Camilo Montilla.

Fuente: Pantalla Colombia No.800 nov. 18-25 de 2016

☞ Premios Macondo:

Mejor actor de reparto: Enrique Carriazo

Mejor vestuario: Camila Olarte

Mejor dirección de arte: Juan Acevedo

Mejor sonido: César Salazar, Carlos García y Camilo Montilla.

Sobre el manejo de las redes sociales, se encontró que su fanpage de Facebook: <https://www.facebook.com/Siempreviva-504555089681009/> Tiene 1.801 Me gusta. Su última publicación tuvo 0 Me gusta y la anterior 8. En su cuenta de Twitter tiene 865 seguidores, su última publicación tuvo 8 Likes y 5 Retweets. De lo anterior se puede analizar y concluir que el manejo de redes fue muy pobre respecto a lo que demandaría una estrategia promocional de redes sociales.

La película continuó su camino con la plataforma online Netflix, en donde se encuentra actualmente (octubre de 2018).

Por último, en su proceso de exhibición, la película ha sido usada para conversatorios, muestras y seminarios.

En suma, tenemos una película conceptual y artísticamente bien producida y dirigida que se quedó corta en la exhibición en salas de cine, problema que le compete no solo a esta película sino, según muestran las cifras, le sucede a todo el cine colombiano, pero que buscó otras estrategias para su circulación y que como dice su productora, “se espera que no muera y se siga mostrando”, para que el cine siempre viva.

REFERENCIAS

Estrada, A (2012), El productor en el cine colombiano. Bogotá: Ministerio de Cultura

Broderick, J (2014), La siempreviva, Miguel Torres. Revista Arcadia, recuperado de: <https://www.revistaarcadia.com/impresas/especial-arcadia-100/articulo/la-siempreviva-miguel-torres/35102>

Correa, J (2013). Diez años de la Ley de Cine en Colombia: el comienzo de un camino recuperado de: http://www.festicineantioquia.com/index.php?option=com_content&view=category&layout=t=blog&id=56&Itemid=111

Ley de Cine 814

Ley 397 de 1997

Anuario estadístico del Cine Colombiano (2015), Ministerio de Cultura de Colombia.

Gómez, E (2018). [Video] Entrevista a Ana Piñeres.

Pantalla Colombia No.800 nov. 18-25 de 2016

GRÁFICAS

PROYECTOS CON RESOLUCIÓN DE PROYECTO NACIONAL 2015

TIPO	GÉNERO			TOTAL
	ANIMACIÓN	DOCUMENTAL	FICCIÓN	
CORTOMETRAJE	2	1	14	17
LARGOMETRAJE	1	3	30	34
TOTAL	3	4	44	51

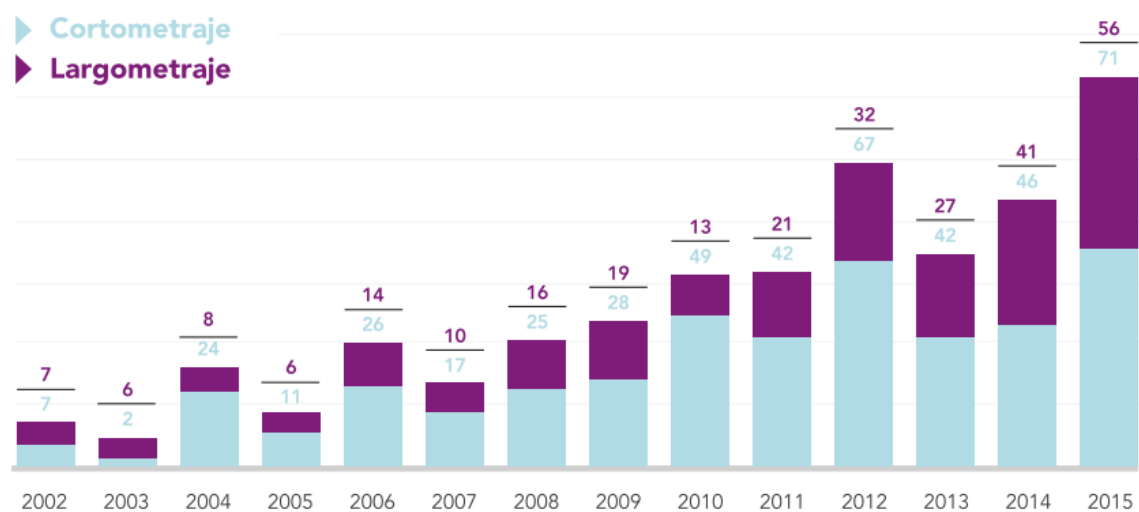
Gráfica 1: Proyectos con resolución de Proyecto Nacional 2015

CERTIFICADOS DE INVERSIÓN Y DONACIÓN OTORGADOS POR PROYECTO 2015

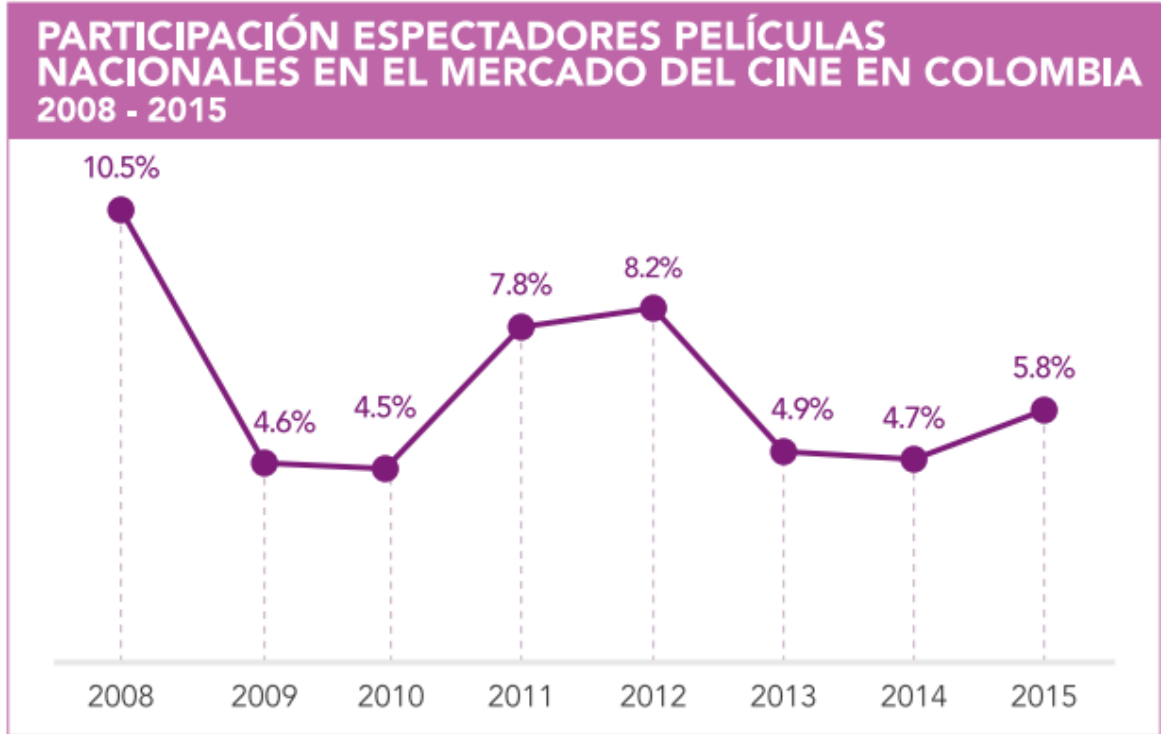
#	NOMBRE DEL PROYECTO	CERTIFICADOS	MONTO USD	MONTO \$ COL
▶ 1	UNO AL AÑO NO HACE DAÑO	2	1.438.000.000	524.169,0
2	LA MUJER DEL ANIMAL	9	1.410.000.000	513.962,7
▶ 3	EL ABRAZO DE LA SERPIENTE	2	1.300.000.000	473.866,3
▶ 4	EL HUEVO O LA GALLINA / REGUE CHIKEN	3	1.136.704.834	414.343,1
▶ 5	VIVO EN EL LIMBO	3	1.050.000.000	382.738,1
▶ 6	SIEMPREVIVA	9	1.000.000.000	364.512,5
7	NOSOTROS LOS NOBLES / MALCRIADOS	9	799.088.000	291.277,6
▶ 8	PECHICHÓN / EL CARTEL DE LA PAPA	4	775.000.000	282.497,2
9	EL COCO	1	640.000.000	233.288,0
▶ 10	¡QUE VIVA LA MÚSICA!	2	588.000.000	214.333,4
▶ 11	CARTA AL NIÑO DIOS	2	365.000.000	133.047,1
▶ 12	PAPÁ A LAS CARRERAS / PA POR MIS HIJOS LO QUE SEA	5	365.000.000	133.047,1
▶ 13	LA RECTORA	3	365.000.000	133.047,1
▶ 14	EL NEGROTÓN / DETECTIVE MARAÑÓN	3	350.000.000	127.579,4
15	MORIA	5	346.000.000	126.121,3
▶ 16	ARMERO: UN CULTIVO DE ESPÍRITUS / EL VALLE SIN SOMBRAS	2	327.153.116	119.251,4
17	VIRGINIA CASTA	13	315.334.918	114.943,5
▶ 18	TODOS SE VAN / NIEVE EN LA HABANA	1	300.000.000	109.353,8
▶ 19	EL PALACIO / EL PALACIO: ANTES DEL FUEGO	1	280.000.000	102.063,5
20	LA NOCHE	7	207.000.000	75.454,1
▶ 21	UNO AL AÑO NO HACE DAÑO 2	1	200.000.000	72.902,5
▶ 22	AGUAS ROJAS	1	149.999.999	54.676,9
23	ROLLING ELVIS	1	133.000.000	48.480,2
24	POWERMAN	1	127.976.135	46.648,9
▶ 25	EL ÚLTIMO ALIENTO	2	80.000.000	29.161,0
▶ 26	GALLOWS HILL	1	56.891.000	20.737,5
27	LLUVIA	3	50.000.000	18.225,6
28	NOCHE OSCURA	1	33.652.791	12.266,9
TOTAL		97	14.188.800.793	5.171.995,5

Gráfica 2: Certificados de Inversión y donación otorgados por proyecto 2015

RECONOCIMIENTO PRODUCTO NACIONAL 2002 - 2015



Gráfica 3: Reconocimiento de producto nacional 2002 - 2015



Gráfica 4: Participación espectadores en películas nacionales 2008 - 2015

SESIÓN 2

VIOLENCIA

<http://www.granodecine.org.co/busquedaslargometraje/sesion2>

Películas colonizadoras y películas decolonizadoras

Por

Andrés Mossos

Universidad Central

La historia del cine colombiano ha sido tan accidentada como la historia misma del país. Un cine que desde sus inicios ha permanecido al margen; luchando por figurar dentro un circuito tanto local como internacional; buscando un dialogo entre el segmento de espectadores que puedan relacionarse con las obras y la hegemonía del cine foráneo que ha sido implantado a través de procesos monopolizadores operados por distribuidores y exhibidores, no siempre locales.

La hegemonía de un cine foráneo, no ha existido únicamente a partir del punto de vista de pantallas abiertas para nuestros espectadores, sin importar el segmento de consumo al que pertenezcan, sino que han permeado las formas narrativas y las inquietudes estéticas de los creadores colombianos.

Desde un principio las películas que nacieron en Colombia, ya sea por realizadores nacidos en el país o no, en su mayoría se preocuparon por copiar el modelo norteamericano, mexicano o centro europeo. Los pocos que se preocuparon por nutrir y buscar la identidad del naciente cine colombiano han dejado su huella en la historia de nuestro patrimonio cinematográfico, pero también han tenido poca visibilidad en sus

momentos históricos y se les ha restringido el dialogo con sus espectadores. (Martínez, 1978).

El cine colombiano, sin duda se hizo visible cuando empezó a lograr su dialogo en un panorama internacional, con dos películas tan importantes como RODRIGO D NO FUTURO (Víctor Gaviria) y LA VENDEDORA DE ROSAS (Víctor Gaviria), en la misma década también se hizo presente LA ESTRATEGIA DEL CARACOL (Sergio Cabrera) que logro un profundo dialogo con el espectador colombiano, no solo con un segmento específico sino que logro volverse una película masiva.

En la década anterior a estas películas también se hizo presente un pequeño grupo de creadores que se autodenominaron EL GRUPO DE CALI. Realizaron un conjunto de películas que aunque no tuvieron la repercusión inmediata en el momento de su creación, han sido motivo de análisis de los estudiantes de cine y se ha construido alrededor de estas un cierto culto, por considerarlas un intento de vanguardia.

Otra apuesta de cine colombiano fue la de Gustavo Nieto Roa, que fue masivo frente a las audiencias debido a su gran similitud con las producciones para televisión, un fenómeno que sigue presente en la actualidad. Un fenómeno que logra números en taquilla y ganancias en dinero a sus productores, pero que en el tiempo no ha dejado huella ni ha aportado a la construcción de una identidad cinematográfica, ni a la construcción de imaginarios nacionales. En estas décadas específicas de las que estamos hablando existió una ayuda estatal conocida como FOCINE, que es un modelo de subvención estatal que se vuelve repetitivo dentro de nuestra cinematografía como herramienta para hacer realidad las producciones nacionales.

Un modelo de industria cinematográfica subvencionada por el estado, es lo que hemos visto no solamente en Colombia sino como tendencia alrededor del mundo. La mayoría de industrias cinematográficas cuentan con este apoyo para poder subsistir, a excepción de la industria norteamericana, la hindú y la coreana. Esta afirmación entra en una suerte de discusión a partir de ciertas posturas económicas mirando el cine como un

negocio. Incluso estas cinematografías poseen modelos de deducción estatal que pueden considerarse un tipo de apoyo. En este punto le surgen muchos críticos a las producciones que tienen un mayor apoyo estatal, pues consideran que el cine debe ser un negocio auto sostenible y que el estado debe retirar sus estímulos.

Con este panorama en Colombia y en el mundo aparece una nueva variable y son las llamadas industrias naranja, donde se propone que el arte y la cultura sean sostenibles sin ningún tipo de apoyo estatal. Adicional a esto también debemos aclarar que muchas industrias en Colombia tienen apoyos estatales, entre ellas una de las que tiene el mayor estímulo estatal es la de los bancos. El 16 de noviembre de 1998, el Gobierno Nacional expidió el Decreto 2331 mediante el cual impuso un gravamen del 4 por mil sobre las operaciones bancarias. El mismo decreto aclaró que la contribución sería temporal y que regiría hasta el 31 de diciembre de 1999, en la actualidad funciona el gravamen del 4×1000 fue creado en el país mediante el decreto 2331 de 1998, expedido al amparo de la emergencia económica invocada por el Gobierno, para enfrentar la crisis financiera doméstica de esa época. ver: <http://www.asobancaria.com/sabermassermas/la-verdadera-historia-del-4x1000/>

Un cambio de paradigma dentro de nuestro cine.

En el 2003 a partir de la ley 814 apareció un nuevo precedente en Colombia, y fue la creación de un fondo mixto que permitió la creación, formación y promoción, el cual es administrado por una entidad conocida como Proimágenes. Esto ha cambiado las reglas del juego dentro de nuestra cinematografía, pues ha otorgado a los largo de 15 años estímulos para toda clase de películas, en distintos géneros y formatos.

A pesar de que se le puede reconocer que el Fondo de Desarrollo Cinematográfico (FDC), administrado por Proimágenes, que ha cumplido una tarea titánica al reactivar el cine colombiano desde una perspectiva no solo de creación, sino también de promoción, formación y creación de nuevas políticas para fortalecerlo, siguen faltando más creaciones

colombianas con la búsqueda de una voz propia, o al menos producciones que busquen consolidar una industria.

La cinematografía colombiana comparada con otras de importancia histórica, como las de México, Brasil o Argentina. Se encuentra todavía en un proceso de maduración y su número de películas por año son muy pocos comparados con estos países. En este punto es necesario afirmar que para tener un arte cinematográfico consolidado se debe aumentar el número de producciones por año y encontrar mecanismos para acercarlas al segmento de público que buscan.

A pesar de que los estímulos entregados por el FDC han cumplido una labor importante en la construcción de la identidad audiovisual, comparados con la población colombiana y el gran número de creadores se considera que son poco y que aún siguen faltando.

Dentro de este recorrido de cambios de paradigma para la creación audiovisual en Colombia, es importante observar el fenómeno sucedido durante la primera y segunda década del siglo XXI. Al iniciar este siglo se dio una explosión tecnológica en materia audiovisual y cinematográfica. El contenido digital se ha posicionado como lo canónico, muy pocos creadores aún trabajan en fílmico con costos increíblemente altos.

El tamaño de las cámaras cambió y se hizo más pequeño en el set. La sensibilidad de las cámaras ha venido aumentando gradualmente por lo que deja de ser indispensable tener un gran equipo de iluminación, en la mayoría de los casos un equipo sencillo basta. El workflow digital, o flujo de trabajo con el material digital, cada día se simplifica y con equipos de cómputo cada vez menos costosos es posible realizarlo. La potencia de los computadores y la calidad del software empleado continúan evolucionando otorgando una mejor relación entre capacidad y costo. Estos elementos entre muchos otros han permitido que los costos y la necesidad de recursos se minimicen sustancialmente. Este cambio de paradigma en la creación cinematográfica colombiana ha permitido la realización de productos que no cuentan con estímulos estatales ni con el apoyo de grandes productoras.

Estas posibilidades permitieron a nuevos creadores explorar sus narrativas y modelos de industria a través de la creación de productos que han salido a la luz y sin ningún problema han sido recibidos por el público, además su recorrido dentro de mercados los ha equiparado con producciones de andamiaje económico elevado. Esta posibilidad ha logrado un crecimiento importante en la cinematografía y ha aportado en la construcción de identidad de país e imaginarios sociales.

Un cine colonizador.

En la construcción de una cinematografía propia un país debe cuestionarse por los factores que influyen sobre este proceso. Uno de estos es factores, que sin lugar a dudas debe tenerse dentro de los más relevantes, es como se han construido los imaginarios del público que es consumidor activo de audiovisual y cuáles son las historias necesarias de crear para este tipo de público. Observando el cine no solo como objeto de entretenimiento sino como un vehículo que puede construir valores y reflexiones en torno a una sociedad.

En este punto es necesario que abordemos dos temas importantes. El primero es observar el cine norteamericano como un cine ha ganado un espacio de consumo masivo frente a los espectadores y en general con las personas que son fuertemente influenciadas por las grandes estrategias de mercadeo que se construyen alrededor de este tipo de cine.

La introducción de la forma que ha tenido este cine, ha provocado que las pantallas alrededor del mundo expongan en más de una noventa por ciento un cine de maquinaria norteamericana. En este caso se observa como los imaginarios que construyen sus consumidores van de acorde a las reflexiones y valores que sistemáticamente construyen las productoras norteamericanas. Un ejemplo de este caso es como se construye el enemigo de la humanidad a partir de los enemigos norteamericanos. En un primer momento fueron los ciudadanos afronorteamericanos (El nacimiento de una nación, D.W. Griffith), casi a la par surgieron los indígenas norteamericanos como un enemigo peligroso en el lejano oeste, La

diligencia de John Ford es tan solo un ejemplo. Luego avanza el tiempo y las productoras norteamericanas construyen un nuevo enemigo en su cine y son los comunistas, los cuales empiezan a aparecer sistemáticamente como un riesgo mundial (Perversidad, Fritz Lang). El tiempo ha seguido avanzando y el nuevo enemigo es la población árabe. Cualquier tipo de elemento que haga referencia a un ciudadano de oriente medio significa un riesgo para la humanidad, y estos son los nuevos enemigos del mundo, legitimando una discriminación racial y de nacionalidad construía a partir del cine.

Este es el peligro que acompaña tener una única cinematografía rectora alrededor del mundo y que esta sea la que construya los imaginarios de sus públicos. De allí parte una reflexión que se debe hacer entorno a lo apropiado de que un único país sea quien dictamine las visiones de mundo y que sea este quien tenga en su poder el rol de un juez mundial.

Una película colombiana como ejemplo decolonizador.

Partiendo de la afirmación de que existe este cine que ha colonizado no solo el mercado sino una única forma de percibir narrativamente los relatos cinematográficos hacia el público, empezamos a observar ese otro cine que busca el relato alternativo y a través de su creación es capaz de dialogar en contra de los discursos colonizadores que buscan una única cinematografía o incluso decolonizar estas visiones y representaciones.

Para este caso de estudio vamos a seleccionar la película colombiana Violencia, dirigida por Jorge Forero. Una película que se estrenó en el Festival de Cine de Berlín, Berlinale, en el año 2015 en la sección de panorama. Lo cual en cierta manera da una legitimización europea, lo que también es un punto a cuestionar sobre nuestras cinematografías, las latinoamericanas, que sustancialmente se distancian del monopolio norteamericano pero busca la legitimización de países que han jugado roles colonizadores históricamente. Este punto es importante que se lo cuestionen todas las cinematografías latinoamericanas.

Violencia es una película que se rueda sin ser beneficiaria de un estímulo estatal para su producción, tampoco hubo capital de empresa privada para su creación, tampoco con un presupuesto elevado y fue posible gracias a un inteligente proceso de producción de bajo costo, además de una recursividad excepcional al momento de diseñar el modelo con que el que se iba a hacer realidad la producción de la película.

Lo interesante de analizar el caso de la película Violencia es que en general discute de forma directa con los modelos convencionales de producir películas, además de proponer una búsqueda en su forma estética y dramática. En cuanto a la producción es capaz de abandonar el modelo tradicional tanto de financiación como de andamiaje para su creación, iniciando una búsqueda no solo en lo estético sino también en aquello que responde a la cuestión de cómo hacerlo realidad. En esta búsqueda se cimenta en los descubrimientos que han realizado otras cinematografías latinoamericanas, algunas europeas e incluso orientales, en las que su búsqueda parte de la carencia o de las dificultades de recursos para hacer realidad la creación.

Violencia antes de convertirse en película fue un proyecto cinematográfico, como proyecto se presentó a distintas convocatorias y estímulos, en varios de ellos fue finalista y no logro ser beneficiaria. En vista de la falta de recursos para hacer realidad la película, lograron crear una figura cooperativa en la que quienes intervinieron desde el recurso humano en la película eran dueños de un cierto porcentaje de la película. Lograron conseguir equipos en donación y con una pequeña suma de dinero lograron hacer realidad la película, que se rodó en dos momentos distintos.

El modelo que se trabajó con la película logra un efecto particular sobre el equipo que conforma el equipo de producción, ya que al trabajar más por una creencia en la película que se iba a lograr a partir del proyecto, que por el dinero que iban a recibir, le otorga cierto rasgo de humanidad a la creación de esta película. Ese valor de humanidad empieza a hacerse presente en su propuesta estética y este es un punto de vital importancia para considerar esta como una película decolonizadora.

Es común en la oferta que llega a los espectadores de obras cinematográficas que tengan un único bloque narrativo y si no es así relaciona los distintos bloques de alguna forma. *Violencia* es un tríptico que cuenta tres historias profundamente relacionadas con el conflicto colombiano pero que entre sí no se relacionan ni desde los personajes ni desde los universos. Es una obra que se construye desde la realidad misma, utilizando como materia prima de su lenguaje una búsqueda sobre los actores que se acercan a quienes vivieron lo representado. Una representación cinematográfica que busca fracturar los límites que existen en la puesta en escena ficcional y el registro de la realidad. Este compromiso que se vuelve vivo a lo largo de la película, le otorga una voz propia y procura sinceramente la construcción de una cinematografía propia, que habla desde una localidad y adquiere identidad. Este proceso pone en contacto la película con la creación de identidad de esa cinematografía colombiana o incluso latinoamericana que buscan esas obras que se niegan a pertenecer a los procesos colonizadores.

En conclusión *Violencia* es un claro ejemplo de esas películas que obedecen a búsquedas locales, no solo pretendiendo una desconexión con otros entornos, sino que a partir de esa localidad busca el diálogo con esos otros lugares. Que aportan una barrera que defiende a las identidades nacionales de las miradas foráneas unificadoras y que sobre todo es capaz de construir una cinematografía propia no solo negando sino que deconstruyendo los imaginarios de colonización para usarlos como punto de partida para las creaciones de nuevos realizadores.

Colonizar públicos y decolonizar a nuestro público.

Respecto a la eterna cuestión que se plantea la creación cinematográfica, donde se pone sobre una balanza si las películas se hacen para que haya personas que las observen o el creador debe hacer las películas desde sus convicciones sin importar que tantos espectadores logren en pantalla, es el siguiente punto a abordar en nuestro análisis y desde la óptica con la que observamos este cine, resulta relevante el hecho de construir el diálogo entre la obra cinematográfica y la construcción de un público colombiano.

Dentro de la construcción de la cinematografía de un país es necesario no solo establecer bases dentro de las unidades estéticas sino que estas representaciones sean capaces de dialogar con ese mundo al que pertenecen, que sean capaces de construir imaginarios propios de una nación y que muestren a sus espectadores que hay más visiones que la de una única cinematografía.

Retomando la película que ha sido ejemplo para hablar de estas nuevas cinematografías que son decolonizadoras, vale la pena revisar la relación que estableció con su público. La casa productora de la película *Violencia*, Burning Blue, encontró que salir a múltiples salas durante un periodo largo era un despropósito para una propuesta poco convencional para un público que está encerrado dentro de otro tipo de consumo. Después de charlar con la productora ejecutiva, Diana Bustamante, expresó su deseo por encontrar una forma de distribución alternativa para esta película después de su estreno mundial en la Berlinale del 2015. Su salida a salas fue a través de Cineco Alternativo, una posibilidad que ha abierto en Colombia el operador de salas Cine Colombia, en la que abre por un periodo fijo, en general muy corto, muchas veces no sobrepasa a un fin de semana. En esta modalidad las boletas son un poco más costosas y las salas se llenan, lo que permite tener un modelo alternativo de comercialización.

En la conversación que se sostuvo con la productora de la película, se encontró que la película sigue siendo distribuida a pesar de que su estreno comercial fue hace ya tres años. Sus ventas alrededor del mundo continúan y ha entrado al catálogo de Cinema Tropical, un distribuidor de renombre en el ámbito académico norteamericano y que tiene una red de distribución extensa. Al analizar este modelo de distribución se encuentra que se construye en la misma línea en la que se construyó la apuesta estética de la película, su distribución también se sale de los cánones que ha dado la industria establecida, aquella a la pertenecen esas películas que hemos denominado colonizadoras. Al observar la distribución de la película *Violencia* encontramos que en el diseño que logro, es un modelo decolonizador dentro de lo que hemos propuesto hasta ahora. En conclusión podemos afirmar que existen películas dentro de nuestra cinematografía que trabajan para construir la

identidad de nuestra cinematografía, al igual que trabajar en la construcción de unos imaginarios sociales que sean capaces de dialogar con nuestro público y que se atreva a trabajar dentro de los procesos decolonizadores necesarios en nuestra cinematografía.

Referencias.

Suárez, Juana. 2009. Cinembargo Colombia: ensayos críticos sobre cine y cultura. Cali: Universidad del Valle

Martínez Pardo, Hernando. 1978. Historia del cine colombiano. Bogotá: América Latina.

Tamayo, Camilo. 2006. “Hacia una arqueología de nuestra imagen: cine y modernidad en Colombia, (1900-1960)”. Signo y Pensamiento. 25 (48): 39-53.

Vélez Serna, María Antonia. 2007a. “Transmutaciones de una caja negra: lo nacional en el cine colombiano, según los críticos”. AAVV. Los pasos sobre las huellas: ensayos sobre crítica de arte, 63-80. Bogotá: Universidad de los Andes y Ministerio de Cultura.

Salcedo Silva, Hernando. 1981. Crónicas de cine colombiano 1897-1950. Bogotá: Carlos Valencia Editores.

Fúquene Barreto, Juliana. 2000. “Las salas de cine en Bogotá, 1930 1990”. Memoria y Sociedad. 4, 8: 129-144.

Concha Henao, Álvaro. 2014. Historia social del cine en Colombia. Tomo 1, 1897-1929. Bogotá: Publicaciones Black María.

SESIÓN 3

LAS TETAS DE MI MADRE

<http://www.granodecine.org.co/busquedaslargometraje/sesion3>

Una apuesta criolla del clásico relato de Edipo

Por Max Henríquez C.

Corporación Escuela de Artes y Letras - Institución Universitaria

Como parte de las sesiones del Seminario “Búsquedas del Largometraje Colombiano” liderado por José Ignacio Jiménez Salazar, director de Aion Fundación para la Acción Creativa, se llevó a cabo el día 17 de Agosto de 2018 la tercera sesión a cargo del Docente Max Henríquez Camargo en la Sede Administrativa de la Corporación Escuela de Artes y Letras - Institución Universitaria, con la asistencia de los estudiantes de los programas de Cine y Televisión, y Arte Dramático de la institución, iniciando el seminario con la presentación de la película colombiana LAS TETAS DE MI MADRE (2015) bajo la dirección del realizador colombiano Carlos Zapata. Después de la visualización de la película se llevó a cabo un análisis retrospectivo de la obra desde su relato y su estructura argumentativa, su proceso de producción y financiación, su distribución, y un debate sobre el estado mismo del cine colombiano contemporáneo en función de identificar las miradas de los nuevos realizadores cinematográficos en pro del desarrollo de la industria audiovisual del país.

Tras la visualización de la película, fue importante considerar y entender el contexto social colombiano desde las realidades sobre las cuales se construyó el relato, teniendo presente, que en gran parte el argumento de la obra está inspirado en sucesos vividos por el autor Carlos Zapata al hacer una remembranza de los días de amistad juvenil con su amigo David quien fuese asesinado en esa cruel justicia de la calle, recuerdos que fueron

transfigurados en un argumento de ficción que se desarrolla en un entorno urbano decadente, en ese trágico mundo de la prostitución y las drogas, factor que en gran parte ha estado implícito como ingrediente fundamental de la cinematografía colombiana de los últimos tiempos, siendo este un espejo de las terribles circunstancias que día a día azotan las vidas de los personajes anónimos de nuestras ciudades sórdidas de tintes desteñidos y grises. Por otro lado, el referente de un esquema narrativo clásico tomado de la literatura universal, al hacer una apología doméstica y barrial de Edipo Rey, al encontrarnos a un jovencito en plena etapa de la pubertad, curioso, y expectante de los cambios de su entorno, al somatizar sus complejos y fijaciones sexuales en el cuerpo de su madre, a la que descubre por casualidad, y en medio de esa gran curiosidad de éxtasis y libido dignos de su edad, vendiéndose desnuda tras la vitrina de un club nocturno en el propio barrio donde vive, como una forma omnipresente de la necesidad imperiosa de sobrevivencia que a toda costa los lleva a realizar lo imposible.

El punto de partida de la estética y la forma creativa de “Las Tetas de mi Madre” acerca al espectador a esa marcada influencia del cine neorrealista italiano de mitad de siglo XX, que se utiliza como recurso para crear un cierto toque documental en cuanto a los espacios de la ciudad y la combinación de sus protagonistas hiperrealistas, y al mismo tiempo, aplicando un mecanismo estratégico del contar desde lo cotidiano de las películas de bajo presupuesto del antaño latinoamericano que nos ha denominado como “Cine Pobre” o “Cine de Tercer Mundo” que aun tiende a conservar las esencias puras del mágico encanto de nuestras sociedades trágicas postcoloniales. Gracias a esto, como público propio y como críticos de nuestra realidad, nos siguen quedando los sinsabores de una radiografía latente y presente que a veces quisiéramos eliminar y desaparecer de nuestra identidad cultural, pero que terminamos aceptando como un hijo al que con sus defectos, con su crueldad, y con sus injusticias, terminamos aceptando, pues eso somos, y a esos demonios nos enfrentamos todos los días, sin máscaras y sin tapujos, las cosas inevitablemente como son.

Más allá del mismo espíritu de la obra, subyace una realidad del director, guionista, y productor, que lucha por darle vida a la película hasta el cansancio, elemento que llegó afectar notablemente a Zapata como a muchos cineastas colombianos que quieren ver a su hijo avanzar y lograr su madurez, pero que por las circunstancias mismas de una industria limitada, que anda a pasos lentos, y que está sujeta y amparada en mayor parte por los recursos gubernamentales, debe conformarse a las limitaciones propias para su desarrollo; aspectos que le costaron a su realizador, al buscar fuentes de financiación privadas, gracias a los reconocidos beneficios tributarios, en el sector empresarial contribuyente de renta con el uso normativo de la vigente ley 814 de 2003, estrategia que no llegó a cristalizarse del todo cuando perdió a uno de estos inversionistas que tenía inicialmente planeado poner en el proyecto la suma de doscientos millones de pesos, dinero que nunca llegó a la película y que obligó a Zapata valerse de otras fórmulas y recursos para su realización, siendo nuevamente una de las eternas pesadillas de los cineastas colombianos cuando ven truncado el camino para lograr sus objetivos desde el paradigma financiero. Sin embargo, la presencia de otros intervinientes del sector que encontraron en “Las Tetas de mi Madre” una gran apuesta a ese nuevo cine joven colombiano, le dieron una oportunidad y un nuevo respiro al proyecto en función de poder consolidar su culminación; apalancamiento que llegó de personas como Jaime Manrique de Black Velvet - Velvet Films con quien lograron un óptimo acuerdo de distribución que a su vez le dio un “kitch underground”, una personalidad de culto al proyecto, en circuitos de exhibición para públicos menos convencionales y por un periodo más extenso en salas como la Cinemateca Tonalá en la ciudad de Bogotá, que jamás se hubiese obtenido con distribuidores de carácter más comercial. Por otro lado, el apoyo artístico de un grupo musical de género urbano, con el que se desarrolló la banda sonora original de la película por canje, y con la que se pactó un gana-gana de presencialidad con el público objetivo de la película, obteniendo un valor agregado de más de un millón de seguidores y veinticuatro millones de visualizaciones del videoclip en internet, todo un impacto mediático que, en compañía de actores y crew moviendo información en sus redes sociales, son actualmente una estrategia de mercadeo muy útil y visible, que con el voz a voz permite atraer más espectadores, generando una masa crítica sin precedentes en el medio de la cultura urbana y vendiéndose a sí misma, construyendo relevancia social en otras ciudades del país como Medellín, Manizales, etc.

Todo este reconocimiento e impacto como un film de genero social que llegó a varios espectadores a nivel nacional, permitió que la película “Las Tetas de mi Madre” cruzara las fronteras participando en importantes eventos y festivales a nivel internacional: Premio a la Mejor Película en el Festival de Cine de New York (2015), Premio del Jurado Work in Progress en Chile, Premio del Jurado en el FLICC México; participaciones en Festival Internacional de Cine de Guadalajara – México, Festival de Cine de Málaga – España (2014), Festival de Viña del Mar – Chile (2015), Festival de Cine de Monterrey – México (2015), entre otros. Cabe anotar el gran esfuerzo del realizador y su equipo por el trascender de la película al llegar a tantas pantallas, aun con sus limitaciones y dificultades de producción, inversión, y distribución, aspectos que no son vistos como desventajas o falencias, puesto que la factura de la película es bastante prolija, elaborada, y estructurada, tanto en lo técnico, en lo estético, en lo narrativo, como en lo actoral, elementos que fueron relevantes y notoriamente reconocidos por los asistentes a la proyección en la Corporación Escuela de Artes y Letras – Institución Universitaria, dejando presente que si es posible hacer una excelente película en Colombia cuando se tienen claros los objetivos y propósitos de su creación, y que depende más de la voluntad, el tesón, y la capacidad de sus creadores para lograr llevar el proyecto a buen término.

Como conclusión de la tercera sesión del Seminario “Búsquedas del Largometraje Colombiano” con los asistentes, estudiantes, docentes, e invitados de los programas de Cine y Televisión y Arte Dramático de nuestra institución, fue muy relevante entender la importancia de la dedicación y el profesionalismo que hay que tener para desarrollar un proyecto cinematográfico con la disciplina y constancia que esto requiere, y tras el debate de sus análisis se identificaron los siguientes aspectos:

Como una película colombiana con un presupuesto inferior a los cuatrocientos millones de pesos, considerada presupuestalmente entre un rango medio-bajo de inversión y financiación logra obtener un gran impacto de asistencia a través de una estrategia mediática y de voz a voz en internet - redes sociales a nivel nacional, siendo esta una

estrategia contundente, que a su vez genera paralelamente un impacto colectivo y trascendente a nivel internacional, lo que permite a la película recuperar su inversión y generar un valor agregado financieramente, situación que no es muy común históricamente en ciertas películas colombianas que no logran óptimamente el umbral de recuperación.

La importancia del factor estratégico de las alianzas, las co-producciones, la búsqueda de recursos con terceros nacionales e internacionales en función de poder culminar el proyecto, es una muestra latente de cómo el cine colombiano puede surgir y desarrollarse para crear impacto en nuevos mercados.

Al comparar la película “Las Tetas de mi Madre” con otras películas colombianas estrenadas en el año 2015, cabe denotar como el costo de la producción versus la exhibición y asistencia de taquilla es inversamente proporcional de forma positiva, lo que permite prever que los éxitos de taquilla y el interés de las audiencias no está cien por ciento centradas, aseguradas, y garantizadas en películas comerciales y de alto presupuesto.

Aunque la película toca desde su estructura narrativa las problemáticas sociales de nuestro país que han sido remarcadas en gran parte de la filmografía nacional como: la prostitución, el consumo de drogas, la violencia de género, etc. es una película que alude creativa, técnica, y estéticamente a una forma diferente e innovadora desde la mirada de un niño común de barrio, que además lo convierte en su protagonista desde su inocencia hasta la consolidación de una madurez prematura, producto de la vida y el devenir de las realidades de la calle, que puede ser identificada de manera universal por cualquier espectador en cualquier lugar del mundo.

Como conclusión, nuestra comunidad académica finaliza la sesión con mucha inspiración, a seguir adelante por realizar sus proyectos como futura generación de realizadores audiovisuales y cinematográficos, que en el caso de Colombia, se proyecta a los grandes cambios de una industria aun joven e incipiente, pero que con interés y muchas

ganas, encuentra una esperanza de consolidar sus equipos de trabajo, a entender la importancia de trabajar y asumir el riesgo por querer contar y transmitir sus sueños, sus ideas, sus vivencias y emociones, los elementos más importantes con los que se debe comenzar para dar vida al maravilloso arte de hacer cine

SESIÓN 4

EL CARTEL DE LA PAPA

<http://www.granodecine.org.co/busquedaslargometraje/sesion4>

El cartel de la papa

Por: Diego H. Franco Cárdenas
Universidad Jorge Tadeo Lozano

No es ajeno para el cine en general, narrar historias relacionadas con la realidad, es un hecho natural e inherente al ejercicio de representación que éste conlleva. Basta con hacer una revisión a las primeras formas de representación con imágenes en movimiento. Thierry Frémaux, en su composición de *La Aventura Comienza* (L'aventure Commence) una edición de 114 películas realizadas por los hermanos Lumiere y sus técnicos alrededor del mundo con el cinematógrafo, permite evidenciar el simple hecho de que el cine, así como la pintura y la escultura, en sus inicios, no fue más que un medio más adicional, al impresionismo de la época, la única intención de los Lumiere era la de retratar, con su aparato, la vida cotidiana, sin necesidad de recurrir a la pintura. Posteriormente el valor agregado que la herramienta, medio, añadía a estas representaciones, la convirtió en un nuevo recurso narrativo.

Como medio, el cine no es más que esa ventana a través de la cual, en lugar de que el espectador busque hacia adentro, es el “dueño de la casa” el que la abre para dejar ver su interior. El *Cinéma Vérité*, por ejemplo, corresponde a ese tipo de ejercicio en el que, ya siendo conscientes del su poder narrativo, se busca exponer la verdad, poner en evidencia, las vivencias de un pueblo. Como forma de expresión también, es utilizado para expresar el sentir de un grupo de personas, frente a una u otra situación. No es la excepción del cine colombiano, tal y como en su momento lo hicieron los Lumiere en Francia u otros

realizadores en sus propios países, bien sea por un fin comercial o económico o por utilizarlo como expresión artística; así como los grabados católicos fueron al arte latinoamericano, las situaciones y vivencias sociales, lo fueron para el cine. No en vano, en el caso colombiano, una película que relata uno de los asesinatos más infames dentro de la guerra bipartidista, el asesinato de Rafael Uribe Uribe, fue el tema principal de la primera película colombiana.

La democratización del cine gracias a las tecnologías, como era de esperarse, afectaron considerablemente las narrativas. Previo a la incursión del cine digital, los altos costos de producción que representaba el soporte fílmico, de alguna u otra manera, le exigían a directores y escritores, que el material que sería capturado allí, fuera de calidad, que “valiera la pena”, lo anterior sin querer decir que, aquellos con un alto poder adquisitivo, no tuvieran historias de calidad, pero si podían tener un poco más de libertad expresiva. Igualmente la influencia de la televisión en las narrativas cinematográficas, también le permitían pensar en un contenido alterno más verosímil, mientras la televisión se veía forzada a omitir y censurar cierto tipo de uso del lenguaje y contenido visual, el control de la audiencia en el cine, le permitía optar, por la inclusión de ese tipo de contenidos, en pantalla. El uso del lenguaje y la administración de contenidos, son los que permiten establecer la diferencia entre el cine y la televisión producidos en Colombia para antes de 2003 y de la consolidación del soporte digital. Particularmente, en cuanto al uso del lenguaje, en el imaginario colectivo del colombiano de a pie, el cine se caracterizó por poseer un uso de lenguaje soez, brusco, demasiado real que, irónicamente, no era aceptado por el público general, entre tanto, el lenguaje amable y suave de la televisión, idealizaba un mundo utópico que distaba de la realidad del espectador. El cine colombiano entonces, retornaba al público a ese espacio real, lo representaba y por tanto, no le gustaba. Posterior a la sanción de la ley de cine en 2003 y con la apropiación del soporte digital, las narrativas se vieron afectadas nuevamente.

La libertad de contar el narcotráfico

El 2 de diciembre de 1993, la policía nacional abatió en la ciudad de Medellín al narcotraficante colombiano, Pablo Escobar, a lo largo de los años siguientes, el cartel de

Cali, liderado por los hermanos Rodríguez Orejuela, fue progresivamente desmantelado, debilitando el potencial comercial de droga del país y disminuyendo, considerablemente, las consecuencias violentas del mismo. Para finales de la década de los noventa, la violencia del país recaía principalmente en las guerrillas que de alguna forma se apropiaron del negocio de la droga, cuyo tráfico ahora, tristemente, fue heredado por los capos mejicanos. Es evidente que durante la “edad de oro” del narcotráfico colombiano, narrar historias, hacer películas que hicieran referencia al tema, constituían un tema sensible para la sociedad y las instituciones, una vez la “marea bajó”, a los comienzos del nuevo siglo, coincidentemente, con la apropiación de la tecnología digital en el cine y la aparición de la ley de cine en 2003, de forma paralela al incremento de la producción, se exacerbó la “narcoviolencia” en las pantallas, tanto en la televisión como en el cine.

La carencia de público formado dentro del territorio colombiano, que como se expuso anteriormente, formó un disgusto por el cine nacional, por el hecho de acercarlo a su realidad, se vio reflejado en los bajos números de ventas de películas, en taquilla dentro del país, obligando a productores, distribuidores y agentes de ventas, a comercializarlas por afuera, obteniendo un significativo éxito. La circulación de estas películas en el exterior, contribuyó a la construcción de un imaginario por fuera, que fortaleció la imagen de Colombia como un territorio violento productor de droga. Durante los primeros diez años de la ley de cine, la proliferación de “narcoproducciones”, junto con otras alternativas, desvió la mirada de los realizadores del contexto comercial, al circuito de festivales, incrementando la presencia del cine nacional en estos espacios, cuyo atractivo, a lo largo de la experiencia, transformó lentamente las narrativas a tal punto de, según Ruben Mendoza, realizar películas con narrativas que gusten a los festivales, que muestren los paisajes exóticos, vírgenes y culturas aborígenes. Sin estar muy errado, la academia de artes y ciencias cinematográficas lo ratificó con la nominación al Oscar de *El Abrazo de la Serpiente* en 2016.

Mientras tanto en Colombia

Una de las principales características de la comedia es la exageración y “caricaturización” de la realidad o incluso, en algunos casos, simplemente exponer, los

rasgos más cómicos de una cultura, la risa, la exposición cómica, resulta atractiva para cualquier público y Colombia no es la excepción. Desde *Alma Provinciana* (1926) de Félix Joaquín Rodríguez, que narra las aventuras de un triángulo romántico en el paisaje campesino, pasando por *la Isla de ensueño* (1963) de Alejandro Kerk, que en el marco del paisaje insular de San Andrés, cuenta la historia de un cantante lírico pretendiendo a dos turistas haciéndose pasar por el botones del hotel, en el medio del canto de canciones, como un musical; hasta llegar a la década de los setenta, con la realización de reconocidos títulos como *Colombia Connection* (1979), *El Taxista Millonario* (1979) de Gustavo Nieto Roa, estelarizados por Carlos Julio “El Gordo” Benjumea.

En particular, los títulos lanzados en las décadas de los 60, 70 y 80, en comparación a sus enfrentados del mismo género en la televisión, resultaron ser considerablemente atractivos para el público en general, demostrando así, un gusto particular por la comedia por parte del público nacional que, es así como, de la misma manera y por las mismas causas mencionadas anteriormente, la producción de comedia se prolifera junto con la de “narcoviolencia”, configurando dos extremos de oferta de cine colombiano, dejando en el medio al cine de carácter más autoral y con menor audiencia.

En el campo de la televisión, un hito histórico marca el inicio del siglo, el gobierno licita la apropiación de dos frecuencias de transmisión para la constitución de canales privados, la Cadena Radial Colombiana (CARACOL) y la Radio Cadena Nacional (RCN) ganan la licitación, previo a esto, ambas constituían el cuerpo de cerca de 60 empresas productoras de televisión y al convertirse en canales de transmisión, su modelo de negocio se transformó, el público televisivo, formado en el transcurso de los 46 años desde la llegada de la televisión al país, optó por volcar su atención a la oferta de los dos canales, desatendiendo el contenido ofrecido por los canales públicos, nacionales y regionales. La oferta a suscripciones de sistemas de televisión por cable se incrementó y dentro de los paquetes comerciales que se ofrecían, se incluían los canales privados, estos sistemas, podían ser adquiridos por cualquiera que contará con los recursos e ingresos suficientes, las personas con escasos recursos, por tanto, no tenían acceso a estos servicios. En consecuencia, los canales privados reconocen en este grupo de la población su principal

mercado y con el fin de cautivar y garantizar un éxito comercial modificaron sustancialmente su contenido, por uno de carácter mucho más popular, costumbrista y las narrativas cambiaron y la comedia, junto con la telenovela, no fueron ajenas al fenómeno. Es aquí, en la producción de este tipo de contenidos, en donde escritores y directores de ambos géneros, producto de la constante demanda, surgieron y consolidaron un nombre, en el caso de las telenovelas, Fernando Gaitán se destacó por su éxito con *Yo Soy Bety la Fea* para RCN y por el otro lado, Dago García en la comedia, especialmente para el canal CARACOL, éste último se caracteriza también por incursionar de la misma manera en el cine, con un manejo del lenguaje mucho más televisivo, contenidos ligeros, costumbristas y cómicos.

El mestizaje en las representaciones

Producto de lo descrito anteriormente, a lo largo de la primera década del siglo XXI, las narrativas alrededor de la violencia, el narcotráfico y con ellas la comedia, consolidaron su propio mercado construyendo un imaginario, en el interior del país del cual el público se vió saturado, empezando a exigir, por medio de la crítica, narrativas que innoven y construyan una mejor imagen del territorio.

La segunda década del siglo y a la luz de los diez años de la ley de cine, las historias dentro del cine colombiano iniciaron su transformación, progresivamente se empezaron a ver en cartelera propuestas alternativas que, a pesar de estar enmarcadas en el contexto colombiano, incluyendo todo lo que esto conlleva, narraban historias más amables, alejadas del relato directo de la “narcoviencia” que empezaron a estabilizar el estado de la taquilla, arrojando resultados satisfactorios en términos de cuota de pantalla, generando una presencia más sólida, que en la actualidad se ve reflejado en el hecho de poder estrenar, casi con una periodicidad semanal, una película colombiana. Películas como *El Jefe*, de Jaime Escallón, thriller policiaco que se suma a títulos como *Paraíso Travel* (Simón Brand), *La Cara Oculta* (Andy Baiz), *Bluff* (Felipe Martínez) solo por mencionar títulos que abordan historias alejadas del contexto violento, hacen parte de estas nuevas propuestas; que se adhieren a los títulos del ya consolidado, género de comedia costumbrista, dominado por directores como el mismo Dago García, Harold Trompetero, Juan Camilo Pinzón, entre otros.

Para la mitad de la década, en 2015, Jaime Escallón, se arriesga a la comedia costumbrista con *El Cartel de la Papa*, en la película participa como escritor Gerardo Pinzón, libretista de televisión que con *El Cartel de la Papa* hace su primera participación en cine, luego de haber participado en producciones como *La Ronca de Oro* (2014), *Cómplices* (2008), *Por amor a Gloria* (2005 - 2006), *La Séptima Puerta* (2004), *Historias de Hombres Solo Para Mujeres* (2001), todas para televisión¹. Para la realización de la película participa la productora, *Laberinto*, que también realiza obras tanto para cine como televisión, en el ámbito de la pantalla grande, participa ya con la experiencia de haber realizado, *San Andrecito*, *Antes del Fuego*, *Bluff* y *la Sociedad del Semáforo*. *El Cartel de la Papa*, se sostiene financieramente a partir de la inversión que hace Dago García con su casa productora y *Caracol cine*, las cuales, en términos de capital, no pueden considerar pérdidas e intervienen sustancialmente en la producción. La película se enmarca en el género de la comedia bajo la premisa -Un joven hereda y debe manejar el negocio que su padre ha dejado después de morir-. Como principios de diseño se identifican los siguientes: el joven quiere cumplir su sueño de ser actor y tiene amigos actores, debe demostrar destrezas que no tiene para administrar el negocio, la tensión sentimental entre él y una mujer a la que conoce dentro del negocio, el principio de diseño más particular de la película es, el negocio que hereda es tráfico de droga, enmascarado en el comercio de papa y como consecuencia, aparece un último principio y es que, el joven debe informar a la policía. Estos últimos, transforman la comedia en sátira, un retrato que transforma en absurdo el negocio y por consiguiente todas las situaciones que alrededor de ellas se generan. La ironía, el sarcasmo, parodia, burla, exageración, comparaciones, yuxtaposiciones y analogías se hacen presentes como elementos característicos de la sátira, llegando al punto de transgredir la narración haciendo evidente, por ejemplo, el uso reiterativo de una misma locación para recrear diferentes sets, como ocurre con el uso del *Parque Jaime Duque*, el cual se utiliza para representar el parque de la papa, la casa de los *Zipacón*, el camino hacia la casa (donde se ubica la mayor) las bodegas y el mercado; solamente el teatro viejo del inicio de la película, no podría estar ubicado en esa locación.

¹ Vale la pena aclarar que para el momento, la brecha que separa a las producciones de televisión de las de cine es cada vez más delgada y solo se empiezan a distinguir entre ellas por su duración, sus estructuras narrativas compuestas pero los procesos de producción, cada vez más parecidos.

Los entes participantes en la producción, Laberinto, Caracol y Dago García, influyen considerablemente en la narración, el manejo televisivo del lenguaje audiovisual, estructuras narrativas estables y cerradas, su aprovechamiento del público formado para este tipo de relatos y el uso del sistema estelar como recurso de mercadeo.

A pesar de sus características cómicas costumbristas, podríamos llegar a apreciar El Cartel de la Papa, como una película que relata el posible escenario en el que narcotraficantes colombianos lo hacen a través de papas, en cuyo caso, la película podría impulsar la pregunta, ¿Hemos superado las narrativas de la “narcoviolencia”

SESIÓN 5

UNO AL AÑO NO HACE DAÑO 2

<http://www.granodecine.org.co/busquedaslargometraje/sesion5>

Uno al año no hace daño o Cine de vacaciones

Por: Alfonso Cifuentes Galvis

Corporación Universitaria Taller Cinco

La producción audiovisual en Colombia viene desarrollándose de manera acelerada en los últimos años, debido a las políticas adoptadas por el estado a partir de la promulgación de la ley 814 de 2003, o ley del cine, esto ha significado que los esfuerzos anteriores a la ley y demás acciones de los diferentes estamentos que tienen que ver con el desarrollo cinematográfico comienzan a dar frutos, y esto aunado a un profundo sentimiento por establecer un llamado “cine Colombiano”, ha facilitado que los diferentes componentes que reúnen este sector encuentren fondos, ventanas y ayudas para la construcción de una identidad propia.

Una de las variables más importantes del desarrollo cinematográfico es ¿cómo se hace cine? en un contexto donde no existe una industria consolidada, donde no existe un llamado “STAR SYSTEM”, donde aún se encuentran dificultades para que los posibles inversionistas crean en los productores, para que los exhibidores contemplen colocar en sus programaciones las producciones nacionales en franca competencia con las superproducciones internacionales. Pues, como siempre la capacidad de los colombianos se pone a prueba frente a las dificultades antes mencionadas y se encuentran salidas

prácticas al desarrollo de una producción que por lo menos en el contexto local funcione así sea una vez al año o como cine de vacaciones; a continuación veremos los aspectos más relevantes de este tipo de producción efectiva sin bastas aspiraciones de comercialización e internacional, pero con un espíritu en el que los créditos de taquilla y ventas en las televisiones sirvan como colchón para continuar en ese propósito y aporten a producciones que por su naturaleza, no de comedia de vacaciones requieran ese músculo para llegar a buen puerto.

Las películas de 25 de diciembre en el contexto colombiano se convirtieron de alguna forma en una formula efectiva para que los productores nacionales desarrollen un cine sin mayores pretensiones dramáticas, pero, funcional en el sentido de entretener a un grueso del público importante que se queda en las ciudades donde existe distribución de cine permanente y que se acostumbraron a esa sesión de navidad como una actividad casi que obligatoria. Uno de esos productores es Dago García, escritor, guionista, director y productor que ha demostrado que la fórmula funciona siempre y cuando se piense en un producto más plural, y me refiero en este sentido porque el cine de vacaciones debe de ser eso, un cine familiar, fácilmente digerible y además debe hablar de lo que somos como colombianos en la generalidad, la propuesta de Dago García está diseñada en ese sentido, produce varias películas al año, es coproductor de otras pero por sobre todo en el sentido más amplio de la producción desarrolló un sistema de producción donde las películas se financian a partir de la taquilla que se percibe por la asistencia a salas y ventas de televisión y estas mismas son la base para la financiación de otros productos.

¿Cómo se desarrollan este tipo de contenidos?

Según García, las historias parten de la cotidianidad, de relatos comunes a todos los colombianos, como la compra del primer carro, como la persistencia en nombre del sueño musical de su vida, o como la historia particular de unos hermanos aficionados a la selección de fútbol, así pues, también un documental dentro de una película que analiza por qué los colombianos utilizamos cualquier excusa para beber o chupar como se menciona en

Uno al año no hace daño. El modelo de producción según su guionista y productor se basa en una historia extensa que narra la particularidad de un periodista que busca realizar un documental a partir del mito que los colombianos encontramos cualquier pretexto para consumir alcohol, teniendo como fuente documental las personas de un barrio popular, donde se destacan particularmente una familia que se convierte en el eje de las demás historias integradas por los vecinos y amigos, la propuesta se desarrolla en dos partes dado que el productor decide realizar las dos partes de la película casi que simultáneamente, lo que facilita en términos de producción la realización de la misma, reduce los costos por desarrollo así como optimiza los recursos en función de dos productos.

Una película del circuito del 2015 con un presupuesto de \$ 2.238. 000.00, al que asistieron 550.929 espectadores, con un recaudo en taquilla de \$ 4.142.381. 178.00 según datos del anuario estadístico de cinematografía 2015, se convierte en una de las películas más taquilleras de la historia del cine colombiano.

Realizar y producir cine en Colombia seguirá siendo un acto de fe, sin embargo, los buenos oficios de productores, realizadores, personal técnico, la academia y por supuesto el estado, permitirán el desarrollo de nuevos modelos de producción que además apunten a nuevas ventanas digitales, a nuevos modelos de producción y coproducción para la financiación de proyectos que satisfagan las necesidades de entretenimiento de la sociedad.

Al igual que la literatura de los años sesenta, el llamado “boom”, que fue un fenómeno editorial, dada la universalidad de los conflictos sociales en América, en un mundo cargado de Revoluciones, fueron los intelectuales los llamados a revelar las circunstancias políticas y sociales particulares, que parecían reunir en un mismo contexto a los países hispanoamericanos. Aun así, este fenómeno literario, demostró que las letras, sus temas y su manera de contar historias, conformaron un distinguido grupo que apareció en el mapa universal de las letras, como “literaturas nacionales”, con las que se compartían los sueños de Revolución, de libertad frente a cánones tradicionales, expresando emociones y ansiedades que los escritores de entonces vivían como “asilantes” observando desde afuera

las crisis de sus países. Esa potente voz, fue la que, en últimas, puso en el mapa a nuestros pueblos, a nuestros ancestros, a nuestra cultura, a quienes no tenían voz: los latinoamericanos.

El cine colombiano ha roto taquillas en escenarios internacionales, con producciones ideológicas, con profundo sentido cultural, que nosotros mismos desconocemos, por ignorancia, por desinterés, por olvido y falta de memoria, ante los gritos de “existo” de los escritores y ahora de los cineastas nacionales. Pero esta existencia, no se puede reclamar, sin antes comprender y reconocer quiénes somos, a dónde pertenecemos y cómo hacemos parte de una colectividad heroica llamada “colombianos”. Nos reímos de “la pelota de letras”, porque muchos vivimos lo que allí se recrea en el formato del “stand up comedy”, y nos identificamos con aquellas situaciones que hacen parte de toda una generación, de muchas tal vez, situaciones que sufrimos y ahora disfrutamos y añoramos repetir. Así somos, los colombianos tenemos la capacidad de auto-representarnos, de convertirnos en los personajes protagónicos de las historias colectivas, esa sustancia que nos hace identificarnos como “montañeros”, “campesinos”, “indios” y “corronchos”, conceptos que diariamente se usan como calificativos despectivos, pero que, en últimas, hace la raza colombiana.

Un público inexperto, como el que asiste generalmente al teatro, no va en busca de catarsis, va por varios motivos, entre ellos, el cine colombiano se ha convertido en ese “algo de qué hablar”, se volvió exclusivo, porque la clase popular asiste a ver películas de acción y no “pendejadas” que nos dejan “mal parados” a la clase trabajadora de este glorioso país. “Uno al año no hace daño”, es eso, “uno”, es como encender la televisión a la hora del noticiero, donde la realidad ya hace parte de lo cotidiano y aprendemos a vivir con nuestra propia desgracia y miserias humanas, con las que hemos dejado de lamentarnos, porque se repiten, ya parece “realismo mágico”, porque lo que sucede es tan absurdo, que parece una mala película, o una mala realidad. Mientras que una producción anual, donde nos representa ese sentir y forma de vivir tan folclórico, nos hace recapacitar y reflexionar:

“a mí me ha pasado”; en cambio lo que veo en las noticias y en las novelas importadas, pues se alejan de lo que soy, y nuestras mamás y abuelas disfrutan viendo estas producciones diciendo: “pobre muchacha, pero él tan bueno como la quiere”, eso sí que es ficción, la clase social sólo se “mezcla” cuando hay un partido de la selección, cuando nos visita Su Santidad y cuando nos vemos en pantalla con películas como “Uno al año no hace daño”, porque nos damos cuenta que todos hemos hecho lo mismo, la hemos “embarrado” en algún momento, pero cada borrachera, cada laguna, la hemos experimentado como verdaderos colombianos.

El otro día hablaba con algunos de mis estudiantes y decían que las películas colombianas eran muy malas, pero sagradamente se incorporaba al plan de fin de año el ir a ver “Uno al año no hace daño” o la ya zaga de “El paseo”, porque no se sentían viendo una película con grandes efectos especiales, con actores y actrices reconocidos como monstruos de actuación, sino que, se percibía como un cuadro de Botero, donde todos hemos sido o somos gordos, pero compartimos los mismos escenarios; ese es el éxito, el famoso “Costumbrismo”, como el fotógrafo de Cortázar en el cuento de “Las babas del diablo”, quien abre su ventana y a partir de lo que ve a través de su cámara, comienza a construir una historia; la cotidianidad de la que no estamos atentos, es justamente el gran éxito de películas como las de Dago García. Es un juego de miradas como lo diría en alguna parte el profesor Carlos Torres, parafraseando un poco a Armando Silva y su obra “Imaginarios urbanos”, en la que se plantea el famoso juego de miradas, en el que el sujeto sabe qué está viendo, pero a su vez sabe que lo están viendo (como objeto de estudio al que se imita en la puesta en escena), pero también el objeto sabe que lo están viendo y por ello atrae, tal vez no masivamente (porque no se cree en producto nacional, es sinónimo de aburrido), pero sí significativamente y por eso cada 365 días tenemos en escena “Uno al año no hace daño” o “El paseo”.

Que tire la primera piedra quien no se ha emborrachado, la ha pasado bueno y también ha metido las patas; que tire la segunda piedra quien no se ha lanzado a la aventura

de un paseo que se concibe como “dejémonos llevar y ya veremos”, inclusive, un viaje planeado que sale al revés, o que supera las expectativas, buenas o malas, pero altaneramente puede decirse, “viajé”.

Dejémonos de hipocresías, pero lo cierto es que este tipo de películas son las que se llevan el premio al “entretenimiento”, porque nos permite morirnos a carcajadas de lo que también hemos sido parte, y hay que ser conscientes que los colombianos somos gente sencilla con ínfulas de grandeza; la risa nos hace humanos, nos aleja de la esterilidad emocional, es una respuesta ante un estímulo que deja entrever que “soy así”, que lo que en algún momento fue “tragedia”, hoy es llanto de alegría porque nos afectamos positivamente con ciertas circunstancias que nos pusieron en ridículo, inclusive en riesgo. Los escritores románticos del siglo XVIII y XIX proponían una estética de lo grotesco, que pregonaba que en lo feo había belleza, que esta fealdad era sublime porque los aproximaba a lo desconocido mediante sus emociones y no a través de la razón; pues bien, la comedia surge en oposición a la tragedia, y al igual que los románticos, representa los defectos del ser humano y no por ello es dramático, no por ello debemos llorar en vez de sonreír; la risa o la vergüenza son reacciones y emociones expresadas.

Aunque Aristóteles en su poética exprese que la comedia es de “seres inferiores” dado a que se representa un defecto que hace ver al ser humano peor de lo que es, el mismo Aristóteles confirma que esto no tiene ninguna consecuencia, pero para nosotros sí la tiene: la risa, tal vez la expresión “baja” de la tragedia humana que muestra las acciones dramáticas del Hombre que debe afrontar su destino trágico para retornar la armonía al cosmos. La comedia no hace nada de esto, solo entretiene y nos hace sentir extraordinariamente seres comunes.

¿Qué ser humano planea la risa antes de reírse? Esta reacción es inevitable, es emocional, no racional; los seres humanos crecemos contenidos ante ciertas circunstancias porque no está bien visto o está mal visto; así que producciones como las de Dago García, dejan que se pierda la vergüenza de decir “a mí me pasó” y el interlocutor dirá, “a mí

también”, estableciéndose una relación de igualdad, por tanto, de cercanía e identificación con el otro.

He leído varias reseñas de las películas de Dago García, pero este artículo se centra en “Uno al año no hace daño 2”, y debo decir que en este país sufrimos de una enfermedad “degenerativa” que se llama “estrato”, y desde allí, algunas de estas “críticas” comienzan a construir, mejor, a destruir, el imaginario del colombiano. Entonces como se escogió de locación el barrio “Las Delicias” de Bogotá, la propuesta apunta hacia la ridiculización de los estratos 2 y 3. Pero es que no se ponen a pensar, que del dichoso estrato 4 al estrato-sférico, somos poco auténticos, porque “qué dirán” o “que tal y me encuentre con...” o simple “que oso”. Empleamos términos como “que ñero”, “malhablado”, “guiso” entre otras “despectivadas” bogotanas, pero nos cuesta reconocer que “ahí estamos pintaos” en esa película. Que levante la mano quien nunca ha jugado rana o tejo, o se ha tomado unas cervezas sentado en las lujosas sillas armadas con canastas de las mismas “birras” que se está tomando en el dichoso “Atajo”, o ha dejado empeñado un reloj o un celular para pagar la cuenta; peor aún, ha llegado a la casa de la niña que está conquistando a pedir plata prestada para seguir bebiendo.

Hay que aclarar que la literatura, el arte en el que se encuentra el cine, tuvo su pasado infortunado en el que solo algunos podían acceder a los placeres estéticos de una obra literaria o de una obra pictórica o escultórica; afortunadamente, el Renacimiento los impulsó e incluyó al hombre como parte sustancial de las historias, y el cine ha sido vital en este crecer de la humanidad, como testimonio de la belleza del ser humano, tanto con sus cosas buenas como malas. No he leído en ninguna de las “críticas” un verdadero punto de vista, solo opiniones, subjetividades que no dejan de ser la voz de un solo individuo; lo cierto es que la gente sigue acudiendo a ver cada 25 de diciembre “Uno al año no hace daño”.

Al igual que una obra de la literatura o una obra de arte, una película ya ha sufrido el desprendimiento del guionista, para que sus personajes, sus historias, comiencen a contarse por sí solas, pero esa decisión no está ni en el guionista, ni en el director, ni en el productor, está en el público que es el principal instrumento de evaluación y éxito de una película. Es el público el que, mediante juicios de valores, decide si lo que se está narrando visualmente le gusta o no; no en vano, la primera entrega de “Uno al año no hace daño”, con menos salas de exhibición y menos semanas en cartelera, superó por mucho a “Star Wars: el despertar de la fuerza”.

Por el momento, en este escrito, que ya no sé qué forma tiene (artículo, ensayo, comentario), quiero responder a la pregunta de investigación planteada por Marcos en la primera película: ¿Colombia es un país de bebedores? ¡Por supuesto!, como dicen los alumnos de mi esposa: “ganemos o perdamos, de todas formas, beberemos”, y no olvidemos que las vacaciones, un paseo, cualquier celebración, será un motivo para “jartar” con el amigo, el vecino, el familiar o con el que sea; el guaro, la birra, el guarapo o cualquier trago en este país, hace parte de la canasta familiar.

SESIÓN 6

SUAVE EL ALIENTO

<http://www.granodecine.org.co/busquedaslargometraje/sesion6>

Suave el aliento

Análisis del largometraje

Por: Jairo Estrada

Escuela de Cine y Fotografía Zona Cinco

Nacen iniciativas, se consolidan acuerdos, se unen esfuerzos y se logran metas: así es como se genera otro espacio para ver, oír, discutir y apreciar el cine colombiano. A esta amplia cadena de esfuerzos se suma la Escuela de Cine y Fotografía Zona Cinco con el docente, guionista, director y productor Jairo Estrada, para brindar a los estudiantes y comunidad en general, un espacio de proyección del largometraje ***Suave el aliento*** del realizador bogotano Augusto César Sandino, que permitió analizar su película desde todos los ángulos.

Todo esto sirve de pretexto para la bella labor de formar al público, el mismo que esperamos sea principal financiador de una futura y creciente industria cinematográfica, de la cual carecemos actualmente. Entonces, contengamos EL ALIENTO y vamos SUAVE que tenemos prisa por disfrutar de ese paseo que afortunadamente todavía nos brinda el cine.

Esta historia, sus personajes, ese clima decolorado que da la sensación de estar viendo una película a blanco y negro, ese audio parsimonioso sin saturaciones musicales ni

ruidos ambientes más allá de los niveles normales, y ese abarrotado entorno de puertas, ventanas y parques enrejados, nos deja calmados, con el aliento mesurado y la energía necesaria para reflexionar sobre la familia, el amor, el prójimo, sobre el futuro, sobre el pasado y sobre nosotros mismos. Sandino logra crear una acertada radiografía de lo que es la vida en Bogotá, o por lo menos el día a día de una familia promedio de cualquier parte del mundo, que por el agite diario buscando el futuro, no saborea el presente.

Pero más allá, cruzando las fronteras de lo regional y exponiendo elementos que lo hacen universal, se debe resaltar que es un relato fiel a la realidad de una sociedad que vive más preocupada por un celular que por una conversación padre e hija, entre muchos otros ejemplos. Esa escena en la que el personaje de Rafael intenta entablar una conversación con su hija mayor, resulta muy apabullante, ya que es tan verosímil como la propia realidad, pues la joven está más pendiente de chatear con su novio y definir un paseo fuera de la ciudad, que de compartir con su padre, con quien seguro tiene la misma relación que con sus otros dos hermanos: distante. Así pues, la realidad supera la ficción.

Demos un orden a la evolución de esa esa cadena circular que nunca se rompe, o que por lo menos en esta película promete repetirse generación tras generación. Este largometraje cuenta la historia, en lo que me dará la licencia de llamar, triple paralelo: la madre-la abuela Dolores (**Vicky Hernández**), el hijo-el padre Rafael (**Alberto Cardeño**) y la hija-la nieta Laura (**Camila Ariza**), los tres condenados a repetirse día tras día, a ir y venir en ese bus municipal o intermunicipal, en ese vaivén del aire que, aunque cambia de rumbo, sigue siendo el mismo aire. Esas vidas monótonas, frías, opacas, donde las circunstancias hacen mella en cada uno y en quienes los rodean.

Comencemos por reflexionar sobre el pasado, ese en el que Dolores, la abuela, de seguro fue tan permisiva con Pedro (**Gustavo Angarita**), pues nunca se dio un lugar como mujer, ya que jugó a ser la amante. Esa que, a lo mejor por miedo, por falta de carácter o por inocencia, nunca tuvo el valor para formar un hogar serio, sólido y estable con Pedro. Él, por su parte, evidentemente sí formó una familia con unos hijos, que él mismo espera

lleguen como buitres el día de su muerte a ver que ha dejado en su lecho. Ahora, en el presente, cuando ya los años han hecho mella en Dolores y Pedro, cuando ya el camino que queda por recorrer es corto o por lo menos no tan largo como el del hijo o el de la nieta, es cuando Dolores ya no quiere recibir lo que hace muchos años pidió o tal vez exigió: Estabilidad, una posición, una familia. ¿Ya para qué? ya el aliento es mesurado, ya el brío de la vida no da para tanto. ¿Ya para qué ser la esposa? ya se acostumbró a disfrutar siendo la amante, la de la visita cada ocho días o cada mes a las afueras de Bogotá, esa Bogotá de la cual ya no se podrá escapar jamás, pues, ¿ya para qué? Y así, como en el relato de Humberto D, de Victorio de Sica, donde la vida se acaba y no hay más alternativa que verla ir en compañía de una tierna mascota, aquí, en Suave el aliento, la despedida de Dolores y Pedro está por llegar. Así como vivieron, así han de morir: separados.

Siguiendo con el otro eslabón de la cadena, esa que promete no romperse, está Rafael, el padre. Él, con ese mismo rol de la madre, ese rol desubicado, sin la estabilidad que brinda la familia, o por lo menos esa estructura de familia que clásicamente conocemos, o que simplemente añoramos: una familia unida bajo un mismo techo. Rafael representa a ese hombre exitoso venido a menos. Sin detalles y solo con pistas, podemos deducir que él fue un deportista reconocido, con estabilidad, con fama, con admiración, esa admiración que enamora más que el dinero. Esa que no solo le permitió embarazar a tres mujeres y a lo mejor hacerlas sus esposas, sino que ahora, en el presente, le permite tener de compañera a una bella y joven mujer, solidaria, cómplice y sin duda muy enamorada. Esa es Susana (**Isabel Gaona**), quien a pesar de conocer de su enfermedad *-que no es difícil de deducir-* lo ama, lo apoya y lo cuida. Pero él y su mente ¿dónde está? O mejor, ¿con quién está? ¿Con sus hijos? ¿Con esos amores que ya lo dejaron a un lado? ¿A un lado como tal vez su madre, Dolores, una vez también lo estuvo? Son muchas preguntas y pocas las respuestas *-o por lo menos exactas, verídicas-*, pero sí muchas las elucubraciones que nos permite sacar el desarrollo, la no evolución de Rafael, un hombre que, a pesar de no ser un anciano, parece reconocer que no es mucho lo que la vida le tiene separado. Rafael, un hombre que sin duda hizo muchos intentos por formar un hogar, por consolidar una familia, por dar a sus tres anteriores mujeres lo que la actual le pide: un hijo. Pero él ya no quiere.

Pues sin duda ese miedo de no saber si el cuarto hijo le saldrá tan distante como los tres primeros, lo hace alejarse de toda idea de ser padre de nuevo. Y eso que no hemos preguntando ¿dónde está el padre de Rafael? Respuestas podría haber muchas, pero a lo mejor él tiene su propia respuesta representada en sus hijos: para qué traer más a este mundo, a esta fría, gris, lenta y enclaustrada metrópolis que cada vez lo aleja más de quienes evidentemente ama: su familia, su niña que hoy cumple 15 años, su chinita pendiente del celular y su pequeño hijo que se va con el tío a USA, porque él no fue capaz de producir más que hijos. Ya no hay plata.

Para cerrar la cadena, más no para cortarla, aparece Laura (**Camila Ariza**), la hija, la nieta, la adolescente que sin duda alguna repite los mismos errores que padre y abuela ya cometieron: Traer hijos al mundo, tal vez, sin haberlos deseado. Laura añora, como su abuela, en su momento, estar al lado de una pareja que a lo mejor no será con la que pase el resto de sus días cuando llegue a la vejez, si es que llega. Es claro que “Gomita”, como la llama su también adolescente novio, no aprendió de los errores de sus padres y de su abuela. Pero tranquila Gomita, pasa en las grandes y pequeñas ciudades, pasa en la fría Bogotá, pasa en cualquier familia, pasa en todo el mundo. Es claro que Laura, a pesar de su juventud, de ese aún presente arrojo que dan los prematuros años, lleva la vida con el menor aliento posible. Es evidente que sus energías, o por lo menos en lo que nos cuenta la película, van de capa caída, detrás de su novio, de quien ella cree es el amor de su vida. ¿Lo es? A lo mejor lo mismo pensó su padre Rafael, con cada una de las mujeres con las que tuvo sus hijos. A lo mejor lo mismo pensó su abuela Dolores con Pedro. A lo mejor lo mismo pensamos todos. Esa es la ciudad, ese es el mundo, esa es la vida. Un espacio para equivocarse, para experimentar, para aprender, y para algunos, para nunca dejar de repetir los errores. Tal cual así así son las familias, tal cual así somos.

Suave el aliento logra generar emociones particulares en el espectador. Para algunos es el espejo en el que se ven a futuro, para otros es fiel representación del recuerdo, del pasado propio, de algún familiar o amigo. Esta poco pretenciosa película, hecha con

limitantes de presupuesto y bajo la modalidad de cine cooperativo, logra ver la luz con dignidad. Con una puesta en escena muy madura y muy clara, donde la planimetría y movimientos de cámara no pretenden ser ostentosos ni nada diferente a contar una historia sin sugestionar con efectos visuales o con cualquier otro artilugio técnico con el que en la actualidad se cuenta.

Llama la atención gratamente, la composición de planos donde se acude al cuadro dentro del cuadro. Para ser más exactos me refiero a las muchas escenas en las que los cuadros-marcos de las ventanas, de las puertas, de los espejos, de las estructuras del set, bordean y rodean a los personajes. Ellos siempre están dentro de un cuadro que a su vez está dentro del encuadre de la cámara. ¿Será acaso una forma de marcar añoranza a ese cuadro familiar? ¿A ese bello retrato que todos queremos tener? Pero en ***Suave el aliento*** no se logra crear esa imagen uniforme de la familia unida, ese marco dónde confluir, así sea por un solo momento. No se logra porque esa familia, como tal vez muchas en el mundo, ya no existe.

Y este es otro punto en el que considero que el director se la juega muy bien: contar una historia sobre la familia, que se entienda que cada uno de los personajes principales hacen parte de la misma familia, pero en ningún momento interactúan como familia. O por lo menos así se desarrolla la línea de Rafael y de Dolores, donde sabemos que son madre e hijo, pero nunca se cruzan, nunca están en la misma escena, en el mismo set. Inteligentemente el director logra llevar a la abuela a la casa de Laura, cuando busca un arreglo de cabello que le hace Amalia (**Shirley Martínez**), la madre de la adolescente, quien es esteticista. Pero la abuela no interactúa con Laura. De la misma manera es interesante ver cómo el hijo de Dolores visita a su hermano Rafael en su casa para prestarle solo trescientos mil pesos, los cuales le ha de pagar a fin de mes. Sabemos que este es el hermano de Rafael, hijo de Dolores, el buen samaritano, que a lo mejor mes a mes le salva la patria con pequeños préstamos, así el negocio esté mal. Este es el mismo hijo que en casa de Dolores se toma el jugo a las carreras. Así vive el hermano, a las carreras, particular

contraste al de su hermano Rafael, quien ya no tiene aliento para vivir con el mismo acelerere.

Estos personajes, la madre, el hermano, que de nuevo me daré la licencia de llamar entrelazadores, juegan un papel muy interesante en la narrativa, que no sabemos si por diseño del guion o por obligaciones de producción, nunca puso a actuar en la misma escena a Vicky Hernández con Alberto Cardeno o con Camila Ariza. Pero finalmente logró mostrarnos tres generaciones de una misma familia, cada una con su propio camino, con sus propios fracasos, con sus propios alientos. Ingenioso, a mi modo de ver, pues es muy claro y grato cómo solo aquellos personajes secundarios terminan hilando, atravesando, los tres escenarios, las tres edades, las tres estaciones, y unificando en términos de la insinuación, de la sugerencia, lo que la imagen no muestra: una familia bajo un mismo techo. Y no la puede mostrar porque esta familia ya se separó y para cómo están las cosas, se duda mucho que se vuelva a unir.

Es interesante mencionar cómo la fotografía no se va de lleno al blanco y negro, decoloran la imagen para llegar a esa sensación pálida, desgastada, como el mismo Sandino lo afirma: *“de esculcarle los cajones a mi abuela me encuentro fotografías viejas en donde se ha ido como diluyendo el color, entonces yo dije, esta es una película tan cotidiana, tan común y corriente, que yo quiero que tenga un elemento cinematográfico diferente, apelando a esa sensación que me generó ver esas fotos con esos colores diluidos y gastados, pensé darle ese look, esa estética a la película”*. Y Sandino logra transmitir ese desgaste, esa monotonía de ciudad. Una ciudad, un barrio, unas casas y apartamentos que se caracterizan por la constante aparición de rejas en las ventanas, en las puertas, en las calles, esas rejas que a lo mejor simbolizan ese encierro al que está condenado cada uno de los personajes. ¿Al que también estaremos condenados todos nosotros con el sonambulismo del día a día?

Ahora salgamos de lo artístico, de lo poético, de esa magia que a los contadores de historias nos gusta acogernos, de ese aprovechamiento que tomamos cada vez que nos sueltan un teclado de computador o nos encienden una cámara. Después de la titánica labor del guionista, de crear una historia. Después del trabajo del productor buscando la financiación, reuniendo a los profesionales idóneos, de lidiar con genios, caracteres, egos y anti egos, de solucionar antes que desarrollar. Después de la bella labor del director de contar esa creación. Después de horas y horas de montaje, sin contar las horas y horas de rodaje, de luces, cámara acción. Después de todo eso queda la película. Pero entiéndase bien que eso de llamarla película es meramente la costumbre, la añoranza por ese amor a lo artesanal, a lo esencial del cine. Es que ya poco se rueda en película, en celuloide. Ahora lo digital manda, determina, pues es la opción más económica. Ahora esa película es digital, sí, eso que llaman cine digital. Después de semejante periplo para rodar y hasta de sufrir para conseguir el diseño del poster-afiche, de pelear con la impresión, de tener la obra maestra, sea ópera prima, segunda película, tercera, cuarta, o cientos. Después de tanto, después de no ser mucho, pasamos a ser poco.

Así es, ha llegado la etapa de la promoción, distribución, exhibición y comercialización. Ahí, tantos sacrificios, tantos esfuerzos, tantas glándulas tiroideas afectadas por el estrés, pierden su motivación. Es ahora el destruidor el que decide. Es él quien tiene la potestad de aceptar o no la representación de la película, inclusive de decidir qué escenas quitar o agregar al corte final. Pues sí, es él.

Es que en la NO industria colombiana, al igual que en la SÍ industria internacional, sin la representación de un distribuidor, el exhibidor no nos puede dar la cita, no nos puede visualizar la película, no nos puede exhibir. Pero no todos los distribuidores son los malos de la película, hay de todo en la villa del señor. Cada uno cumple una función en la cadena alimenticia del oficio de contar historias y de vivir de ellas. Pero así es, si un distribuidor no representa tu película podrías estar perdido, podría la película nunca “ver la luz” por lo menos en salas de cine, y ahí se quedas, dependiendo, de otras plataformas.

Pero avancemos en positivo: si se logró enamorar al distribuidor, se pactaron porcentajes de participación y recaudo después de salir en teatros, o sea, lo que quedó en taquilla, ahora sigue el baile con el exhibidor, la sala de cine. Este exhibidor, a lo mejor porque le gustó tu producto, porque le caes bien, o porque le quiere hacer un favor al distribuidor, termina por aceptar exhibir tu película. Pero en muchos casos y por ser un cine conocido como autor, o cine arte, caso tal cual, de *Suave el Aliento*, terminas siendo programado para fechas, salas y horarios a lo mejor muy complicados. O en otros casos, espacios a los que solo irá tu familia por darte apoyo, y eso, si es que te llevas bien con tu familia, si es que no dañaste la relación mientras rodabas. Pero pensemos que familia y amigos es lo que tenemos. Debemos hacer que vayan a las salas de cine, que paguen la boleta, y ojalá que sea el primer fin de semana, pues ese es el definitivo, porque si la taquilla no marca buenos ingresos ese primer fin de semana, sales de cartelera y lo que no se recuperó en salas de cine en nuestro territorio, en nuestro país, muy difícilmente, por no decir imposible, se recuperará en salas de otros países.

Pero es muy importante entender que somos cada uno, un eslabón, en esta cadena de contadores de historias, de transportadores de sueños. Cada uno cumple una función: productor, distribuidor, exhibidor. Cada uno se monta en su película para ganar, para no quebrar. Y eso también lo debemos entender. Si tu cine, tu historia, tu película no es lo que mueve a las masas, no es la que más factura, no tiene por qué ocupar una o varias salas donde pueden estar otras que sí facturan. Entonces debes ser consciente y buscar otros espacios de exhibición, acordes a tu producto. Ese es el negocio, esa es la realidad. ¿Quién abre un negocio para quebrar? Por eso, gracias a esta cadena comercial por existir.

Particular el caso de *Suave el aliento*, que llegó a salas de cine con 7 copias, distribuidas en Cine Colombia, Cinepolis, Procinal y otros, impactando a 2.369 espectadores. Ante este corto brazo recaudador se evidencia como no hay efectividad en la

taquilla, o por lo menos un retorno que justifique la enorme inversión de dinero, tiempo y energía. A estos bajos resultados económicos se pueden sumar muchas hipótesis.

Primera hipótesis: Campaña promocional débil, ¿y cómo ser fuerte si el presupuesto es bajo? ¿Si escasamente se consiguió la plata para rodar? Cruel realidad de la mayoría de largometrajes y cortometrajes en Colombia.

Segunda hipótesis: eran muy pocas copias en muy pocas salas, en malos horarios y desventajadas ubicaciones.

Tercera hipótesis: que no se contó con el apoyo de un canal de televisión que hiciera un buen despliegue de cobertura en medios. Y podríamos seguir enumerando los múltiples factores de responsabilidad de la baja asistencia a las salas de cine.

Mi opinión, muy particular, es que todas las anteriores razones son tan válidas como inválidas, pues, repito: para mí, lo que siempre prima, reina, lleva la batuta es el **CONTENIDO**. Esa historia, esos personajes, esa trama, eso que genera la identificación con el público, la empatía, el reflejo de lo que somos o queremos ser. Esa es una realidad que considero, no se puede obviar tan fácilmente. Una película de cine arte o cine autor, por muy buena que sea, por muy linda que quede, jamás, o por lo menos en Colombia, se verá en vísperas de recaudar más taquilla que una película de corte comercial, casi siempre llamada comedia.

Y es que no tenemos que ir muy lejos para que la realidad de nuestras películas nos ratifique el deseo de consumo del público. En el año 2004 fue estrenada la película ***María llena eres de gracia***, del director ***Joshua Marston***. Después de unas cuantas semanas en

salas, salió de cartelera y otra película de calibre comercial, llámese de Hollywood o de donde sea, llegó a ocupar su lugar sin que nadie extrañara a María. El mismo año, su protagonista Catalina Sandino fue nominada al Oscar. Esto fue como un bálsamo para nuestro cine, pues de inmediato se despertó el interés de mucha gente, en especial del exhibidor, quien se dio a la tarea de programarla de nuevo en salas de cine. Ahí, no se necesitó de más que sentirnos ganadores de un Óscar para ir a las salas de cine. Pero a pesar de semejante pantalla de promoción y de la estatuilla haciéndonos ojitos, este largometraje solo alcanzó 150.000 espectadores. Buena cifra para otro tipo de negocio, pero para lo que costó realizar esta película, no fue tan rentable, *-claro, a no ser que esas fueran las proyecciones económicas de los productores-*.

Otro caso, mucho más reciente, es el del largometraje ***El abrazo de la serpiente***, del director ***Ciro Guerra***, el cual llegó a salas de cine en el año 2015, estuvo más de un mes en cartelera y deslumbró por su excelente temática y narrativa cinematográfica, hasta que salió de salas sin grandes logros en taquilla. También fue nominada a los premios Óscar como mejor película de habla no inglesa, sin mencionar con que ya había ganado el premio Art Cinema en la sección Quincena de Realizadores del Festival de Cine de Cannes. Pero eso al público poco le importó, pues se registró solo 111.481 espectadores, para un largometraje que costó más 1.5 millones de dólares. *-De nuevo aclaro que no sé cuáles fueran las proyecciones económicas de los productores-*. Y podríamos citar muchos más ejemplos, pero no tenemos tanto tiempo.

Esto me ratifica en que nuestro cine puede tener la publicidad más grande del mundo, como lo es una nominación a los Óscar, pero si no es la historia que la masa quiere ver, de nada sirve, porque la razón será la misma: no es la historia que nos divierte o que nos identifica. Y si no llena salas no factura y si no factura, no recupera inversión y si no retorna el capital, no se puede hacer la siguiente película. Y con esto damos pie para ahondar en el tema de los costos.

Hacer un largometraje, por lo menos en Colombia con los costos de usos y costumbres del mercado, puede oscilar desde la más económica: \$ 500'000.000 hasta la más alta y facultada por la dirección de cinematografía en su resolución como proyecto cinematográfico nacional, que está por encima de los \$ 5.000'000.000. Claro, pueden y hay largometrajes por debajo de los quinientos millones de pesos, pero son casos excepcionales y con muchas limitantes en su etapa de promoción y distribución. Y es allí donde se puede gestar la pregunta: ¿Y cómo tener una campaña promocional fuerte si el presupuesto es bajo? ¿Si escasamente se consiguió la plata para rodar? Cruel realidad de la mayoría de largometrajes y cortometrajes en Colombia.

El costo de cada largometraje está sujeto al tipo de historia, a las necesidades de producción y al interés de la casa productora, la cual pone en juego enormes capitales, que en muchas ocasiones son insipientes para lograr la atención del espectador. Aun no es negocio hacer cine en Colombia, y no lo será hasta que no tengamos industria.

Y a la pregunta ¿por qué no somos industria? Pues bien, industria, es aquella actividad económica auto sostenible, aquella que invierte unos recursos-capital, produce un producto o servicio, lo pone en el mercado, lo vende, lo monetiza, recupera la inversión, saca la utilidad y en algunos casos, sigue quedando capital para reinvertir. Ahí tenemos autonomía, ahí tenemos producción, ahí tenemos industria.

Pero en el caso del cine colombiano las cosas son a otro precio. En nuestro país, a pesar de la ley de cine 814 de 2003, la cual, aclaro, es una gran herramienta para financiar una producción cinematográfica, pero no es del todo suficiente. Y ni que decir de la ley 1556 del 2012, la cual es también una ayuda, pero un poco más difícil de seguirle las reglas, pues los costos de inversión son mayores. Después de estas herramientas para financiar un largometraje, que en la mayoría de casos no genera la inversión total. O sea, el 100% de lo que se necesita, no siempre se consigue a través de inversión y/o donación amparada en la

ley de cine. En muchas ocasiones, por no decir todas, se debe salir a buscar otros patrocinios. En algunos casos, llamémoslos exitosos, se logra conseguir ayudas estatales, como lo es el FDC (Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, de la dirección de cinematografía del ministerio de cultura de Colombia). Entidad que con recursos estatales y mediante convocatorias anuales otorga dinero para la producción cinematográfica. Pero es de aclarar que no son más de 8 largometrajes los que una vez por año obtienen dichos auxilios, ya que los recursos del fondo, evidentemente, no pueden apoyar la enorme lista de proyectos que buscan financiación. Y eso que solo estamos centrados en analizar la producción de largometrajes. Existen muchos otros formatos que auspiciar como cortometrajes, etapas de promoción y distribución, escritura de guiones, etapas de desarrollo, etc.

Pero paradójicamente lo que para algunos es un premio, para otros es una desdicha, pues el recibir estos estímulos económicos, que repito, no logran llegar a cubrir el 100% de lo que se necesita para producir una película, en muchos casos, termina agotándose antes de conseguir el resto de la financiación, y al final ni se rodó, pero el dinero sí se gastó y ante el estado, como debe ser, ya quedas con un compromiso adquirido, pero no cumplido. Entonces es en estos casos donde se tiene que acudir a sumar los dineros del FDC, con aportes de terceros recibidos gracias a ley de cine, y si hace falta se vende emplazamiento de producto, pero si no se administra bien, puede llegar a convertir el producto de ficción o documental, en un enorme producto de publicidad, ante lo que las autoridades audiovisuales pueden objetar y negar la nacionalización de tu película y por ende no podrás entrar a salas de cine a buscar recuperar el dinero invertido.

Pero siendo siempre positivos, digamos que se sumó el dinero obtenido del FDC, más los aportes por ley de cine, entra otro poquito de plata por un mesurado Product Placement, y echemos a la vaca, los ahorros de toda la vida. La película se puede rodar y hasta se logra exhibir, pero como ya lo demuestran las estadísticas, en la mayoría de los casos no se logra recuperar ni el 50% de lo invertido. Es ahí donde no solo no hay para

hacer otra película, sino que ya se debe media película, que puede desencadenar en problemas legales, financieros y jurídicos para el productor. Ahora, si quieres volver a intentar hacer otra película, pues debes esperar una nueva convocatoria del FDC, la cual es anual. Volver a gestionar recursos con ley de cine, y casi siempre, quien te invirtió dinero una vez, muy pocas veces vuelve a invertir. Pero tranquilos que no es tan dramático como suena; se puede hacer bien, pero hay que hacerlo siempre bien. No podemos dejar de reinventarnos y buscar siempre la mejor salida.

Pero ante una posibilidad negada, muchas alternativas puestas: No solo de la taquilla en salas de cine, viven las películas. También existe, y de forma vitalicia, la posibilidad de vender la película a canales de Tv. plataformas OTT, Internet, home video, cine clubes, circuitos cerrados como aerolíneas, cruceros, hoteles, etc. Y durante muchos años.

Una película es una representación de un cúmulo de seres vivos que trabajaron con cuerpo, alma y corazón para que existiera, y mientras haya vida, habrá posibilidad, habrá alternativa.

Estas son pues, parte de las conclusiones que nos deja esta bella película. Gracias a ***Suave el aliento***, porque así queda el espectador al finalizar el largometraje: Suave.

Y que como reflexión nos quede que colombiano no está consumiendo cine colombiano, es por esto que NO tenemos industria cinematográfica.

SESIÓN 7

LA TIERRA Y LA SOMBRA

<http://www.granodecine.org.co/busquedaslargometraje/sesion7>

La tierra y la sombra: semblante de un largometraje²

Por Juan David Cárdenas

Universidad Javeriana

El domingo 24 de mayo de 2015 el cine colombiano recibió su reconocimiento más importante hasta el presente. *La tierra y la sombra*, de César Acevedo con producción de Burning Blue, recibió la Cámara de Oro en el festival de cine de Cannes. Galardón que en el pasado han recibido directores del renombre de Jim Jarmusch, Jafar Panahi o Naomi Kawase.

Esta película, proyectada dentro de la Semana de la crítica del festival de la costa francesa, ofrece el semblante de una familia destruida por la ausencia del padre, la amargura acumulada de la madre y la muerte anunciada del hijo, producto de las inhumanas condiciones en que él ha vivido como cortero de caña en algún cañaduzal del norte del Valle de Cauca colombiano. *La tierra y la sombra* se concentra en un grupo familiar de escasos recursos fisurado por su propia historia de egoísmos y resentimientos, y las difíciles condiciones materiales que han hecho imposible cualquier transformación. En esta medida, se trata de una película en la que el encierro, incluso al aire libre, atraviesa la totalidad del relato y de las situaciones. Los personajes están encerrados en sus propias emociones, de ahí que el silencio y el letargo se vuelvan sintomáticos de un mundo en el que los

² Texto escrito por Juan David Cárdenas. Realizador de cine y televisión y filósofo. Ph. D. en Philosophy, Art and Critical Thought (PACT) de la European Graduate School (EGS – Suiza). Docente de las Maestrías en Escrituras Creativas de la Universidad Nacional de Colombia y en Creación Audiovisual, de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá.

personajes se han negado a establecer contacto con su mundo circundante. En palabras del mismo director esto se expone así: “Desde el principio supe que no quería hacer un filme que tuviera su forma en el realismo sino que apuntara más a lo poético. Los personajes no hablan tanto porque viven en un encierro no solo físico, por la casa y el lugar, sino emocional” (El Tiempo, 2015). La película de Acevedo le apuesta, entonces, a una estética de planos largos, de pocos diálogos y de acciones pausadas pero llenas de sensibilidad. Entre el letargo y la contención, los personajes de esta película experimentan el encierro emocional al que conduce su impotencia. El esfuerzo por reestablecer los vínculos familiares choca con la incapacidad de los personajes para apropiarse de las circunstancias, lo cual desemboca en una atmósfera sofocante en la que el encierro alcanza el nivel de condición existencial.

Así, la *Tierra y la sombra* se ubica entre dos aguas; por un lado, explora las posibilidades poéticas de un cine muy afectivo, en el que la duración y los silencios apuntan a la construcción de imágenes y de atmósferas y, por otro lado, se inserta dentro de la tradición más realista del cine colombiano que se refiere a situaciones sociales concretas a través de recursos más bien cercanos a la estética del documental. En la película de Acevedo, la estilización fílmica y las preocupaciones estético-políticas conviven al modo en que, típicamente en el arte moderno, la autonomía y la heteronomía de la obra artística se tensan. Jerónimo Atehortúa lo formula así: “Sin duda, al hablar de *La tierra y la sombra* hay mucho que interpretar, mucho que reflexionar. Está por supuesto su política textual de sensibilidad social, en tensión con su política subterránea de claros tintes melancólicos y románticos. Pero están también sus imágenes y sonidos de gran riqueza plástica y fuerza estilística que nos interpelan de forma muy distinta. Ambos aspectos que parecieran estar en estratos distintos de la película, se cruzan, se superponen y chocan en no pocas ocasiones, dando lugar en el espectador a una sensación de perplejidad. La tierra y la sombra exhibe una clara tensión entre su vuelo poético afincado en la tradición del cine moderno, para el cual se propone una lectura puramente sensible, a veces cinéfila, de la película, y su contenido social y político que denuncia la erosión de los modos de vida tradicional por obra del bendito progreso” (Atehortúa, 2015). Entre la política de la estética

de lo social y la estética de las sensaciones, *La tierra y la sombra* ofrece una obra que logra muy bien mezclar formas ya conocidas de la cinematografía nacional con referencias fílmicas de latitudes bien lejanas.

En entrevista realizada a Diana Bustamante (Grano de cine, 2018), productora de la película, ella insiste en la deuda que tiene el filme con el cine de Europa del este. Autores como Bela Tarr, Sokurov o Andréi Tarkovski fueron referencias directas que se tuvieron en cuenta a la hora de pensar la puesta en escena y el montaje de la película. En ellos, como en *La tierra y la sombra*, según Bustamante, la precisión estética y la riqueza emocional no pelean. Se trataría de una cinematografía en la que el deleite estético refuerza una emotividad que, aunque contenida, resulta abrumadora para el espectador. La aparente aridez estética, en este caso en especial, no era sinónimo de incapacidad de afectación. Por el contrario, era el síntoma de una emotividad sosegada pero penetrante. Al modo de aquellas obras que nos acompañan por días como una sensación corrosiva de la que no podemos desprendernos. *La tierra y la sombra* no evita la emoción, más bien, la construye más allá del código del melodrama o del cine *mainstream*. Esta estética de la sutileza logra, en consecuencia, una afectividad silenciosa y penetrante que se aferra al alma del espectador sin anunciar *a priori* sus efectos. Esto acerca la película de Acevedo más a los efectos estéticos asociados a ciertas composiciones musicales que a los efectos que produce un relato estructurado con sus tiempos ya calculados para el suspenso y la sorpresa. Hay emoción, pero ella no es consciente, no depende de mecanismos ni causales, ni lógicos para su digestión.

No obstante esta influencia foránea, esta película no supone un caso aislado dentro de nuestra cinematografía reciente. Podría decirse que *La tierra y la sombra* es, más bien, el resultado depurado de una tendencia reconocible en el cine colombiano de los últimos años. Películas como *La sombra del caminante* de Ciro Guerra (2004), *El vuelco del cangrejo* de Oscar Ruíz-Navia (2009) o *La sirga* de William Vega (2012) son antecedentes obligatorios para comprender el éxito en Cannes de la película producida por Burning Blue. En su blog,

La pajarera del medio, Pedro Adrián Zuluaga ubica *La tierra y la sombra* dentro de la tradición cinematográfico-literaria que se ocupa de las fuerzas míticas, arquetípicas, de la casa y del viaje. Hay que recordar que *La tierra y la sombra* empieza con el regreso a casa, el desplazamiento por retorno, de un ausente por años. En palabras del mismo Zuluaga: “La interacción entre casa y viaje (entre dejar la casa y volver a ella) está presente en muchas películas recientes. Pero la casa arquetípica a la que vuelven una y otra vez los directores colombianos, por medio de personajes que con frecuencia regresan de un viaje o están en tránsito o han sido desplazados, es una casa en ruinas, devastada por el tiempo y su violencia. Una casa deshecha que hay que reconstruir (con frecuencia en otro lugar) sin que se sepa muy bien cómo ni para qué” (Zuluaga, 2015). Es largo el linaje de obras filmicas de la última década dedicadas al problema de la casa y el retorno a un paisaje enrarecido. *La tierra y la sombra* de César Acevedo, dialoga con esta tradición para depurarla perfeccionándola al grado de haber significado el más alto galardón cinematográfico en la historia fílmica del país.

Podríamos incluso caracterizar una cierta tendencia del cine colombiano de la última década como una cinematografía de lo natal en peligro. Cinematografía que ha sido muy bien acogida por los festivales internacionales más renombrados. Desde Cannes hasta Rotterdam estas películas recibieron sistemáticamente el reconocimiento que permitió hablar, como es usual en el seno de los festivales ávidos de novedades singularizadas, de algo así como una nueva ola del cine colombiano. Festivales que ante el cambio generacional de los últimos dos años han dejado de lado a nuestra cinematografía³.

Este cine de lo natal en peligro se caracteriza por ofrecer una idea de la casa, del terruño, que ha sido enrarecida a causa de la irrupción de fuerzas intrusivas del afuera que

³ Películas notables como *Días extraños* de Juan Sebastián Quebrada (2015) o *Adiós entusiasmo* (2017) de Vladimir Durán, jamás podrían entrar dentro de los circuitos internacionales en los que entró este tipo de cine nacional que tiene a *La tierra y la sombra* como su exponente más significativo. Al modo de la cinematografía iraní de los años noventa o del cine rumano de inicios de este siglo, el cine colombiano relampagueó en los festivales y mercados internacionales para dejar una estela cuya sombra sería difícil de superar por las películas de las nuevas generaciones que, como sea, dependerían de ella.

la ponen en crisis al riesgo de desintegrarla. Desde la romantización del nativo, sea selvático o costero, a manos del cine de Ciro Guerra, a la reivindicación del campesinado ante la amenaza de la urbe, en obras como la de Rubén Mendoza, William Vega u Oscar Ruíz-Navia, esta cinematografía insiste en la idea de que la modernidad entraña en su propio seno la amenaza de exterminio de la identidad de los pueblos que indefensos buscan sin éxito los medios de su supervivencia. Lo natal en peligro supone la dicotomía entre el adentro y el afuera, entre lo propio y lo ajeno, entre lo puro y un agente de desintegración.

El mérito de *La tierra y la sombra* consiste en depurar esta sensibilidad para complejizarla. Esto ocurre a un grado tal que en su relato las fronteras entre el adentro y el afuera se enturbian de tal forma que la misma comunidad, con los líderes de los corteros de caña a la cabeza, comprende su propia exterioridad en su interior. La película de Acevedo expone un sustrato social donde los nativos llevan dentro de sí el germen traicionero del foráneo, la ambición del extraño usurpador. De esta forma, lo más propio se torna lo impropio, complejizando versiones menos interesantes de esta contienda. Además, las decisiones estético-afectivas de la película permiten encontrar en ella el grado más alto de refinamiento cinematográfico dentro de esta tendencia. Zuluaga lo expone así: “Tengo la sospecha de que *La tierra y la sombra* es la decantación de este medio ambiente, la película que logra tomar estos hilos sueltos que están en el cuerpo social y diseminados en una filmografía reciente y someterlos a un rigor estilístico, a un diálogo consciente y afortunado con el estilo internacional del cine de autor. Lo que en muchas películas anteriores aparecía entrecortado, a veces excedido o a veces deficitario, aquí aparece en su justa medida, gracias, por ejemplo, a esos planos y encuadres de extraordinaria densidad temporal, espacial y emocional” (Zuluaga, 2015). Vale la pena recordar que este mismo año, 2015, otra película, *El abrazo de la serpiente* de Ciro Guerra, asociada a esta tradición de lo natal en peligro, alcanzó el más alto reconocimiento del cine nacional en el marco de los premios Oscar de la academia.

Parece que el cine colombiano logró construir una impronta y la perfeccionó. Se corre el peligro, entonces, de que a futuro esta impronta conduzca menos a una potenciación de nuestro cine venidero que a un empobrecimiento por imitación de una forma consolidada como estilo oficial y, en consecuencia, dominante. Estamos ante el riesgo de oficializar una estética como la forma de lo cinematográfico nacional y hay que advertir que ello es tanto responsabilidad de los realizadores venideros como de los centros de financiación y de exhibición cinematográfica. Tanto el Fondo de desarrollo cinematográfico (FDC) como los festivales internacionales son susceptibles de oficializar este modelo. Es entonces necesario lanzar esta advertencia. Parece que este relato de la casa idealizada, de la memoria preservada poéticamente, se impone como el nuevo modelo estético de producción cinematográfica apoyado en los aplausos del gusto internacional. Todo logro trae consigo su peligro.

Sin embargo, *La tierra y la sombra* no es sólo la manifestación depurada de un linaje estético, lo es también a nivel de la producción cinematográfica. La película de César Acevedo fue realizada según los parámetros de producción de una generación de realizadores que crecieron profesionalmente a la par que se iba consolidando el modelo de producción dependiente de los estímulos del Fondo de desarrollo cinematográfico (FDC) existente desde 2003 y a partir del cual la cinematografía de los últimos quince años ha llegado a ser lo que es. La ley 814 de 2003 ha sido la condición legal y material de posibilidad de consolidación del tipo de cinematografía dentro de la cual la película ganadora de la Cámara de Oro en Cannes encuentra un lugar privilegiado. Desde inicios del siglo en curso, la cinematografía nacional ha encontrado mecanismos de producción heterogéneos que dependen, la mayoría de las veces, de la mezcla de fondos públicos, privados e internacionales para su financiación. Con el respaldo de la ya consolidada Burning Blue, Acevedo se benefició de la experiencia en producción de esta casa productora en su proceso de consecución de los dineros necesarios para la realización de su filme. Diana Bustamante, con la producción de películas como *La sombra del caminante* (2004) *El vuelco del cangrejo* (2009), *Los viajes del viento* (2009) y *La sirga* (2012), encontró no solo mecanismos certeros de financiación de sus películas, sino además, un

grupo de trabajo articulado en el que nombres como Oscar Ruíz-Navia, William Vega y César Acevedo era frecuentes en cargos distintos. En entrevista ofrecida a Grano de cine, la misma Bustamante relataba el proceso de producción de *La tierra y la sombra*: “Yo creo que nosotros pertenecemos a una generación en la que no teníamos otra opción que la de hacer primeras o segundas películas. La edad que hay entre Sergio Cabrera y nosotros es una generación. Él fácilmente tiene la edad de nuestros papás. No es alguien con quien uno trabajaría. A nosotros nos toca un nuevo ímpetu del cine colombiano con la ley del cine y eso abre una cantidad de posibilidades, pero también de espacios de formación. Yo creo que es ley no solamente dinamizó la posibilidad de hacer, sino que también de cualificarse” (Grano de cine, 2018). Las condiciones de producción de la película ganadora de la Cámara de Oro se insertan dentro de este panorama en el que hay nuevos procedimientos para la financiación, pero, también, donde una generación entera está ávida de formación en escenarios institucionales y empíricos de capacitación. Todo esto producto, al menos parcialmente, de la ya consolidada ley del cine de 2003.

Bustamante continúa: “En esa generación donde nosotros nos ubicamos, lo que empecé a hacer yo fueron primeras películas, las primeras películas de mis colegas. La primera película de Oscar (Ruíz-Navia), la de Ciro (Guerra), en fin. De alguna manera era lo que teníamos que hacer, pero en mi caso particular también se volvió una inquietud. Yo quería trabajar con esa gente más joven. Obviamente (*La tierra y la sombra*) ya no era mi primera película, sino mi séptima, mi octava, la que fuera. Pero, me parece siempre interesante trabajar con primeros directores. Yo diría que me interesa más la primera que la segunda. La primera significa descubrir una mirada y también descubrir otras formas de hacer” (Grano de cine, 2018).

Hay que recordar que el guion de la película fue escrito por Acevedo en el marco del desarrollo de su trabajo de grado (laureado) de la carrera de Comunicación social de la Universidad del Valle bajo la tutela de Oscar Campo. La película de Acevedo, como asegura Diana Bustamante, fue su primera experiencia en la dirección tras un cortometraje

de fogueo que decidieron filmar antes de la aventura de lanzarse a rodar un largometraje. En esa media, *La tierra y la sombra* participa del sentir de una generación que se arroja, respaldada por los apoyos del Estado, a filmar con lo que tiene, escuchando el palpito que trae con sigo cada proyecto. En palabras de su mismo director: “A mí el rodaje me dio muy duro porque sentía que la estaba cagando de una manera impresionante, porque sentía que después de todos estos años estaba botando toda esa plata; quería hacerlo mejor pero no tenía ya las capacidades, no era porque no quisiera sino porque no sabía cómo hacerlo mejor. Entonces fue también un choque muy fuerte de aceptar eso y hacer la película lo mejor posible con lo que yo sabía y lo que yo era, y así le apunté y el equipo también, éramos todos muy jóvenes, muchos en las cabezas – de equipo - estaban empezando, pero eso era sin mente y algo muy importante era valorar mucho la duda, no entrar con certezas a nada sino buscar siempre, y no creémosla de nada” (González, 2015). La experiencia previa del grupo de producción respaldaba la juventud del grupo creativo en una actitud que muchos otros rodajes contemporáneos replicaban y han seguido replicando. No obstante, estas resonancias a nivel de la producción de los filmes de la época no suponen en absoluto una identidad estética de esta cinematografía. Si bien se puede reconocer un impulso común que va de lo estético a los procedimientos de producción, no es justo reducir esta tendencia cinematográfica a un modelo estético *a priori*. Por el contrario, se trata de una generación que se ha tomado muy en serio eso del “sello de autor”. Algo que han sabido reconocer muy bien los festivales ávidos de mercancías autorales y de nuevos “niños terribles del cine”.

Sobre esta variedad en la continuidad, Bustamante señala lo siguiente: “Al menos en nuestro caso, fue la decisión del cine que queríamos hacer la que nos llevó a decantar una cierta forma de producción que de todas maneras es muy diversa. Yo he hecho películas de un millón y medio de dólares y setenta mil dólares, y eso no las hace más o menos películas indudablemente. Hay como una mística, como un espíritu propio que tiene cada película. Cuando doy clase, la gente siempre se ríe al principio, por que les digo dejen que la película les hable. Y yo sí creo que la película me habla y me dice cosas como quién debería fotografiarla, cuándo sería mejor hacerla. Hay momentos en que una película le dice a uno, mejor postérguela o hay películas que le dicen a uno, si no me haces ya no me vas a hacer nunca. (...) Cada película le dice a uno cómo debería ser hecha” (Grano de cine, 2018).

Para el caso particular de *La tierra y la sombra*, según relata Bustamante, la producción reclamaba de la paciencia de un proceso largo de consecución de la financiación y de la consolidación de un grupo de trabajo lo suficientemente bien articulado como para que lo planteado en el guion se llevara a cabo con suficiencia. Para la película, dadas las exigencias de ambientación y las escenas con efectos especiales, por dar sólo un ejemplo, era impensable un rodaje en condiciones económicas y de tiempo apretadas. Esta estrategia significaba un cuidado desde la producción de un proyecto artístico prometedor, cuenta Bustamante.

La tierra y la sombra recoge un espíritu cinematográfico de época que es llevado a su forma más acabada. Tanto a nivel estético como a nivel de producción se encuentra enmarcada dentro del sentir de una generación con formación no sólo profesional sino versada en una cinefilia muy amplia. Además, esta película participa de las formas de producción que se anclan en el espíritu renovado que significó la exitosa ley del cine de 2003, la ley 814. Pero, justamente por significar el más alto reconocimiento de nuestra historia fílmica, ella arroja una serie de inquietudes que los realizadores, productores y promotores cinematográficos actuales deben encarar: ¿Qué viene? ¿A nivel estético qué cabe esperar? ¿A nivel de producción hacia dónde apuntar? ¿En términos de políticas estatales qué hacer?

La producción cinematográfica de los últimos años ha dado atisbos al respecto por la vía de la praxis. Por un lado, se ha mostrado que la dependencia de la producción cinematográfica a los concursos por competencia respaldados por el Estado debe ser superada. En la actualidad son muchas las películas que se realizan por fuera de este circuito de financiación por premiación. Son muchas las películas que se hacen más allá de la aprobación de los jurados que año tras año evalúan a los felices ganadores. Esta vertiente alternativa debe ser atendida, pues representa una porción importante de la producción y, sobre todo, porque supone una cinematografía diferente sin aspiraciones monumentales, ni a nivel del mercado, ni del público. Se trata de una cinematografía de pequeñas

aspiraciones comerciales y de grandes libertades estéticas. Tal vez, la cinematografía argentina ofrezca el mejor ejemplo latinoamericano del florecimiento de este tipo de iniciativas audiovisuales arrojando una gran diversidad de experimentos cinematográficos de altísimo valor estético. Valdría la pena que tanto el Estado como la empresa privada intentaran garantizar una vida digna para este tipo de filmes en su etapa de exhibición. Y es allí donde es más urgente plantear las inquietudes, en el sector de la exhibición. En la actualidad, cuando se ha superado de la media centena de películas colombianas estrenadas por año, la nueva pregunta tiene que ver con las condiciones y garantías para la exhibición. Hay que entender que más que cine hay cinematografías y la sensibilización a esta heterogeneidad es el punto de partida para superar el prejuicio juvenil que insiste ciegamente, al modo de un mantra que se repite, en la urgencia de una industria cinematográfica en Colombia. Insistencia que no supone otra cosa que la reproducción de modelos de lucro importados a nuestras latitudes. Modelos que ni siquiera han sido revisados en su comportamiento o en su génesis. El problema, antes que nada, está menos en la consolidación de una industria cinematográfica y sí, definitivamente sí, en la consolidación de una CINEMATOGRAFÍA nacional, lo que significa, en cinematografías, heterogéneas, diversas, inconmensurables y hasta antagónicas tanto al nivel de su propuesta estética como al nivel de sus formas de producción y realización.

Referencias.

Atehortúa, Jerónimo. (2015). Corta y La Tierra y la sombra, de la realidad “en bruto” a la política de la afección. 12/11/2018, de La pajarera del medio. Sitio Web: <http://pajareradelmedio.blogspot.com/2015/07/>

Filme colombiano “La tierra y la sombra” ganó Cámara de Oro en Cannes. (24 de mayo de 2015). El tiempo. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15814956>.

González, Luisa (2015). La tierra y la sombra. Conversación con Cesar Augusto Acevedo. 23/07/2018, Revista Visaje. Sitio Web: <https://revistavisaje.com/la-tierra-y-la-sombra-conversacion-con-cesar-augusto-acevedo/>

Grano de cine. (5 de septiembre de 2018). Diana Bustamante, productora de la tierra y la sombra. (Archivo de video) Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=-Cw7qTb1YUM>

Zuluaga, Pedro Adrián. (2015). La tierra y la sombra de César Acevedo: De la casa grande y sus habitantes. 23/07/2015, de La pajarera del medio. Sitio Web: <http://pajareradelmedio.blogspot.com/2015/07/>

SESIÓN 8

GENTE DE BIEN

<http://www.granodecine.org.co/búsquedaslargometraje/sesion8>

Re-encontrando al público.

La producción de Cine Colombiano VS su comercialización y distribución en Colombia

Por Paola Pérez

Escuela Nacional de Cine

Durante las últimas dos décadas con la creación de la Ley de Cine 814 y el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico –FDC- administrado por Proimágenes Colombia hemos experimentado un crecimiento sustancial de la promoción internacional, la profesionalización en áreas cinematográficas y por supuesto, el de la producción. Esto ha desarrollado una mirada y un concepto de país a través de nuestra cinematografía, pero lamentablemente nos ha distanciado cada vez más de nuestro público. Estamos en un cuello de botella: hay más gente estudiando cine, por lo tanto, más nuevos cineastas, más proyectos con vidas exitosas en laboratorios y fondos de desarrollo en el exterior y un fondo de producción que tiene que repartirse en muchas partes y no alcanza para llevar a cabo todas las películas.

Hace veinte años, según cifras recaudadas por el Ministerio de Cultura, en Colombia teníamos un aproximado de dieciocho millones de asistentes a las salas de cine y las películas colombianas hacían en promedio trescientos mil espectadores, mientras que el año pasado tuvimos poco menos de 63 millones de espectadores asistiendo a las salas y un promedio 83.738 espectadores para los títulos nacionales. Pese a esa disminución, el 2017 es el segundo año de mayor asistencia a cine colombiano reportado en los últimos diez años, como lo referencia el Anuario Estadístico del Ministerio de Cultura, que hace la acotación de que el comportamiento de los asistentes a cine colombiano ha sido cíclico con períodos de crecimiento y decrecimiento, en un contexto donde la asistencia a salas de cine ha mantenido un crecimiento constante en la última década.

Naturalmente, estos procesos obedecen a los comportamientos del mercado, sin embargo, nos evidencian uno de los principales problemas que tenemos actualmente: la falta de estrategias de marketing contundentes y de estudios de público generados en el país que sirvan como herramienta para los productores, quienes normalmente realizan los procesos completos de las películas hasta la etapa de promoción. En Colombia los productores son asesores de guion, asesores de montaje y hasta directores de mercadeo y publicidad de sus propias películas, esto se deriva de la falta de recursos (una buena promoción necesita dinero para llegar a sus públicos objetivos) y de estrategias contundentes y conocimiento del público. Los productores colombianos no conocen su público y los procesos que deben llevar a cabo para llevarlos a las salas.

Encontramos también un segundo problema: tenemos dificultades de escritura, que dejan vacíos en la narración y generan desconexión con la audiencia, desconocemos lo que está pidiendo el público a sus guionistas. Y uno más, muchos directores aseguran que no les importa el comportamiento del público, que, si sus películas hacen o no espectadores, no es su problema, porque ellos hacen las películas para ellos mismos, para lograr su desarrollo como artistas. Se les olvida que el cine se está haciendo con recursos públicos y que su único objetivo no debería ser el desarrollo de una expresión artística, también debería servir

como una herramienta de formación de públicos. Debería existir un punto intermedio donde el arte se conecta con su audiencia.

Las soluciones que han aparecido por parte del FDC, como la creación de un Estímulo Integral, que contempla grandes cifras para la promoción de las películas, no han privilegiado la producción de películas con contenidos cercanos al público colombiano o con estrategias de promoción contundentes que contemplen un estudio de mercado. Se han dado este tipo de estímulos a películas similares a las que se venían premiando con estímulos anteriores, pero sus resultados en taquilla y número de espectadores, demuestran que no ha sido una solución eficaz. Más dinero no hace que directores que han dirigido dos o más películas cambien su forma de narrar y de dirigir, tal vez logra que tengan un poco más de valores de producción, pero eso no hace que lleguen al público porque nuestro mayor problema es que hemos sido encasillados por ese público como un género más.

La mayoría de la gente va al cine sin saber que ver y cuando se encuentra con una película colombiana, a excepción de las comedias, que han tenido un éxito contundente en su gran mayoría, sin dejar atrás que recientemente han tenido un declive, las califican como “colombianas” y entonces no les dan la oportunidad a la factura, ni a la historia. El público las discrimina porque ya ha vivido el engaño de las películas que, ganadoras en festivales auguran una aventura en las salas, pero que al verlas se encuentran con producciones lentas, contemplativas y seguidoras de unas narrativas europeas lejanas a lo que realmente quiere.

El cine, así como lo son la literatura, la música y otras artes, debería ser de carácter obligatorio en la educación básica en Colombia, debería ser una política de Estado. Programas como “Cine a los Colegios” que ha sido dirigido y experimentado por pequeños empresarios, con éxito en algunas películas, y otros como “Pelis por Bogotá”, “Cinemateca al Parque”, “Cine en los barrios”, “Cine por Bolívar”, deberían replicarse a lo largo y ancho del país y tener una capacidad más grande de llegar a más lugares y propagarse. Para la

Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura debería ser una prioridad en su formulación de políticas, incentivar programas como estos en todos los departamentos y regiones a través de los consejos de cinematografía ya existentes. Y al mismo tiempo, el rubro de promoción de Proimágenes Colombia debería tener ahora una mayor concentración para llegar al público colombiano.

El trabajo afuera está muy avanzado, la promoción internacional ha sido demasiado exitosa en los últimos diez años, abriendo nuevas puertas para ampliar la producción y la exhibición de nuestras películas, coproducimos con países y vendemos a lugares tan impensables como Palestina o China. Ahora hay que volcar la mirada hacia el interior, hacia la Colombia que necesita de su CINE para reconocerse, para reencontrarse, para revalorarse, para reconciliarse y mirarse en un espejo, un CINE que se aprehende y se conecta con su público, que deja de ser una experiencia “aburrida” y ahora se lleva con orgullo.

Gente de bien, más allá de las salas de cine colombianas

En 2015, se estrenó en salas comerciales la película **Gente de Bien** de Franco Lolli, una producción colombo–francesa financiada con diferentes fondos públicos franceses, el estímulo de producción del FDC y Visions Sud Est de Suiza. Una película con un presupuesto reportado de \$1.831.160.000 que contó con un equipo técnico y artístico proveniente de ambos países, a fin de cumplir con los requerimientos para obtener sus dos nacionalidades. Una participación del 55% pertenece a Francia y un 45% a Colombia.

Gente de Bien se rodó enteramente en Colombia durante 2013 y cumplió con sus procesos de postproducción entre los dos países, para lograr su estreno mundial un año después en la Semana de la Crítica del Festival de Cannes y a partir de entonces, realizar un

recorrido internacional por más de cincuenta festivales alrededor del mundo. Su primera aparición en Colombia, se dio durante el Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias -FICCI- en marzo de 2015, marcando así el inicio de lo que sería su proceso de distribución y exhibición en Colombia, a partir de su estreno comercial, el 28 de mayo de ese año.

Esta película tuvo un proceso de pre-producción y producción que duró aproximadamente once meses. La productora Evidencia Films contrató un equipo de Dirección de Producción para que realizara el diseño de la producción de la película una vez tenían claro cuáles eran los fondos con los que se podría contar. Este equipo realizó la contratación de todos los miembros del equipo técnico y artístico de la película en Colombia y en conjunto con los productores franceses organizó la participación de los miembros extranjeros del equipo. La película contó con el Director de Fotografía español, Oscar Durán, y con el Sonidista Francés Matthieu Perrot, este último como parte del cumplimiento de cargos en la coproducción. El resto del equipo era colombiano. Se realizó un trabajo de campo bastante amplio por parte de los equipos de producción de campo, arte y casting, haciendo un extenso recorrido por la ciudad en búsqueda de espacios, objetos y personas que lograran retratar esta historia.

Tuvo un casting muy interesante en el que se dividieron los roles entre la búsqueda de las personas provenientes de las diferentes clases sociales. Había un equipo de casting dedicado a las clases más bajas y otro a las clases altas, ambos siguiendo con el lineamiento de encontrar personajes que retrataran lo más fielmente posible a los personajes a través de sus vidas reales, se hizo casting en barrios, colegios, escuelas de teatro, y con actores profesionales, pues lo importante no era que los actores provinieran de una formación específica sino que lograran expresar sus sentimientos más profundos y que en sus vidas reales existieran elementos que pudieran ser de utilidad a los personajes.

Durante ocho semanas se filmó la película entre Bogotá y Arbeláez, en escenarios reales, que fueron intervenidos por el departamento de arte con el fin de lograr una unidad en la propuesta y en lo que desde el guion se quería retratar de Bogotá. Incluso se retrataron actividades como el día de las velitas en el barrio la perseverancia o la antigua practica con la recolección de perros callejeros en la ciudad. Después de terminado el rodaje, los procesos de postproducción se llevaron a cabo en Francia y una vez finalizada empezó su etapa de distribución y exhibición como se mencionó anteriormente.

Gente de Bien también nos sirve como ejemplo para analizar el encuentro de las películas con su público. Es una película con una temática familiar y “cercana” al espectador colombiano, se centra en las relaciones entre clases sociales que pueden ser fácilmente entendidas por sus ciudadanos. Quizá por su tono crítico especialmente a la alta sociedad bogotana, la película logra llegar a muy pocos espectadores en Colombia, cerca de 25.000 en 36 pantallas, mientras en Francia duplicó los asistentes, superando los cincuenta mil. Su éxito en Francia pudo darse quizá por el hecho de tener un tipo de narración mucho más cercana al público francés que al colombiano, esto debido también a la formación de su director y guionista quien pasó por tres instituciones diferentes del país galo. Sin embargo, cabe destacar que, para ese momento, ese número de espectadores fue una buena cifra para un cine colombiano que se movía entre los diez mil y veinte mil espectadores.

Finalmente, **Gente de Bien** fue más allá de su estreno, siendo la película piloto del programa de formación de públicos “Colegios al Cine”, una iniciativa que dio la oportunidad a jóvenes de primaria y bachillerato, tanto de colegios públicos como privados, de asistir a funciones de películas nacionales, organizadas especialmente para ellos en las salas de cine y acompañadas de un cine foro con los realizadores y un cuaderno pedagógico que permitió continuar la reflexión más allá de la sola proyección de la cinta. Gracias a esta iniciativa, con el apoyo de la Secretaría de Educación de Bogotá, de Idartes y de dos empresas privadas (Sodexo y Total), más de 5.000 jóvenes solo en la ciudad de Bogotá, tuvieron la oportunidad de ver la película.

Después de estas experiencias, la película también se estrenó en DVD y estuvo disponible en la plataforma en línea Retina Latina.

Gente de Bien es uno de esos casos que demuestra nuestro desencuentro como espectadores con el cine colombiano. Una buena producción con una buena historia local, propositiva desde su narrativa, que ha hecho un gran esfuerzo de llegar al público, pero que, a pesar de todo, no muestra unas cifras contundentes. Para el público este tipo de películas son películas hechas para Europa, porque tienen un ritmo y un contenido que sigue siendo atractivo para los europeos porque retratan las problemáticas sociales y las diferencias de clases del tercer mundo. Creen que este tipo de contenidos son importantes para la formación, para hacer foros y análisis de situaciones concretas pero no para enganchar a un cantidad masiva de espectadores. Este es ejemplo que nos obliga a repensarnos las formas en que nos acercamos a éstas o las mil y una formas que no hemos descubierto aún para llegar a nuevos públicos, la falta de políticas públicas que acerquen estos contenidos constantemente a otras personas y faciliten también una dinámica de recopilación de información que permita incluir en las cifras todas las pequeñas y grandes exhibiciones alternativas que se pueden dar, para así, desde la experiencia de los otros, poder mejorar los diferentes procesos de la cadena cinematográfica.

SESIÓN 9

ELLA

<http://www.granodecine.org.co/busquedaslargometraje/sesion9>

Ella: Ver, Saber y Decir

Por: Libia Stella Gómez

Universidad Nacional

Hace varios años ya, cuando era actriz de “La Oruga Encantada” en Bucaramanga, un grupo de teatro cercano, llamado El Tití, llevó a escena una obra teatral titulada “La Historia de un Anciano que Quedó Viudo Acaecida en 1637”, que originalmente fue escrita como pieza para radio por Peter Hacks y que transcurre en Europa en el siglo XIV durante la peste negra. Un anciano que pierde a su esposa no halla manera de enterrarla, hay muchos muertos y escasez de tierra, entonces tiene que hacer pactos con la muerte y con el diablo para poder lograr su cometido. Esa obra me impactó, es inevitable comparar con nuestra sociedad, vivimos también en medio de un exceso de muertos, sin reparar en ello. Dejé esa pieza guardada en algún lugar de mi cabeza, a la espera de que llegara el momento de volver sobre ella.

Hace un tiempo me contrataron para hacer un trabajo de formación audiovisual en un colegio distrital en Usme. Un día que llegué temprano al colegio, me senté en la puerta de una tienda a tomarme un tinto y a mirar pasar la vida del barrio, entonces vi a un anciano reciclador que arrastraba con dificultad su carreta por una calle destapada y llena de altibajos, y, se me dio por imaginar que lo que llevaba era el cadáver de su mujer, en

búsqueda de un entierro digno para ella, entonces volvió a mí la pieza teatral y decidí escribir el guion.

Como tenía un buen contacto con los chicos de Ojo al Sancocho, los del grupo que organiza el Festival de Cine y Video Comunitario en Ciudad Bolívar, de una vez decidí ubicar la historia en ese contexto. Hice primero una investigación sobre la problemática social en Ciudad Bolívar, esto sumado a que la señora que por años me ha colaborado en la casa, llamada Georgina (como luego bauticé al personaje, que es Ella misma) durante años, mientras almorzamos en mi casa, dos veces por semana, me cuenta sus historias y las de su barrio, poco a poco fui encontrando el sentido de la historia y las subtramas para alimentarla.

Las primeras certezas que tenía con este proyecto es que quería hablar del devaluado valor de la vida en nuestro país, y, de la indolencia que nos consume, la que nos hace fríos frente al dolor de los demás. Luego con la investigación y las conversaciones con Georgina fui encontrando otros temas, por ejemplo, la violencia intrafamiliar, el signo de no futuro que marca a los muchachos que crecen en medio de contextos excluyentes y obviamente la marginalidad.

Entonces, tuve un viaje de trabajo a Santa Marta y mi amigo el guionista Carlos Henao (La Vendedora de Rosas) mientras conversábamos me reclamó el que las mujeres cineastas colombianas no tratemos a las mujeres en nuestras películas. Después de esa conversación entendí que aunque ésta fuera la historia del anciano Alcides que pierde a su mujer, tenía que ser fundamentalmente una historia de mujeres, en la que el anciano sirviera como hilo conductor para evidenciar el papel de la mujer como eje y como centro en contextos de marginalidad. Ahí uní todo y entendí que cada una de las subtramas tenía que tener protagonista femenino, entonces tenemos a una mujer que se preocupa por el dolor de los demás y que es el centro de su pequeño cosmos que es elinquilinato y que al morir hace

que todo ese cosmos se vea alterado; tenemos también la historia de violencia intrafamiliar encarnado en la joven Guiselle, a quien su padre maltrata y que está a punto de tener su primera menstruación, sin una figura materna que la acompañe en el tránsito de niña a mujer; tenemos a una solterona que en el desespero de conseguir el amor se fija en el personaje más oscuro de la historia, y, finalmente a una mujer cuyo hijo ha desaparecido y que después de una incesante búsqueda, descubre que ha muerto (la historia fue escrita por los tiempos en que salió a la luz el nefasto crimen del ejército mal llamado “falsos positivos”).

En un principio se llamaba Ella ver saber y decir, pero finalmente decidí hacer un homenaje a mi director favorito Luis Buñuel y dejar solo Ella (para emular la película de Buñuel titulada “El”). Ella fue siempre un proyecto con buena estrella, envié su primera versión a la convocatoria del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico y obtuve el estímulo de desarrollo de guion, un año después volví a presentar para producción de largometraje y obtuve el estímulo, con lo cual fue posible asumir, en junio de 2013 la realización de la película.

Falta decir, que el guion fue escrito en el marco del trabajo que desarrollo con mi socio Julio Contreras en mi empresa Dos de Dos Producciones, nuestra compañía tiene como eje la construcción sólida de las historias y la retroalimentación mutua (ambos somos guionistas y directores) para la construcción de la estética y, finalmente, trabajar para la consecución de los recursos para nuestros proyectos (en principio dos de Julio y dos de Libia).

Para Julio era todo un reto asumirse como productor, porque nunca lo había sido, pero ayudó enormemente la alianza con Daniel Bejarano y Yaneth Gallego de “Ojo al Sancocho”, gracias a ellos pudimos entrar sin traumatismo al barrio, lo cual no era sencillo, no sólo por los preconceptos y prejuicios que nos hace a los del centro temerles a los de la

periferia, sino porque íbamos a irrumpir en la cotidianidad de la gente y de una u otra forma alterarlos y molestarlos, pero nunca se sintió así, las personas de Ciudad Bolívar fueron infinitamente generosos con nosotros, nos colaboraron, muchos miembros del colectivo de “Ojo al Sancocho” entraron a la película, unos como parte del crew, otros como figurantes y extras, e incluso una hermosa joven adolescente llamada Daysy Marulanda, quien interpretó a uno de los personajes más importantes: Guiselle. Mientras estábamos rodando en las calles, las señoras salían a las puertas con termos de tinto, les daba pesar que tuviéramos que pasar tanto frío.

En cuanto a Daysy debo decir que el trabajo con ella me hizo aprender muchas cosas como directora. Cuando uno de mis asistentes de dirección, Sebastián Garzón, le hizo el casting en un colegio de Ciudad Bolívar, en cuanto se bajó de regreso en el Transmilenio, corrió a mostrármelo, estaba seguro que ella era lo que yo estaba buscando, una hermosa niña de porcelana que viviera en el mismo contexto del personaje, pero que, a pesar de su permanente rostro de tristeza, pareciera un ángel en medio del infierno.

Mientras realizábamos el trabajo preparatorio respondió muy bien, no era actriz, pero asumió con entusiasmo y buen resultado el proceso de formación para poder serlo. Ensayamos, hoy en día creo que no lo suficiente, y todo parecía indicar que Daysy lo iba a hacer maravillosamente bien. Sin embargo cuando llegamos al set de rodaje había cambiado por completo su rostro, ya no tenía esa permanente mirada de tristeza. En un principio yo estaba desconcertada, no entendía el cambio, pero rápidamente, analizándolo con Julio, comprendimos que para Ella el rodaje era un momento mágico, feliz y emocionante en su vida, como es de un carácter suave que enamora a todo el mundo, en el set todo el crew giraba alrededor de su encanto, toda su familia venía a acompañarla en el set, un carro la recogía todos los días en la puerta de su casa y como no es actriz, pues Ella ya no tenía motivo para esa mirada de tristeza, que yo necesitaba para el personaje. Debo confesar que tuve que recurrir a estrategias desesperadas, como pedir al crew tratarla con indiferencia o acudir a la memoria emotiva de momentos tristes en su vida, finalmente lo

logramos, pero nos costó bastante trabajo y me hizo reflexionar sobre la forma de abordar el trabajo cuando elegimos hacerlo con actores naturales.

Para esta, mi segunda película yo quería trabajar con el mismo equipo de foto y arte de *La Historia del Baúl Rosado*, es decir, Mauricio Vidal y Angélica Perea. En una primera visita que hicimos con Mauricio a Ciudad Bolívar descubrimos que el paisaje visual de Ciudad Bolívar era muy fuerte al ojo y que visto en la fotografías que hicimos, nos revelaba como tema principal de la película la marginalidad y la exclusión, eso nos dejó muy preocupados porque esa no era la historia que queríamos contar, “Ella” es una historia de amor, en donde Alcides tiene que encontrar la forma digna de enterrar a su esposa muerta, en una reivindicación de Ella como un ser digno que merece un final digno. De tal suerte que si la contábamos en colores la historia iba a focalizar en otro asunto, no menos importante, pero que es colateral en el desarrollo de la historia. En la reunión de imagen con Angélica y Mauricio surgió la idea de hacerla en blanco y negro, al principio yo no estaba muy convencida y entonces Mauricio me hizo conocer el trabajo del fotógrafo brasilero Sebastiao Salgado, que en unas hermosas fotografías retrata las más duras realidades, tragedias y marginalidades que jamás haya visto. Esto me terminó de convencer y ahí, para la estética empezó la investigación de la mejor forma de retratar en digital un mundo en blanco y negro. Entonces, se me ocurrió la idea de que aprovechando el efecto de distanciamiento que permite el blanco y negro, podría darle un significado poético a ciertos detalles de la película relacionados con la vida y la muerte y teñirlos de color en un estilo similar a oleofotografías retocadas con color.

En general, en toda la construcción de la propuesta estética volví a acudir a anacronismos, pero al revés de *El Baúl*, es decir, la imagen en tiempo actual con alusiones retro especialmente en la dirección de arte. Volví a usar efectos de distanciamiento, no tan radicales como los del *Baúl*, pero en cualquier caso en mi búsqueda permanente de hacer reflexionar a los espectadores.

A muy pocos días del inicio del rodaje tuvimos en el equipo dos bajas considerables, Mauricio por problemas personales no podría hacer la foto y el sonidista contactado originalmente Yesid Vásquez, no se enganchó al equipo. Fue uno de los momentos más angustiantes de la preproducción, de tal suerte que, si todos los fotógrafos estaban ocupados, la mejor decisión era darle el chance a un fotógrafo nuevo y elegimos a Nicolás García, quien había sido mi alumno. Para el sonido teníamos el mismo problema, el rodaje era inminente y todos los que buscamos estaban ocupados, así que decidimos traer de Medellín, un sonidista nuevo, que hasta ese momento se había desempeñado como microfonista, Miller Castro, el resultado con Miller fue excelente. Finalmente Angélica Perea tampoco pudo asumir la dirección de arte y se quedó con el diseño de producción, encargando a Juan David Bernal de la dirección de arte, también con muy buenos resultados.

Los primeros días rodamos el inquilinato, para esas escenas elegimos la casa de la mamá de una poetisa de Ciudad Bolívar que queda en el barrio el Perdomo. Esos días fueron relativamente sencillos, estábamos en un barrio medianamente seguro, en una misma ambientación y con retos de producción no tan complejos como los que se nos presentarían al adentrarnos al corazón de “Ciudad Bolívar”, sin embargo esos días tampoco fueron fáciles.

En la Historia del Baúl Rosado hice muchos homenajes a mi familia y en especial a mi abuela Martina, aquí no resistí la tentación de volverlo a hacer y el inquilinato es una recreación del inquilinato de mi abuela, cuyas rutinas había grabado a la perfección durante largos períodos en la infancia, en donde me sentaba a mirar a mi abuela y sus inquilinas ir y venir de la cocina tropezándose siempre con un anciano que atravesaba el patio haciendo equilibrio con una bacinilla llena de orines.

Por lo general yo escribo el guion pensando en el actor que lo ejecutará y escribí Alcides para Humberto Arango, sin embargo cuando fuimos a proponerle la película a Humberto, lo encontramos muy enfermo. Eso me hizo dudar en un principio y realicé varios castings a otros actores, que no terminaban de satisfacerme, lo que me convencía de Humberto, es que, a pesar de su edad, no tiene el rostro de un anciano bondadoso y por el comportamiento del personaje y la transición que se produce en él a lo largo de la historia, me convenía un rostro que expresara todo lo contrario. Entonces volvimos con Humberto, su condición médica requería una serie de cuidados a lo largo del rodaje, entre ellos la presencia en set, todos los días de un enfermero que viniera a cambiarle la bolsa porque tenía una colonostomía. Requería de un sitio especial para que pudiera dormir o descansar las horas muertas y mucha paciencia para su indisposición, su baja energía y su molestia. Debo decir que estas condiciones complicaron mucho las cosas, pero que al mismo tiempo ayudaron a que el personaje se viera indefenso y diezmado, y, que su caminar y posición corporal tuvieran un estilo inigualable y conveniente para el personaje. Incluso un día llegué al set de rodaje y me encontré con que Humberto no había ido porque había sido hospitalizado, eso fue muy al inicio del rodaje, lo cual era alarmante y volvía realidad nuestros mayores temores. Si bien sabíamos que a sus 50 años de carrera actoral, era la primera vez que Humberto protagonizaba y que esa era una oportunidad que El valoraba muchísimo, también sabíamos que estábamos jugando con su salud y con sus posibilidades futuras de recuperación, lo cual nos conflictuaba muchísimo, Julio y yo somos humanistas y comprometidos con las luchas y reivindicaciones sociales, así que estar hablando de la indolencia frente a la muerte y ser nosotros mismos indolentes frente al dolor de Humberto, pidiéndole ir más allá de lo que sus fuerzas y su condición le permitían, era muy muy angustiante.

Adicional a esto, también tengo que decir, que Humberto no era el único anciano enfermo que teníamos en el set, Rey Vásquez, una vieja gloria de nuestra televisión, en un estado de salud menos urgente que el de Humberto, pero también de cuidado, era uno de los habitantes del inquilinato, y, finalmente, Reina Sánchez, nuestra otra protagonista, tenía una preocupante historia cardíaca. Así que, cuando pienso en los días de rodaje en el

inquilinato, es inevitable recordar la sensación electrizante de sentir que la muerte, quizá vengándose porque hablábamos de Ella, estaba permanentemente pisándonos los talones.

Otro de los espacios de enorme dificultad para rodar fue el Palo del Ahorcado. Un hermoso paraje en el barrio Potosí, básicamente un solitario eucalipto enorme, en medio de la nada, con una gigantesca vista de Ciudad Bolívar, un lugar paradójico porque en medio de la belleza saltan a la vista la exclusión y el olvido estatal. Es un lugar en donde el sol pega fuerte y quema, y, al mismo tiempo hace muchísimo frío. Fueron dos días interminables, allí realizábamos el entierro de la muertita y sucedió una de las anécdotas que más recuerdo del rodaje. En el rodaje de uno de los planos del entierro, de repente aparecieron haciendo muchísimo ruido, como en una emboscada, 8 motos de la Policía con 16 policías, venían a ponernos presos porque en el barrio les habían dicho que allá arriba estaban enterrando un cuerpo, entonces Reina (Georgina) se levantó del cajón y empezó a cantar: “no estaba muerto, estaba de parranda”, obviamente rápidamente los policías se dieron cuenta de su error y todos los del crew tuvimos un momento de esparcimiento.

Como el eje de la película es la trashumancia de Alcides con el cadáver de Georgina por las calles, rodamos muchas escenas en la calle. La calle trae las dificultades obvias de seguridad y de no poder detener el curso de la vida del barrio para poder rodar, pero adicional el cambio de luz, que vuelve difícil la corrección de color.

Dos accidentes tuvimos en la calle. El primero con el camión de la planta, como muchas calles de Ciudad Bolívar están insertadas en la loma, rodando en Paraíso el conductor de la planta, se percató de que en la calle ladeada el camión se iba a voltear y podía caerle encima a un grupo de niños que jugaban fútbol, para impedirlo, puso su propio cuerpo y se lesionó una pierna. Pocos días después, rodando en Potosí, frente a la carnicería de Facundo, durante un plano, Don Hermes, el Gaffer, un viejo lobo de mar en las lides de la iluminación cinematográfica, por evitar un estornudo, volteó mal el cuerpo y cayó al piso

sobre su mano, quebrándose la muñeca y tuvo que abandonar el rodaje faltando más de una semana para concluir.

Otra de las dificultades que tiene la película es el trabajo con animales. Durante la investigación había surgido un detalle del que yo quería sacar provecho, la mayoría de familias, especialmente las venidas del campo, tienen animales en sus casas. En la película teníamos ratón, chulos y perro. Lo más difícil eran los chulos, así que buscamos una persona con experiencia en adiestramiento de animales y le contamos lo que necesitábamos del ratón adiestrado, por unos segundos debería parecer muerto, el día que lo rodamos no daba crédito a mis ojos cuando el ratón lo logró. El mismo señor nos ayudó con los chulos, se tomó el trabajo de cazarlos y mantenerlos hasta los días en que los necesitamos para el rodaje, luego los liberó. Los chulos fueron difíciles, no sólo no hacen lo que uno necesita, se comportan muy a su parecer, mostrando una fuerte hostilidad frente a los humanos. En cuanto al perro, para la construcción del personaje del carnicero y de las relaciones con sus hijas, era muy importante que Facundo tuviera un perro que se pareciera a El. Yo en principio había pensado el personaje para Enrique Carriazo y entonces había pensado en un perro bóxer, pero cuando nos definimos por Andrés Castañeda, buscamos un perro pug. El perro no resultó difícil, sus entrenadores eran muy profesionales, sólo tenía una escena difícil, donde Guiselle en una suerte de venganza contra su padre maltratador, deja al perro afuera bajo la lluvia, como estábamos trabajando con dos perros idénticos, finalmente fue posible hacerlo con el animal que resultó ser más dócil.

Después de cinco trabajosas semanas de rodaje llegamos al último día, que estaba completamente dedicado al Cementerio. Habíamos logrado completar 29 días de rodaje pensando siempre que ese día si Humberto se nos moría en el set, así que la ansiedad de lograrlo y completar el rodaje nos invadía a todos. El último plano rodado resultó ser el último plano de la película, en un largo recorrido con la tierra en blanco y negro y el cielo azul, Alcides, después de haber ganado todas sus batallas y de haber logrado su cometido de un final digno para Georgina, se aleja hacia la puerta del cementerio. La primera toma

descartada, cuando revisamos la segunda toma y resultó ser perfecta, salí a decir a voz en cuello: “fuera del aire”, pero fue como si gritara “lo logré”, Humberto si se atrevió a expresarlo y entre lágrimas se reconfortaba diciendo “lo logré”, ese día supimos que hasta el mismo temía por su vida.

El proceso de postproducción fue relativamente fácil y controlado, estaba contemplado totalmente en el presupuesto y la película, a diferencia de La Historia del Baúl Rosado estuvo lista relativamente rápido. La razón por la que la película no fue estrenada tan pronto fue la distribución y exhibición, un terreno en el que Julio y yo éramos completamente novatos y que tuvimos que aprender de principio a fin.

Muy tarde descubrimos que esa era una etapa en la que deberíamos haber pensado desde antes de rodar. Descubrimos que el distribuidor y el agente difícilmente entran cuando la película ya está rodada. Que la selección de los grandes festivales no depende de la calidad de la película sino de una dedicada labor de lobby , que sin agente de ventas te quedas con la película engavetada. Que las salas en donde se pone la película las decide el exhibidor la tarde antes de salir a cartelera, sin darte tiempo de preparar el público, que si no haces 3000 espectadores el primer fin de semana te dejan solo una semana y que tienes que pagar el virtual print fee (VPF) que es una suerte de tasa que se inventaron las majors, como una contribución por el uso del proyector, que es la cosa más absurda que se pueda pensar, nosotros los productores pagándoles a los exhibidores su actualización tecnológica, como si ellos alguna vez pusieran esos equipos al servicio del cine colombiano. Descubrimos que la etapa en la que está más solo y desprotegido el productor es en la distribución y exhibición y que las leyes y normas están hechas para proteger el negocio de los grandes, así los pequeños demos la vida en cada película y nos empeñemos por construir una industria audiovisual colombiana.

La película estuvo en 8 salas a nivel nacional, sólo durante 1 semana, la siguiente semana solo estuvo en 2 pantallas, luego fue por un mes a Tonalá, la puso el colombo americano de Medellín y la Cinemateca del Caribe en Barranquilla y pare de contar. Estuvo en varios festivales y obtuvo reconocimientos. Seleccionada en la Sección Focus on World Cinema del Festival de Montreal 2014, en el Festival de Mar del Plata 2014 y en el Frauenfilm Festival de Dortmund, Alemania. Mejor Largometraje de Ficción y Mejor Actor en el Festival de Cine de Tigre Argentina, junio de 2015 Festival de Cine de Gramado (Brasil), donde obtuvo el Premio del Público a Mejor Película Extranjera Agosto 2015 y en el **Kolkata International Film Festival (India)** donde fui galardonada con el premio a **Mejor Director**, noviembre 2015.

De todas las experiencias vividas con la película la más recordada es la de la India. Estuvimos Julio y yo un poco más de una semana en Calcuta. El día que se pasaba la película fue emocionante, un viejo teatro con 1000 butacas completamente lleno hasta en las graderías y la gente peleándose afuera por las últimas boletas. Luego ganarse ese premio, en un lugar en donde la pobreza y la exclusión son mucho más visibles que en nuestro país, fue alucinante.

Nosotros teníamos nuestro enlace privado en Vimeo para circular la película en donde hiciera falta, un día se me ocurrió ofrecérselo a Retina Latina, la plataforma de distribución que maneja la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura y la rechazaron, entonces me llené de coraje y con Julio decidimos que si esa película había sido financiada por el estado, era nuestro deber ponerla al servicio del público y decidimos quitar la contraseña y ponerla libre a circular, para todo el que la quiera ver.

Hace pocos días, con ocasión de la charla que da origen a este artículo, la volví a ver, cosa que no había hecho desde antes del estreno y me volvió a sorprender su ternura,

su estética y su poesía, realmente es una película que me gusta y de la que me siento absolutamente orgullosa.

SESIÓN 10

TODOS SE VAN

<http://www.granodecine.org.co/busquedaslargometraje/sesion10>

Buscando a Nieve

Por: Claudia Patricia Sandino

Corporación Universitaria Unitec

Esta es una reflexión colegiada que surge en el marco del seminario ***En Búsqueda del largometraje Colombiano***, realizado por la organización Grano de Cine. Nuestro seminario sobre el cine Colombiano es una ventana pública, un espacio de reflexión colectiva, donde se han analizado de la misma manera otras 9 obras cinematográficas, todas realizadas por diferentes directores Colombianos que también hacen parte de este experimento.

Este debate abierto contó con la participación de los estudiantes de Cine de la Corporación Universitaria Unitec, y buscó generar un acercamiento al proceso de producción de la cinta “Todos se van” del director Sergio Cabrera, basada en la novela del mismo nombre de la escritora cubana Wendy Guerra.

La película escogida por nosotros se trabajó en la asignatura de adaptación cinematográfica, que hace parte de los talleres de escritura del programa de Cine y Tv.

Allí los estudiantes, vieron la película, investigaron sobre el proceso de producción de esta cinta y realizaron posteriormente un ensayo sobre sus percepciones estéticas y narrativas acerca de esta historia.

Después de este proceso se realizó un debate al interior de la clase donde los estudiantes sacaron algunas conclusiones sobre el proceso de realización, sobre el cine colombiano y su devenir como industria en crecimiento, este proceso de análisis se evidenció de una manera más contundente en el seminario número 10 realizado en las instalaciones de la Universidad en día 28 de Septiembre en un encuentro abierto a todo público para este fin.

La novela

La novela “Todos se van” de la autora cubana, Wendy Guerra, es la historia de Nieve Guerra que abarca su propia historia desde los 8 años hasta que cumple 20 años. La narración escrita de manera intermitentemente cubre un periodo de 12 años de la vida de la niña, donde lo único que queda claro es que al final de cuentas “todos se van”. La historia está contada en detalle desde la perspectiva de Nieve, convirtiéndonos en testigos de las sensaciones que ella tiene a medida que avanza la historia y que se complica en torno a su papel en la sociedad cubana. Su percepción particular sobre el Gobierno que suscribe de manera unilateral por el así llamado bienestar popular, donde ser diferente es sinónimo de insubordinación o de traición y debe tener un castigo. En la novela este rol lo cumplen los padres de Nieves, la madre es una mujer joven, tranquila, culta, cree en la revolución sin extremos, en la libertad de expresión, en la belleza de las cosas (la música, la literatura, el pensamiento infantil) sin etiquetarlas o clasificarlas, cree en el afecto más allá de las fronteras, lista para traicionar sus ideales por amor, tiene una relación con un extranjero llamado Fausto, un hombre que llega a la isla para trabajar con los rusos en una central nuclear. Ella es enviada al exilio involuntario como corresponsal de guerra en Angola

dejando a su única hija Nieve al cuidado de Fausto. Su padre es un escritor que vive en la amargura del abandono de su mujer y en la frustración de tener que escribir obras de teatro para el régimen. Él sueña secretamente con escribir su propia versión de la realidad. La partida de la mamá de Nieve a Angola le da a este escritor la oportunidad de vengar su abandono pidiendo la custodia de su hija, intentando de esta manera atraer de nuevo a su exesposa a su lado.

Esta novela ganadora del premio Bruguera en 2006 es un texto íntimo narrado desde el alter ego de Wendy Guerra es un diario concebido desde la infancia como un acompañante silencioso, un testigo presencial de todas las peripecias a la que esta niña se ve lanzada por lo que resulta de la falta de comunicación entre los adultos. Su diario es su amigo, su compañero, su confidente, salvaguardando allí el cimiento de su identidad, reflexionando silenciosamente sobre las rabias guardadas y masticadas hasta el cansancio, las decisiones del estado omnipresente y dictatorial, los dolores y las soledades que resultan de este tránsito. Es la perspectiva infantil sobre el racionamiento adulto sobre una niña que, desde su nacimiento, viaja a la deriva de su propia existencia, supeditada a una resolución incierta, rubricada además por un matiz político-social.

La perspectiva con rasgos feministas de Nieve afloran en el segundo segmento de la historia, a partir de su adolescencia. Ella percibe a los hombres que desde un comienzo se muestran machistas, dictatoriales u opresivos. Representados en el Jefe de la mamá de Nieve que además es un informante de la revolución o en el director del grupo de teatro que trabaja también para la revolución, él es la persona que le ayuda al padre de Nieve a ganar la custodia de su hija y quien posteriormente la regresa a su madre de manera ilegal, dejándola entonces en el depósito de niños del estado. Representado igualmente el juez quien es quien decide que es mejor para ella, si estar con su padre o no. Esta mirada alcanza su mayor representante en el padre, él es quien en el tiempo mientras que la tuvo a su lado la maltrató física y psicológicamente y así sucesivamente. Reflejado en el diario, acentuado además por las conversaciones sostenidas con su madre y que fueron transcritas a este diario

ad literam, una afirmación de este aspecto de la sociedad cubana esta dado en la primera tentativa afectiva de Nieve enmarcada en la mentira y el abandono.

La primera relación donde ella se cede completamente sin tener ninguna prevención es con Oswaldo un pintor conocido, perteneciente a la élite de la cultura cubana, libertario, que se permite el lujo de viajar fuera del país para exhibir su obra. Después de un proceso de acomodación en la relación él empieza a ejercer censura, impidiéndole que diga lo que piensa delante de sus amigos, prohibiéndole también que se refugie en el diario, abandonándola en la residencia que ambos compartían, incumpléndole la promesa de llevarla a vivir a París, es curioso ver como no existe en uno de los espacios habitados por Nieve ninguna respuesta femenina como contradicción o en respuesta a la conducta masculina, en ninguno de los ámbitos de esta sociedad tan particular.

La segunda parte del libro es el tránsito por el amor, por la introspección de una transeúnte solitaria que deriva entre los hombres, el desencanto por la naturaleza humana, enamorada de la idea del amor, errabunda, retraída, soñadora de un mundo mas allá de las playas, tiene por fin un amor al que es capaz de mostrarle su diario. Arturo es un personaje revolucionario que después de enamorarla, después de que ella lo hace partícipe de su espacio privado también se va, pero desde la distancia le da una lección de vida a través de hechos relevantes de la historia universal como parte del intento de hacer de Nieve un ser que encuentre en los otros la correspondencia de su propia vida, donde la invita a ver la vida hacia afuera, desde la verdad, sin omisiones, viviendo conscientemente y en la realidad.

El libro termina con una reflexión sobre los hombres que se marcharon, Oswaldo como uno de los temas centrales del noticiero, de donde Nieve conoce por fin la decisión de él de permanecer en París con su nuevo amor francés. Como consecuencia de este nuevo abandono, las autoridades van a interrogarla como sucediese diez años atrás con su madre. Le retienen el pasaporte, Nieve después de responder el interrogatorio, decide nadar de nuevo en esos espacios que recorría en su adolescencia, allí exhorta la salida definitiva de

sus miedos, siente un estado de quietud interna que se refleja en la imagen externa de quietud en medio de agua, una metáfora más del sistema en el que vive.

La Adaptación

La película “Todos se van” se deriva de esta novela con el mismo nombre. La novela llegó a manos de Sergio Cabrera quien después de leerla se sintió inmediatamente identificado con la historia por la similitud entre su propia infancia y la infancia de Nieve. Sergio es hijo de Fausto Cabrera actor, escritor y dramaturgo español quien fue un fiel creyente y un absoluto convencido del régimen comunista, por circunstancias de la vida llevó a su familia a vivir a China, allí Sergio y su hermana estudiaron internos en un colegio donde la vida los pondría a prueba, un nuevo idioma, una nueva disciplina, un nuevo entorno al que se vieron sometidos por 6 años, estas vivencias hicieron que Sergio entendiera realmente el mundo de Nieve. Después de hablar con Wendy Guerra sobre la posibilidad de hacer la película, una decisión que prometería pensar. La empatía del director por la historia hace que recibiera como regalo de cumpleaños la cesión de derechos para hacer la adaptación. Posteriormente y en complicidad con Ramón Jimeno iniciaron la adaptación junto a la guionista española Laura Martel, dando así inicio a la aventura de la producción.

La Película

El productor de la película Ramón Jimeno, quien además fue coautor del guion, inició el proceso de búsqueda de las locaciones en Cuba. Sergio Cabrera ya había sido director de las cátedras de dirección en San Antonio de los Baños, jurado del festival de cine de la Habana, tenía cercanía con el país. Además había dirigido y trabajado en algunas películas anteriormente. Con este antecedente el productor hizo la solicitud de permiso y

después de una espera que casi se volvió infinita se dieron cuenta de que la novela nunca se publicó en Cuba. Esto hacía que la realización fuera imposible por el veto silencioso impuesto por este país.

Con un presupuesto alrededor de 1 millón y medio de dólares reunidos entre el FDC, la productora “los amigos del Cine”, empresa “Jimeno Acevedo y asociados”, “a cuatro manos”, “Jorge Ali Triana y cía.” entre otros, optaron por realizarla en Colombia con actores cubanos, recreando los espacios de la película que fueron la Habana y Cienfuegos, así que decidieron rodarla en Santa Marta, Ciénaga en el Magdalena y Cachipay en Cundinamarca ya que tenían similitud con el contexto de Nieve en sus primeros años de vida en los años 70’s.

A mediados del 2013, el rodaje inició con la participación de la niña Rachel Mojena, actriz natural de 8 años, originaria de Cuba, quien interpretó a Nieve. Ella fue la única que trajeron desde la isla especialmente para la producción, el resto del elenco fueron actores cubanos residentes fuera de la isla. Entre los actores se encontraban: Abel Rodríguez, Mateo Giraldo, Yoima Valdés, Félix Antequera, Caleb Casas, Carlos Ever Fonseca, Martina Toro, Tahimi Veloz, María Teresa Carrasco, Dunia Matos, Glenmy René Rodríguez, Alison García, Bárbaro Marín, Daniela Tapia y Ulises González y el actor escocés Scott Cleverdon quien interpretó a Dan y la actriz colombiana Indhira Serrano, quien interpretó a Shela, la única que intercede por Nieve cuando es maltratada. Este fue el elenco le dio vida a la historia de Nieve en su infancia y de todas sus vivencias.

Con un promedio de gastos de 55 millones de pesos diarios, durante 8 semanas de rodaje y varios altibajos en la producción, llegaron a la finalización de la producción de 107 minutos. El lanzamiento oficial en salas de esta cinta se hizo en el año 2015, con un promedio de 30.000 espectadores. Participó en diferentes festivales incluyendo de manera irónica el de la Habana donde tuvo gran recibimiento por parte del público.

El seminario

Para finalizar este análisis describiré el proceso del seminario *En búsqueda del Largo Metraje Colombiano* realizado con los estudiantes de séptimo semestre de la carrera de Cine y Tv de la Corporación Universitaria UNITEC. Los estudiantes hicieron el ejercicio de ver la película “todos se van” desde diferentes perspectivas en las que se incluyeron: la del espectador que se encuentra con una obra por primera vez; la de estudiantes de una asignatura llamada “adaptación cinematográfica” que se encuentran frente al proceso de adaptación de una obra literaria en otra obra igual de compleja como la de un guion y posteriormente una película rodada. Otra perspectiva es la de los estudiantes de cine que se encuentran en un proceso de aprendizaje para entrar en la industria cinematográfica; una última perspectiva es la que implica en una industria creciente como la que nosotros tenemos en Colombia es el problema de la distribución y exhibición de las obras, éstas fueron algunas de las conclusiones de este proceso.

La adaptación del libro respeta la línea narrativa del diario de Nieve. El diario en el libro es el salvaguarda de la identidad de Nieve, es donde realmente se ven los personajes desde la perspectiva de ella, donde la madurez que adquiere desde una edad tan temprana es la que le ayuda a mantenerse a salvo. Pensando desde la adaptación, es difícil llevar ese aspecto a imágenes, pero pierde en este sentido muchos detalles de la construcción del personaje en la película, Nieve tiene un lenguaje construido, casi que adulto, pero no se explica de donde ocurre esto en una niña tan pequeña, exceptuando el detalle de que comparte con adultos que hacen parte de la cultura de Cuba, pero no se ve en la adaptación que es la escritura permanente la que logra que ella desarrolle este tipo de lenguaje.

En la novela la mamá de Nieve alimenta en ella la curiosidad permanente por la lectura, todo tipo de lectura, es más evidente en la segunda parte de la historia, que

precisamente no llega a verse en pantalla. La lectura de libros de cualquier clase despiertan a Nieve la idea de preparar la tesis con la que posteriormente se graduará de la Universidad en Bellas Artes. Este aspecto del temperamento de Nieve es alimentado por su madre desde pequeña y es fundamental en el desarrollo y la inteligencia del personaje.

También existe un problema de construcción con respecto a los padres de Nieve, la tridimensionalidad de los personajes, es errática y sin carácter. Tienen un solo aspecto, es el carácter que los domina. En la caso de la mamá en la novela es una mujer hippie que se aleja del papá y del grupo de teatro por que no cree en la forma en la que ellos llevan a cabo la revolución, es soñadora, libertaria y le enseña a Nieve que el amor existe, que la amistad existe, es una lectora furibunda, artesana, tiene muchos amigos. En la película es una mujer temerosa desde el comienzo, más que sumisa y le falta la magia y fuerza de carácter para darle algo bueno a Nieve. El papá de Nieve está desaparecido en la novela hasta que reclama la custodia de Nieve, como un acto de venganza sobre la mamá por haberlo abandonado y por estar conviviendo con un extranjero. En la película toma más fuerza, es el antagonista, el malo, el ebrio, el machista, el golpeador, el traidor, no tiene nada que lo contraste como ser humano, se queda simplemente allí.

La película en términos generales es una buena narración. Habría ganado más puntos si hubiera tenido en cuenta varios aspectos sobre la construcción de los personajes y si no se hubieran quedado simplemente en lo superficial. Las relaciones humanas son difíciles, todas, más aún cuando hay niños en medio. Se suma a lo anterior la posición del estado cubano frente a la familia, el veto a la libertad de pensamiento, al arte y a las relaciones.

Nieve es la consecuencia de esa fuerza ejercida sin medir las consecuencias, donde cada quien empuja o hala hacia su lado, sin mirar que queda en medio ese choque, esta niña pequeña de tan solo 8 años, que llegó a sentirse terriblemente sola y abandonada sin su

diario, hubiera perecido, hubiera sucumbido al sistema. Por el contrario el personaje de la película, es humano, es frágil, es infantil, pero nunca estuvo al borde del abismo, nunca perdió lo suficiente, nunca sufrió en demasía.

Las conclusiones

Esta película hace parte del nuevo cine colombiano donde los directores están aprendiendo cada vez más a trabajar en condiciones más cercanas a las de la industria cinematográfica, otro tipo de industria que está más centrada en el cine de autor, es decir en términos de producción similares a los de Europa.

Los procesos de búsqueda de financiación han cambiado, se trabajan fuentes fuera de los del fondo de cinematografía, apelando incluso a coproductores internacionales y se ha vuelto cada vez más efectiva, ampliando incluso los mercados fuera de los países de habla hispana. Sin embargo se sigue apelando a los bienes personales para poder financiar el proceso de producción, dejando a los inversionistas nacionales en unas condiciones precarias después de terminar sus obras.

Otro inconveniente es la cadena de distribución. En Colombia se inicia la cadena de producción sin tener en cuenta el proceso de distribución y exhibición de las obras, es muy difícil que una película colombiana tenga preventas con alguna distribuidora internacional que le garantice los mercados internacionales, la venta de las diferentes licencias para que el retorno de ingresos justifique el proceso de producción.

Es necesario empezar a pensar en una manera de fortalecer esta cadena de producción y distribución, son importantes los mercados, las ferias tipo BAM, smartfilm,

Bogoshort, BIFF, FICCI entre otros. No menos importante, es educar a los futuros cineastas en el proceso de producción para que aprendan a valorar el trabajo, a cuantificar la obra cinematográfica que va desde el guion hasta el último de los cargos de la cadena de producción. No con el propósito de que se pierda su valor artístico sino para que en algún momento podamos decir que en Colombia también un cineasta puede vivir de una manera digna de su profesión

DISTRIBUCIÓN y EXHIBICIÓN

Largometrajes estrenados en salas en 2015								
#	Títulos	Productor	Espectadores	Taquilla (\$Col)	Presupuesto	Distribuidor/No. Pantallas	Género	Fecha Estreno
1	Uno Al Año No Hace Daño 2	Dago García Producciones S.A.S.	548.382	4.142.381.178	2.915.476.350	Cine colombia	Ficción	24/12/2015
2	Se nos Armó la Gorda	Take One Productions S.A.S	452.546	3.059.131.188	330.353.000	UIP/90	Ficción	08/01/2015
3	Güelcom Tu Colombia	GÜELCOM TU COLOMBIA S A S	301.899	2.072.412.370	1.876.547.704	Diamond Films/Cine Colombia: 26; CineMark: 26; Royal Films: 43; Procinal: 13; Cinépolis: 4; Cineland: 7; Otros: 11	Ficción	24/09/2015
4	Se Nos Armó La Gorda Al Doble	Take One Productions S.A.S	177.154	1.141.267.450	504.353.000	UIP/Royal Films: 30; Cine Colombia: 27; CineMark: 26; Procinal: 18; Cineland: 7; Cinépolis: 5; Otros: 15	Ficción	01/10/2015
5	El Cartel de la Papa	Laberinto Cine y Televisión Ltda.	124.508	923.658.628	708.955.978	Cine Colombia/Cine Colombia: 23; CineMark: 2; Procinal: 6; Royal Films: 18; Cinépolis: 5; Inversiones CGS: 1; VOCines: 2; La Galería: 1	Ficción	16/07/2015
6	El Abrazo de la Serpiente	Ciudad Lunar Producciones Ltda	111.528	949.642.641	2.542.527.212	Cinecolor Films: 26	Ficción	21/05/2015
7	Out Of The Dark	Fast Producciones S.A.S.	93.490	668.708.691	3.012.091.867	Cinecolor Films: 74	Ficción	22/01/2015
8	Reguechicken	Dago García Producciones S.A.S.	63.612	437.302.438	954.793.904	Cine Colombia/Cine Colombia: 92	Animación	04/06/2015
9	Que Viva La Música	Que Viva la Música Producciones Ltda.	61.297	504.770.540	3.474.279.138	Cine Colombia/Cine Colombia: 36; CineMark: 12; Procinal: 7; Royal Films: 15; Cinépolis: 4; Cineland:	Ficción	29/10/2015

						3; Otros: 4		
10	Pa	Trompetero Producciones S.A.S	58.725	420.082.842	685.137.286	Cinecolor Films: 110	Ficción	04/06/2015
11	Vivo en el Limbo	Dago García Producciones S.A.S.	57.874	400.504.448	1.355.482.238	Cine Colombia/Cine Colombia: 20; CineMark: 19; Procinal: 13; Royal Films: 15; Cinépolis: 5; Cineland: 5; Cinemas Valle de Atriz: 1; Teatro Cecilia Royal Club: 1	Ficción	27/08/2015
12	La Tierra y La Sombra	Burning Blue S.A.S.	54.583	468.844.210	1.470.630.000	Cineplex/Cine Colombia: 15; CineMark: 3; Procinal: 3; Babilla Cine: 1; Cine Toinalá: 1; Cinemanía: 1; Colombo americano: 1; Royal Films: 1; Cinépolis: 1; Cinemateca del Caribe: 1; Cámara de Comercio de Pereira: 1	Ficción	23/07/2015
13	La Rectora	Dynamo Producciones S.A.	28.169	208.768.073	822.251.210	Cine Colombia/Cine Colombia: 78	Ficción	07/05/2015
14	Todos Se Van	Jimeno Acevedo & Asociados S.A.	26.493	238.505.455	2.224.589.025	Cinecolor Films: 44	Ficción	23/04/2015
15	Carta a una Sombra	Producciones La Esperanza S.A.S.	25.674	208.716.300	438.275.500	Cine Colombia/Cine Colombia: 12; Procinal: 1; Babilla: 1; Centro Colombo Americano: 1	Documental	02/07/2015
16	Gente de Bien	Evidencia Films y Producciones Ltda.	24.776	195.011.150	1.831.160.000	Cine Colombia/Cine Colombia: 36	Ficción	28/05/2015
17	Siempre viva	CMO Producciones S.A.S.	20.558	167.231.696	1.752.801.500	Cine Colombia/Cine Colombia: 12; CineMark: 1; Procinal: 1; Cinépolis: 1; Royal Films: 1; Otros: 2	Ficción	01/10/2015
18	Antes del Fuego	Laberinto Cine y Televisión Ltda.	13.418	115.675.600	704.198.085	Cine Colombia/Cine Colombia: 15; Procinal: 4; Royal Films: 1; Cinépolis: 3; Cineland: 1	Ficción	06/08/2015
19	Alias María	Rhayuela Cine S.A.	8.664	63.109.000	2.440.000.000	Cine Colombia/Cine Colombia: 8; Procinal: 3; Cinépolis: 1; Otros: 2	Ficción	12/11/2015
20	El Último Aliento	Ocho y Medios Comunicación Ltda.	6.737	41.305.938	1.700.000.000	VOCines: 20	Ficción	28/05/2015
21	Porro Hecho en Colombia	El Carito Music S.A.S.	5.465	35.077.150	852.158.525	Cineplex/Royal Films: 7; Cine Colombia: 4; Procinal: 3; Cineland: 1; Cinemanía: 2; CineMark: 1	Ficción	17/09/2015
22	El Elefante Desaparecido	Fast Producciones	5.443	45.762.400	3.300.000.000	Cine Colombia/Cine Colombia: 21	Ficción	16/04/2015

		S.A.S.						
23	Ella	Dos de Dos Producciones Ltda	4.865	39.091.300	721.967.160	Cine Colombia/Cine Colombia: 8	Ficción	11/06/2015
24	Ruido Rosa	Kymera Producciones E.U.	4.381	38.483.700	961.364.409	Cine Colombia/Cine Colombia: 12	Ficción	10/04/2015
25	Detective Maraño	Dynamo Producciones S.A.	3.829	27.578.800	830.871.007	Cine Colombia/Cine Colombia: 10; CineMark: 2; Procinal: 3; Royal Films: 6; Cinépolis: 2; Otros: 1	Ficción	26/11/2015
26	El Viaje del Acordeón	Limelight Producciones Colombia S.A.S.	3.010	23.956.050	546.978.414	Cine Colombia/Cine Colombia: 18	Documental	16/10/2015
27	Las Tetas de mi Madre	Pinhole S.A.S.	3.050	17.727.500	1.901.381.346	Laboratorios Black Velvet: 4	Ficción	05/11/2015
28	Violencia	Burning Blue S.A.S.	2.813	26.006.850	651.180.000	Cine Colombia/Cine Colombia: 15	Ficción	22/10/2015
29	Suave el Aliento	Schweizen Media Group S.A.S	2.366	13.983.700	1.099.256.032	Cineplex/Cine Colombia: 2; Cinépolis: 2; Procinal: 2	Ficción	22/10/2015
30	Shakespeare	Dago García Producciones S.A.S.	1.890	15.591.850	919.120.000	Cine Colombia/Cine Colombia: 5	Ficción	30/04/2015
31	Un Asunto de Tierras	Pathos Audiovisual S.A.S.	1.762	13.310.250	467.315.700	Cine Colombia/Cine Colombia: 4; Procinal: 1; Royal Films:1	Documental	27/08/2015
32	Refugiado	BURNING BLUE S A S	1.651	13.279.850	2.956.014.307	Cineplex	Ficción	10/12/2015
33	Paisaje Indeleble	Luz Yamyle Ramírez Ortiz	1.266	8.616.000	538.715.791	Royal Films	Ficción	10/12/2015
34	Monte adentro	Nicolás Macario Alonso Charria	1.089	6.055.000	558.860.000	Bogotá: Cine Tonalá y Cinemateca Distrital; Cali: Museo La Tertulia; Medellín: Centro Colombo Americano; Manizales: Cinespiral	Documental	07/10/2015
35	El Valle sin sombras	Día Fragma Fábrica de Películas Ltda.	674	3.954.500	608.935.000		Documental	13/11/2015
36	Parador Húngaro	Aseneth Suárez Ruíz	473	3.064.000	166.981.500	Royal Films/Royal Films 2, Otros 2	Documental	03/12/2015

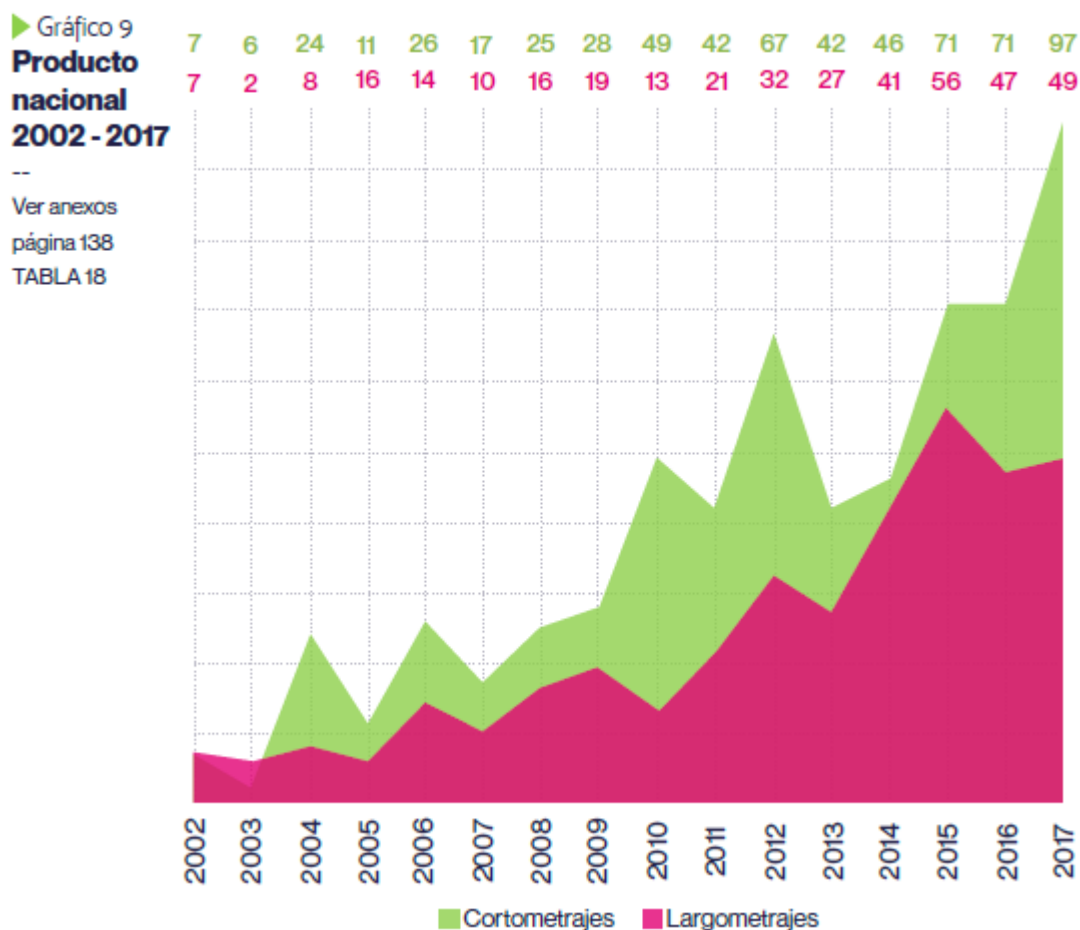
Fuente: Sistema de Información y Registro Cinematográfico (SIREC) y Proimágenes y Anuario Estadístico Cine Colombiano 2015.

DIAGNÓSTICO

Para el cine colombiano el mantenimiento del ciclo producción, distribución y exhibición ha sido muy complejo. La creación de la Ley de Cine y su implementación, ha contribuido a un proceso con aportes significativos en el aspecto artístico, económico y cultural.

Según el Anuario Estadístico del Cine Colombiano 2017, los recursos del FDC que provienen del recaudo de la cuota parafiscal que pagan los exhibidores, distribuidores y productores por la exhibición de películas en las salas de cine del país, sumaron entre agosto de 2003 y diciembre de 2017 un valor de \$202.555 millones de pesos (USD \$68.639) (Rangel, 2018, p. 39)

Si relacionamos los USD \$68.639.000 recaudados por el FDC, que puede ser el presupuesto medio de una película de Hollywood, y si observamos que “entre 2002 y 2017 se han reconocido 997 obras cinematográficas como Producto Nacional, 625 cortometrajes y 372 largometrajes”, se puede hablar de una gran productividad de la inversión. (Rangel, 2018, p.42)



Como se puede apreciar en el Gráfico 9 del Anuario, la producción de cine colombiano se ha incrementado sensiblemente. Muchos factores han influido, entre ellos, las diferentes alternativas de financiación y los procesos tecnológicos, pero progresivamente se han profundizado las dificultades en las etapas de distribución y exhibición.

Existen grandes contrastes; según la información del Anuario 2015, hay 29 largometrajes por debajo de 100.000 espectadores, y entre ellos, siete por debajo de 2.000; la más baja asistencia fue de *Parador húngaro* con 473. Entre los estrenos colombianos con mayor asistencia en 2015 hay cinco comedias, encabezadas por *Uno al año no hace daño 2*, cuya versión anterior, fue estrenada el 25 de diciembre de 2014, con una asistencia que continuó en 2015 hasta acumular 1.114.562 espectadores. “Es la única película estrenada en

2014 que entra al Top 20 de las exhibidas en 2015”, tal como se puede ver en el siguiente cuadro (Anuario Estadístico 2015, p.40)

Top películas exhibidas 2015					
Puesto	Título	Espectadores	Taquilla \$col	Género	Nacionalidad
1	Rápidos y furiosos 7	4.373.353	40.943.579.211	Ficción	Estados Unidos
2	Minions 3D	3.146.482	27.626.210.680	Animación	Estados Unidos
3	Los vengadores: la era de Ultron	2.482.382	23.545.319.409	Animación	Estados Unidos
4	Colombia magia salvaje	2.370.239	13.793.728.042	Documental	Sin especificar
5	Intensamente	2.317.234	18.965.560.529	Animación	Estados Unidos
13	Uno al año no hace daño	1.114.562	7.866.397.323	Ficción	Colombia

Dentro de las cinco primeras en el Top 20 de las exhibidas en 2015, aparece el único documental *Colombia magia salvaje*, que no aplicó para el reconocimiento como Producto Nacional, pero tuvo una ingeniosa estrategia de producción y comercialización a la cual integró de manera especial a la cadena comercial de almacenes Éxito.

En relación con las películas extranjeras, es significativo detenerse en la película que ocupa el primer puesto en 2015 y 2017. En 2015, encabeza el Top 20 *Rápidos y furiosos 7*, de Estados Unidos, país con 16 más y una es de Francia; ocho películas son de animación y once de ficción.

En el Anuario Estadístico 2017, en el Top películas exhibidas 2017, encabeza *Rápidos y furiosos 8*, que tuvo un presupuesto de producción de 250 millones de dólares y una recaudación en el mundo de USD1.236.005.118⁴ (Rangel, 2018, p. 74).

Cuando se estrenó en Colombia, el jueves 13 de abril, obtuvo en su primer fin de semana 1.289.510 espectadores. (Rangel, 2018, pp.13 – 14)

⁴ <https://www.boxofficemojo.com/movies/?id=furious8.htm>
Consulta noviembre 24 de 2018

Top películas exhibidas 2017					
Puesto	Título	Espectadores	Taquilla \$col	Género	Nacionalidad
1	Rápidos y furiosos 8	3,896,113	36,588,167,668	Ficción	Estados Unidos
2	Mi villano favorito 3	2,556,857	21,420,968,521	Animación	Estados Unidos
3	Liga de la justicia	2,419,352	21,786,154,147	Animación	Estados Unidos
4	Annabelle 2: La creación	2,015,675	16,015,987,432	Ficción	Estados Unidos
5	Mujer maravilla	2,008,997	18,890,000,179	Ficción	Estados Unidos

Fuente (Rangel, 2018, p.74)

Por otro lado el valor de la boleta, entre 2008 y 2017, según el Anuario Estadístico 2017, se ha mantenido relativamente constante; los estrenos colombianos han aumentado de manera especial desde el año 2015. (Rangel, 2018, p.76)

Espectadores cine nacional					
Año	Espectadores cine nacional	Total espectadores	Boleta promedio	Espectadores Cine colombiano %	Estrenos colombianos
2008	2,273,284	21,561,926	7.664	10.5	13
2009	1,231,758	27,067,506	6.475	4.6	11
2010	1,527,757	33,775,893	6.105	4.5	10
2011	3,006,190	38,452,567	6.724	7.8	18
2012	3,400,445	41,421,891	6.998	8.2	23
2013	2,140,968	43,710,992	7.167	4.9	17
2014	2,205,769	46,939,746	7.101	4.7	28
2015	3,427,922	59,140,429	7.200	5.8	36
2016	4,791,703	61,745,025		7.8	41

			7.387		
2017	3,684,450	62,963,454	7.312	5.9	44

Fuente: (Rangel, 2018, p.76)

En el Top de películas exhibidas en 2015 y 2017, tanto colombianas como extranjeras, se puede apreciar a qué películas está asistiendo masivamente el público colombiano. ¿Es posible competir en los mismos términos con películas, de Hollywood especialmente, que tienen esos altos rangos presupuestales, tanto en la producción como en la promoción y publicidad?

La comercialización del largometraje colombiano se sigue haciendo fundamentalmente a través de las salas de cine, en las cuales debe competir con dichas producciones. Determinadas películas donde predominó el criterio cultural y artístico, fueron a festivales nacionales y extranjeros con el fin de abrir un espacio dentro de sus posibilidades de comercialización. El premio Cámara de Oro en Cannes para *La tierra y la sombra* y la nominación al premio Oscar de *El abrazo de la serpiente* fueron importantes para su distribución y exhibición a nivel nacional e internacional. Otros largometrajes como *Violencia*, *Ella* y *Suave el aliento*, por ejemplo, tuvieron también significativos reconocimientos en el extranjero, pero no ha habido correspondencia significativa en la comercialización, según lo manifiestan los productores y directores en las entrevistas realizadas para este seminario⁵.

Cuando la película se exhibe en una sala de cine debe atraer un mínimo de espectadores para que se mantenga en cartelera, de lo contrario sale y, en la mayoría de los casos, entra en el anonimato y difícilmente se puede volver a ver, dentro del sistema tradicional de exhibición. Sin embargo, el hecho de que una película salga del circuito de salas, no debe significar que no se pueda acceder a ella. En este punto entra la posibilidad de existir en internet.

⁵ <http://www.granodecine.org.co/eventos/seminario-busquedas-del-largometraje-colombiano>

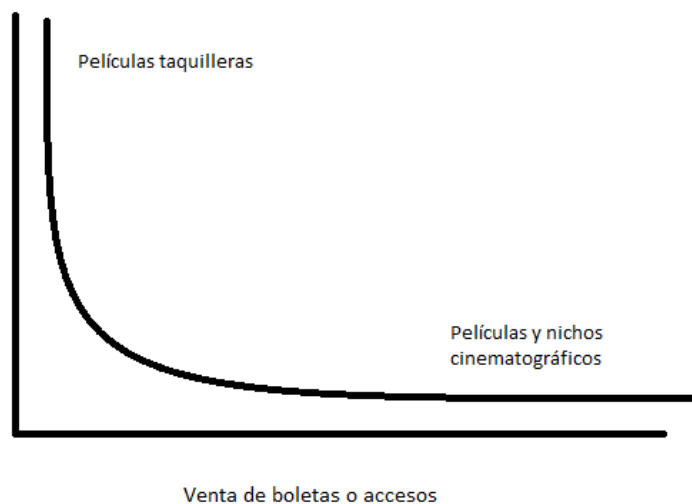
Hay una pregunta implícita: ¿es posible ver un largometraje colombiano cuando sale de la sala de cine sin tener que recurrir al mercado pirata?

La Economía Long Tail y Retina Latina

En el libro *La economía Long Tail*, De los mercados de masas al triunfo de lo minoritario, Chris Anderson explora las posibilidades de vender menos de más.

La mayor parte de las películas no son éxitos de taquilla, la mayor parte de las grabaciones musicales no figuran entre las cien primeras, la mayor parte de los libros no son *best sellers*, y la mayor parte de los programas de video no son calificados por Nielsen ni, mucho menos, emitidos en las horas con más audiencia. Sin embargo, muchos de ellos tienen millones de espectadores en todo el mundo. Simplemente, no son éxitos y, por lo tanto, no se han tenido en cuenta.(...) Hoy el mercado masivo se está convirtiendo en una masa de nichos.

Esa masa de nichos siempre ha existido, pero a medida que disminuye el coste de acceso –los consumidores encuentran nichos de productos, y los nichos de productos encuentran consumidores- se convierte en una fuerza económica y cultural que hay que tomar en cuenta. (Anderson, 2007, p.16)



En internet, la curva de demanda Long Tail (larga cola), ubica los éxitos a la izquierda, o sea, los que se venden más, ejemplo, las superproducciones de Hollywood; y a la derecha, los productos, pertenecientes a múltiples nichos, que tienen ventas ocasionales, lo cual genera la larga cola. Esos nichos en la práctica son las diferentes cinematografías del mundo, incluyendo las producciones independientes o de bajo presupuesto.

“Poner los nichos al alcance de todos los consumidores revela la demanda latente de contenidos no comerciales. Por lo tanto, a medida que la demanda se oriente hacia los nichos, mejorará la economía y creará una retroalimentación positiva que transformará todas las industrias (y la cultura) en las próximas décadas”. (Anderson, 2007, p.40)

Esta exploración sistemática de la economía Long Tail catapultó, según Anderson, a Netflix y Amazon, realidad de la que somos testigos en la actualidad.

En Agosto de 2015, la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura publicó el Proyecto Plataforma de Coordinación Regional para la Distribución Audiovisual, donde exploró el panorama de plataformas de distribución digital de cine VOD y sus modelos de negocio.

Este proyecto tomó varios elementos de la economía Long Tail y los expresó así:

1. En casi todos los mercados hay más bienes de nicho que productos de éxito.
2. Los costes de acceso a esos nichos descienden de forma significativa.
3. La oferta de variedad no hace surgir la demanda. Hace falta crear filtros que puedan orientar la demanda hacia la larga cola.
4. Cuando los filtros funcionan, la curva de la demanda se alarga.
5. Todos los nichos se suman, de forma que los productos de nicho pueden crear un mercado por sí mismo y puede competir con el mercado de éxito.
6. De esta forma aparece con naturalidad la demanda que se instala en el sistema. (Labrada, 2015, p.11)

Las fuerzas de la Long Tail son: “Hágalo, Distribúyalo y Ayúdeme a encontrarlo” (Anderson, 2007, p. 73).

Las fuerzas directrices son: democratización de la producción (nuevas tecnologías y productores para la larga cola), Democratización de la distribución (agregadores de la larga cola) y la conexión de la oferta con la demanda a través de filtros de la larga cola. (Labrada, 2015, p.14)

El proyecto de Plataforma de Coordinación Regional para Distribución Audiovisual sirvió de base para crear Retina Latina⁶, “plataforma digital de difusión, promoción y distribución del cine latinoamericano, de carácter público y acceso gratuito e individual para los ciudadanos de la región desarrollada por seis entidades cinematográficas” de Bolivia, Ecuador, Perú, México, Uruguay y Colombia.

Retina Latina, que inició el 4 de marzo de 2016, “surge a partir de la necesidad de generar acciones concretas de alcance regional para responder a tres condiciones: inexistencia de un mercado regional consolidado, concentración de obras nacionales exitosas en el mercado local que no se exhiben en mercados vecinos, e insuficiencia de mecanismos de coordinación regional para la distribución de cine”

Retina Latina tiene “en 21 meses de operación, 190 obras publicadas y 417.041 visitas de 22 países.” (Rangel, 2018, p. 29).

Otro aspecto a considerar es la población con acceso a salas de cine. “Durante 2017 el 58.8% de la población del territorio nacional tuvo acceso a cine, es decir que 29.007.767 de colombianos contaron con acceso a salas de cine en su ciudad o municipio.

De los 1.122 municipios del país, existen salas de cine en 64, hay 1.058 municipios sin acceso a salas de cine que representan a 20.283.842 de colombianos.” (Rangel, 2018, p. 7).

Dentro de las propuestas para acceder a otros canales y públicos, ha surgido la necesidad de aprovechar con más intensidad el llamado CIRCUITO ALTERNO, organizando en salas alternas muestras y festivales de cine colombiano a través de las diferentes regiones y municipios del país. Sin embargo, este circuito es pequeño. “Durante 2017 las salas alternas activas fueron 10 que suman 1.854 sillas.” (Rangel, 2018, p. 31)

¿Sólo en cines?

⁶ <https://www.retinalatina.org/acerca-de-retina-latina/>



El 19 de octubre de 2017, MinTIC, publicó este mensaje: “98% de los municipios ya están conectados, y se está llevando la red de Alta velocidad en 47 zonas apartadas de las cuales, 21 municipios ya tienen Internet inalámbrico en zonas alejadas de departamentos como Meta, Casanare, Chocó, Arauca, Guainía y Antioquia.”⁷

El cine es uno más de los medios de entretenimiento y de alternativas para uso del tiempo libre, especialmente en las ciudades. El público se está segmentando entre la televisión convencional y las diferentes alternativas que ofrecen las múltiples pantallas en determinados momentos de la vida cotidiana. Por ejemplo la experiencia simultánea de la doble pantalla, es decir, la de un programa en un canal de televisión y la interacción a través del celular o el computador. Los jóvenes están viendo menos televisión. Las narrativas crossmedia (un producto audiovisual a través de diferentes medios) y transmedia (diferentes productos, audiovisuales entre ellos, que se complementan entre sí) hacen parte de las nuevas formas de comunicarse con las audiencias.

⁷ <https://www.mintic.gov.co/porta/604/w3-article-61094.html>

La tecnología sigue su avance, hace pocos años pasamos de los móviles 3G a los 4G y ya se aproxima la 5G.

Según Jenkins, "la convergencia representa un cambio de paradigma: el paso de los contenidos específicos de un medio a los contenidos que fluyen por múltiples canales mediáticos y a relaciones cada vez más complejas entre los medios corporativos de arriba abajo y la cultura participativa de abajo arriba." (Jenkins, 2008, p.241)

Jenkins destaca esta afirmación de Marshall Sella, del *New York Times*, "Un hombre con una máquina (un televisor) está condenado al aislamiento, pero un hombre con dos máquinas (un televisor y un ordenador) puede pertenecer a una comunidad" (Jenkins, 2008, p.243)

La competencia entre los gigantes digitales del mercado audiovisual como Netflix, Youtube, Amazon, Apple, etc. está imponiendo condiciones, donde es compleja o imposible una negociación equitativa desde una posición individual o aislada. En relación con Netflix han aparecido diversas inquietudes, y se plantea exigir cuotas de pantalla o fijar tasas impositivas. Todo esto como consecuencia de "las prácticas corporativas de dumping, la posición dominante del mercado, la competencia desleal y la hegemonización cultural."⁸

¿En qué medida es posible tener un espacio dentro de un mercado con millones de atracciones y miles de productos audiovisuales de todo el mundo? Martel (2011) afirma:

"Ha estallado la guerra mundial de los contenidos. Es una batalla que se libra a través de los medios por controlar la información; en las televisiones, por dominar los formatos audiovisuales de las series y los *talk shows*; en la cultura, por conquistar nuevos mercados a través del cine, la música y el libro; finalmente, es una batalla internacional por los intercambios de contenido en Internet. Esta guerra por el *soft power* enfrenta a fuerzas muy desiguales. En primer lugar, es una guerra de posiciones entre países dominantes, poco numerosos y que concentran prácticamente casi todos los intercambios comerciales. En segundo lugar, es una guerra de conquista entre estos países dominantes y los países emergentes por

⁸ <http://andinalink.com/los-irreparables-danos-de-netflix-en-las-economias-de-latinoamerica/> Consulta noviembre 11 de 2018

asegurarse el control de las imágenes y los sueños de los habitantes de muchos países dominados que no producen o producen muy pocos bienes y servicios culturales. Y por último, también son batallas regionales para obtener una nueva influencia a través de la cultura y la información.” (p. 415).

La respuesta está directamente relacionada con el concepto de cultura que tengamos y las acciones concretas que realicemos de manera orgánica y articulada a nivel individual, institucional e interdisciplinario. Al respecto, el director de cine Arturo Ripstein expresa: “He escuchado decir muchas veces que antes que cultura, es vital construir hospitales, aulas, carreteras. Olvidan que la cultura es tan capital como la salud, como la educación, como las comunicaciones. No es un adorno es parte intrínseca del todo social. No hay crecimiento sin cultura. No hay desarrollo sin cultura. No hay democracia sin cultura.”

Desde la perspectiva de nuestro sector cinematográfico, implica conectar la oferta con la demanda, la articulación y la retroalimentación de información a todos los niveles, local, departamental, nacional y entre los países de la región, donde ya está funcionando la red de Ibermedia y la plataforma Retina Latina.

Es decir, profundizar, de manera interdisciplinaria e interinstitucional, en las fuerzas que se mueven dentro de los nichos de la Long Tail (Larga Cola) de la que habla Anderson (2007): “Hágalo, Distribúyalo y Ayúdeme a encontrarlo” (p.73).

Desarrollo concreto de Recomendaciones

RECOMENDACIONES

Están orientadas a buscar una articulación sinérgica entre las políticas del Ministerio de Cultura, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y el

Ministerio de Educación, pues cada una de estas entidades está desarrollando labores que tienen puntos objetivos de entrelazamiento.

- Articular para Colombia y los países que hacen parte de Ibermedia, a través de Retina Latina, la información sistematizada de los largometrajes desde el presente hacia atrás. Para Colombia, esta actividad la puede realizar también Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano. Hay plataformas, como granodecine.org.co, que lo están haciendo en la actualidad.
- Teniendo en cuenta la cobertura de internet en Colombia, articular, mediante los Consejos Municipales y Departamentales de Cultura, las regiones y municipios para que haya una continuidad después de la exhibición de las películas en las salas.
- La Televisión Digital Terrestre⁹ (TDT), en 600 municipios aproximadamente, es fundamental dentro de este proceso de conexión, donde se puedan ejecutar iniciativas como las de ANAFE (Asociación Nacional de Festivales, Muestras y Eventos Cinematográficos y Audiovisuales de Colombia).
- Internet es cada vez más audiovisual y juega un papel fundamental en los niños y los jóvenes; se habla del *eduentretenimiento*. Con el Ministerio de Educación es posible desarrollar otras iniciativas como Cinescuela, creada para articular entretenimiento, educación y Tecnologías de la Información y de la Comunicación en procesos de formación de establecimientos educativos, bibliotecas y centros culturales.¹⁰
- Incrementar, a través del SIREC (Sistema de Información y Registro Cinematográfico), la circulación de información documentada, pues aunque el Habeas data y la protección de datos personales es importante, hay un riesgo de hermetismo que dificulta los procesos normales de comunicación. Allí se podría consultar también información sobre asociaciones, colectivos de trabajo, etc.

Plan de socialización

⁹ <https://www.tdtcolombia.tv/noticias/senal-tdt-llega-mas-lugares-del-pais>

¹⁰ <http://cinescuela.org/es/informacion/12/cinescuela-21815>

El Documento Diagnóstico y Recomendaciones se alojará, previo visto bueno de Proimágenes, en el sitio web <http://granodecine.org.co/> , que tiene el siguiente enlace para el proyecto:

<http://www.granodecine.org.co/eventos/seminario-busquedas-del-largometraje-colombiano>

Allí está la opción de Foro para intercambiar con los diferentes participantes sobre la investigación y el proceso.

Se enviará correos a través de los inscritos en el componente virtual, se anunciará a través de los boletines Claqueta y Pantalla Colombia, los medios free press, y las asociaciones del sector cinematográfico.

También está la posibilidad de hacer una sesión presencial para invitar a las entidades de formación que participaron en el Seminario, a los integrantes del sector cinematográfico y el público en general.

Bibliografía

- Anderson, C. (2007). La economía Long Tail. Barcelona: Ediciones Urano, S. A.
- Dirección de Cinematografía (2016). Anuario Estadístico Cine Colombiano 2015. Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia.
- Jenkins, H. (2008). Convergence Culture. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.
- Labrada, F. (2015). Proyecto Plataforma de Coordinación Regional para la Distribución Audiovisual. Bogotá. Dirección de Cinematografía, Ministerio de Cultura de Colombia.
- Martel, F. (2011). Cultura Mainstream. Madrid: Santillana Ediciones Generales.
- Rangel, V. (2018). Anuario Estadístico del Cine Colombiano 2017. Dirección de Cinematografía, Ministerio de Cultura de Colombia.

ÍNDICE

Metodología de participación en el proyecto Seminario Búsquedas del Largometraje Colombiano	2
Diagnóstico, Análisis y Conclusiones	6
Organización	6
Financiación	8
Producción y Contenidos	18
Sesión 1 <i>SIEMPREVIVA</i> Universidad Manuela Beltrán Profesor Edison Gómez Amaya	19
Sesión 2 <i>VIOLENCIA</i> Universidad Central Profesor Andrés Mossos	35
Sesión 3 <i>LAS TETAS DE MI MADRE</i> Corporación Escuela de Artes y Letras - Institución Universitaria Profesor Max Henríquez C.	45
Sesión 4 <i>EL CARTEL DE LA PAPA</i> Universidad Jorge Tadeo Lozano Profesor Diego H. Franco Cárdenas	51
Sesión 5 <i>UNO AL AÑO NO HACE DAÑO 2</i> Corporación Universitaria Taller Cinco Profesor Alfonso Cifuentes Galvis	58
Sesión 6 <i>SUAVE EL ALIENTO</i> Escuela de Cine y Fotografía Zona Cinco Profesor Jairo Estrada	66
Sesión 7 <i>LA TIERRA Y LA SOMBRA</i> Universidad Javeriana Profesor Juan David Cárdenas	79
Sesión 8 <i>GENTE DE BIEN</i> Escuela Nacional de Cine Profesora Paola Pérez	90
Sesión 9 <i>ELLA</i> Universidad Nacional Profesora Libia Stella Gómez	97
Sesión 10 <i>TODOS SE VAN</i> Corporación Universitaria Unitec Profesora Claudia Patricia Sandino	109
Distribución y Exhibición	118
Diagnóstico	120
Recomendaciones	131

