

RIESGO DE PELÍCULA. APROXIMACIÓN A LA POLÍTICA DE FOMENTO DE
LA PRODUCCIÓN DE CINE EN COLOMBIA.

LUIS FERNANDO PULIDO MURILLO

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA Y RELACIONES INTERNACIONALES
BOGOTÁ
2005.

RIESGO DE PELÍCULA. APROXIMACIÓN A LA POLÍTICA DE FOMENTO DE
LA PRODUCCIÓN DE CINE EN COLOMBIA.

LUIS FERNANDO PULIDO MURILLO

DIRECTOR: JORGE VEGA MORENO

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA Y RELACIONES INTERNACIONALES
BOGOTÁ
2005.

CONTENIDO

	Pág.
0. INTRODUCCIÓN:	1
1. MARCO CONCEPTUAL. EL MODELO C.A.C.I.	5
2. CONTEXTO ACTUAL DE LA INDUSTRIA DEL CINE DESDE LO GLOBAL HACIA LO LOCAL.	9
2.1. El cine como industria de la cultura y la comunicación o I.C.	9
2.1.1. Las características particulares de la industria del cine como parte de las industrias culturales y de la comunicación.	15
3. LA INDUSTRIA DEL CINE. DE LO GLOBAL HACIA COLOMBIA.	16
3.1. La omnipresencia de Norteamérica en la industria a nivel global	16
3.2. La “veredal” industria del cine en Colombia.	22

3.2.1.	Aspectos relevantes de la industria. Distribución, exhibición, producción y taquilla.	28
3.3.	La política de fomento a la producción de cine en Colombia frente a un mercado que se ha reducido a su cuarta parte.	32
3.4.	El cine en Colombia una realidad de hieles y mieles.	33
3.5.	Una nueva política, una nueva era.	35
3.5.1.	Una mirada al marco legal de la política de fomento al desarrollo cinematográfico en Colombia.	35
4.	APROXIMACION A LA POLÍTICA DE FOMENTO A LA PRODUCCIÓN EN COLOMBIA.	38
5.	REFLEXIONES Y RECOMENDACIONES.	45
7.	BIBLIOGRAFÍA.	51
8.	GLOSARIO.	53
9.	LISTA DE ANEXOS.	57

0. INTRODUCCIÓN

La industria del cine consiste en una producción masiva de productos con un contenido simbólico que incluye: películas, cortometrajes, videos, bandas sonoras, atracciones alusivas, souvenirs, afiches, juguetes, libros, camisetas y juegos. Entre otros. Que se comercian de manera directa, y/o por medio de exhibidores, distribuidores, comercializadores, comisionistas, correo e **Internet**.

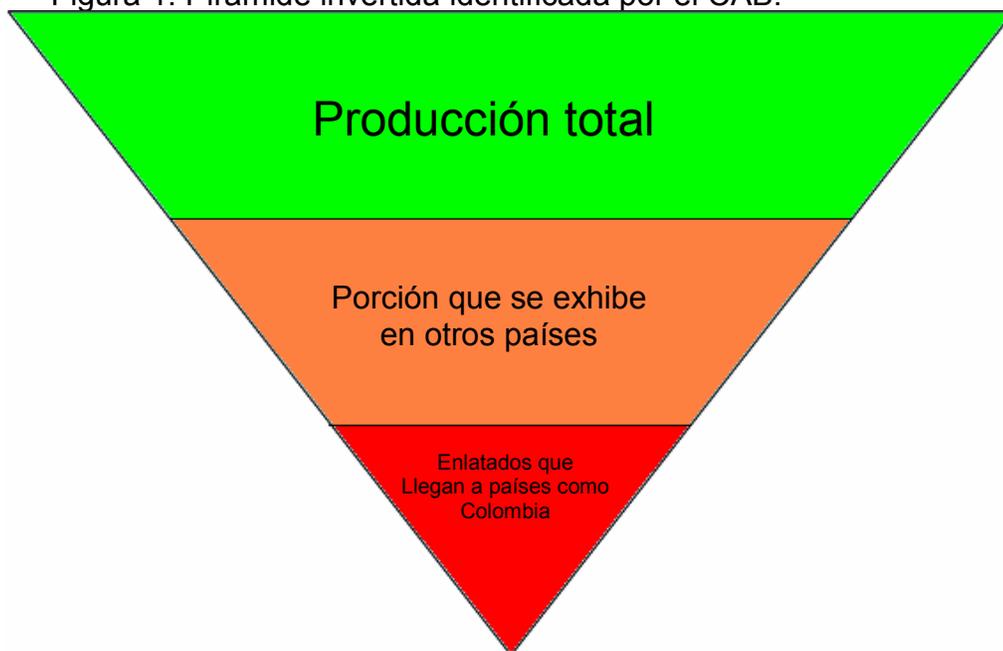
En ella convergen diseño, creación, producción, canales de distribución, medios de comunicación y agencias publicitarias. La industria del cine **es una Industria de la cultura y la comunicación** que tiene hoy día 109 años de vigencia y por su magnitud, es considerado “**el Papá de los medios audiovisuales**”¹.

La **competencia** a nivel de las regiones más industrializadas, en la industria de la cultura y la comunicación es **fuerte**. Por ejemplo, la Unión Europea y los Estados Unidos han presentado serios desacuerdos relacionados con las prácticas de libre comercio que sostienen entre ellos y con otros mercados. Entre otras cosas porque las cifras no son para nada insignificantes; en el año 2000, EE.UU. facturó

¹ Güerere, Abdel. Las mega tendencias y su impacto comunicacional en América latina. En: La realidad Audiovisual Latinoamericana. Secretaria general de la cinematografía iberoamericana. CANC Caracas Venezuela. Pp.24.

en Europa “...más de 60 mil millones de **dólares** por royalties² y derechos de contenidos audiovisuales e informáticos”³. Por su parte, la competencia a nivel de **Colombia** se presenta entre la participación extranjera en el mercado nacional (cifra que se mueve entre 250 y 260 películas extranjeras exhibidas al año) principalmente por medio de las distribuidoras representantes de los “**majors**”, y la participación nacional (entre 2 y 3 películas por año). De esa manera, el producto extranjero penetra en el mercado colombiano como lo dibuja la siguiente pirámide invertida⁴ que plantea el Convenio Andrés Bello.

Figura 1. Pirámide invertida identificada por el CAB.



(FUENTE: Dibujo del autor)

² Royaltie es un canon que se debe pagar sobre un derecho de propiedad por la autoría de algo. Definición de Royalty en la Web. Available from internet:

<<http://www.goodspeed.org/support/plannedgiving/glossary.htm>>

³ GETINO, Octavio. Aproximación a un estudio de las Industrias Culturales en el MERCOSUR. Seminario Internacional Importancia y Proyección del MERCOSUR Cultural con miras a la Integración. Santiago de Chile, 3, 4 y 5 de mayo de 2001. pp. 1

⁴ Convenio Andrés Bello. Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas. Pp. 53.

Particularmente, la industria del cine, desempeña un papel importante en la vida económica de **Colombia**, pues genera empleos, “paga impuestos, y contribuye al equilibrio de la balanza de pagos.”⁵ Además puede efectivamente significar influencias para la identidad y el autoreconocimiento de los individuos y las sociedades; lo cual puede reflejarse en los **procesos de integración regional, territorial y local** si se tiene en cuenta que las industrias de la cultura y la comunicación afectan “más a la fantasía y a la afectividad que a la racionalidad humana y están alterando -a nivel mundial- las pautas culturales de la sociedad globalizada, constituyéndose en la base de las nuevas identidades sociales, políticas y culturales del siglo XXI”⁶.

Pese a que se ha reconocido en la ley 397 de 1997 de la república de **Colombia** la importancia de la industria del cine en **Colombia** como “la generadora de una memoria colectiva” (Ver anexo K) y se han establecido algunos estímulos especiales por parte del gobierno encaminados a “...corregir las imperfecciones del mercado, abrir espacios a la diversidad doméstica y estimular la actividad de producción de cine”⁷, la industria del cine en **Colombia** no logra conformar un cluster⁸ que permita que se de un proceso encadenado y continuo de producción que facilite invertir en la realización de una película en **Colombia** en el tiempo, con

⁵ GETINO, Octavio. Cine y televisión en América latina. LOM ediciones. Santiago de Chile. 1998. pp. 17

⁶ *Ibíd.*, pp. 18

⁷ CAB. Documento de apoyo técnico para la defensa de políticas del sector cinematográfico de países latinoamericanos en las negociaciones de los Tratado de Libre Comercio. Noviembre de 2004. Bogotá. Pp. 2

⁸ Convenio Andrés Bello. Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas. Pp. 56

la calidad y las facilidades para promocionarla y exhibirla tanto en el mercado domestico, como en los mercados extranjeros y que al hacerlo sea un negocio rentable.

El objetivo del siguiente trabajo consiste en identificar cuales de las líneas de acción de la política pública del fondo mixto para la promoción de la cinematografía “Proimágenes en movimiento” son débiles, reflexionar al respecto y proponer alternativas de solución.

Entonces, la pregunta de investigación de este trabajo es ¿En cuales de las líneas de acción del área de producción correspondientes a la política pública del Fondo mixto para la promoción cinematográfica proimágenes en movimiento es posible identificar debilidades?

La hipótesis consiste en que en la política de fomento a la producción de cine de proimágenes en movimiento se presentan ciertas líneas de acción que son débiles a la luz del **modelo para creación de políticas publicas en el área de fomento al cine** disponible en el documento llamado **“Formulación de propuestas estratégicas y alternativas de solución gerencial”**⁹ que en el trabajo se identifica con el nombre de modelo C.A.C.I.

⁹ C.A.C.I. “Formulación de propuestas estratégicas y alternativas de solución gerencial a la cinematografía iberoamericana”. La realidad Audiovisual Latinoamericana. Secretaria general de la cinematografía iberoamericana. CANC Caracas Venezuela. Pp. 203

1. MARCO CONCEPTUAL Y EL MODELO C.A.C.I.

Umberto Eco explica que definir el objeto de estudio significa entonces definir las condiciones bajo las cuales podemos hablar del mismo con base a unas reglas que nosotros mismos establecemos o que otros han establecido antes que nosotros¹⁰. Siguiendo el anterior consejo, se partirá hablando del objeto como lo presentan los modelos de análisis ya establecidos. Es decir; el objeto al cual se le da la mirada en este trabajo consiste en **la política pública de proimágenes en movimiento enfocada en el área de producción.**

El concepto de política pública a usar, así como el modelo que servirá de base para identificar las debilidades que se presentan en las líneas de acción de la política pública de proimágenes en movimiento es el **modelo establecido en el año de 1997** por la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Ibero América. A dicho modelo se le identificará a lo largo del trabajo como **modelo C.A.C.I.**

Se considera este modelo como idóneo pues lo presenta la **C.A.C.I.*; gracias a ella, se fundó el fondo Ibermedia** que es un gran promotor del fomento de la

¹⁰ ECO, Umberto. Como se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura. Barcelona. Gedisa. 1977 Pp. 48

* La C.A.C.I. es la conferencia de autoridades cinematográficas de Iberoamérica. Fue creada en 1989 en el marco del foro iberoamericano de integración cinematográfica realizado en Caracas, Venezuela. Lo conforman más de trece países tales como **Colombia**, España y Argentina.

cinematografía en Iberoamérica con becas y coproducciones entre otras actividades.

El modelo C.A.C.I. permite reconocer que existe para la disciplina de la ciencia política, una metodología creada para buscar “soluciones a los problemas más importantes en la cinematografía iberoamericana”¹¹. La metodología de dicho modelo, permite entender las **políticas públicas** en el área como: Las actividades en que participa el estado que apoyan el “desarrollo de la industria cinematográfica iberoamericana”.¹²

Otra cosa que nos indica Eco, es que debe ser posible identificar en el objeto de estudio unas condiciones de subsistencia¹³. A propósito de las mismas, ellas consisten en: 1. Las condiciones formales tales como: el marco legal, su slogan, su estructura organizacional y sus programas, y 2. Unas condiciones informales tales como la subcultura organizacional¹⁴ y el comportamiento de sus operarios.¹⁵ De aquellas condiciones de subsistencia, las más relevantes para el caso son algunas de las **condiciones formales** de la institución tales como la estructura

¹¹ C.A.C.I. “Formulación de propuestas estratégicas y alternativas de solución gerencial a la cinematografía iberoamericana”. La realidad Audiovisual Latinoamericana. Secretaria general de la cinematografía iberoamericana. CANC Caracas Venezuela. Pp. 203

¹² *Ibíd.*, Ídem.

¹³ ECO, Umberto. Como se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura. Barcelona. Gedisa. 1977 Pp. 49

¹⁴ CROZIER, Michel. El fenómeno burocrático. Ensayo sobre las tendencias burocráticas de los sistemas de organización modernos y sus relaciones con el sistema social y cultural. Buenos Aires. Amorrortu, 1974.

¹⁵ SIMON, Herbert. El comportamiento administrativo. Estudio de los procesos de adopción de decisiones en la organización administrativa Madrid. Aguilar. 1972.

organizacional (Ver Anexo N), su marco legal (Ver anexos K y L) y sus programas (algunos de los cuales se encuentran explicados en la pagina Web¹⁶ de la institución)

Por ser este un trabajo de investigación que requiere alcanzar una cierta profundidad descriptiva¹⁷, la metodología consiste principalmente en describir un contexto, haciendo una aproximación desde lo global hacia lo local de la industria del cine.

Al mismo tiempo, se ira incluyendo la descripción de algunas condiciones de subsistencia formales del objeto como su marco legal y las líneas de acción de la política de proimágenes enfocada en el área de producción (pues es el área sobre la cual se enfoca la pregunta de investigación)

Una vez expuestas las líneas de acción de la política enfocada en el área de producción se identificarán aquellas líneas de acción que muestran debilidades a la luz del modelo que conocemos como C.A.C.I. (haciendo una diagramación en un cuadro que permite observar el **contraste entre el modelo y la política en**

¹⁶ Available From Internet: <<http://www.proimagenescolombia.com>>

¹⁷ ICONTEC. Define monografía como: Trabajo de investigación sobre un tema específico; puede presentar diversos niveles de profundidad descriptiva y ser requisito para optar a un título en estudios de pregrado y de postgrado en las modalidades de especialización y maestría. No debe confundirse con la tesis. Instituto Colombiano de normas técnicas y certificación ICONTEC. Bogotá. 2002.

cuestión) entonces se clasificarán los problemas más evidentes que presenta la política enfocada en el área de producción y se reflexionará acerca de los mismos.

Se harán algunas conclusiones y se darán unas recomendaciones apoyándose por una parte en las entrevistas realizadas a expertos en el manejo del tema; entrevistas que fueron diseñadas gracias a los conceptos que se encuentran en el texto la Evaluación de Políticas Públicas de Jorge Vega (ver anexo G) y por otra parte en las opiniones de expertos halladas en libros, estudios, investigaciones, encuestas (como la de UNESCO), artículos de prensa, revistas y publicaciones colgadas en la **Internet**.

Paralelamente, construiremos un glosario que nos permita apoyarnos en una terminología que no es manejada comúnmente.

Cabe decir que una trabajo de este tipo es pertinente a la disciplina en ciencia política en la medida en que propone soluciones y plantea interrogantes alusivos a un problema de política pública; interrogantes que podrían ser abordados en trabajos ulteriores, los cuales conlleven al mejoramiento y rediseño de las políticas públicas en esta área, ya que en términos generales, las políticas públicas no deben ser estáticas sino dinámicas.

2. CONTEXTO ACTUAL DE LA INDUSTRIA DEL CINE DESDE LO GLOBAL HACIA LO LOCAL.

Hoy día, por medio de múltiples formas de comunicación “...miles de millones de seres humanos, inclusive aquellos cuya existencia está marcada por la marginalidad más extrema experimentan todos los días la percepción de imágenes en movimiento”¹⁸ en lo que se conoce como “obras audiovisuales”.

La industria del cine **es una Industria de la cultura y la comunicación** que produce “obras audiovisuales”. Estos productos son creados dentro de un **“espacio audiovisual”** el cual conjuga por una parte, “la capacidad de procesar y recrear nuestras identidades y simultáneamente, las posibilidades que ofrece cualquier industria en materia de desarrollo económico, inversiones y empleo”¹⁹.

2.1. Las industrias de la cultura y la comunicación o I.C. entendidas a partir su estado del arte.

En la actualidad existen en muchos países del mundo las llamadas **industrias de la cultura y la comunicación** o I.C. Para conocer un poco acerca de las mismas se requiere hacer un breve recorrido a lo largo de una parte de la historia del

¹⁸GETINO, Octavio. Cine y televisión en América latina. LOM ediciones. Santiago de Chile. 1998. pp. 251

¹⁹Ibíd. Pp. 6

pensamiento económico y político, identificando lo que hoy día es considerado el enfoque de los estudios económicos de la cultura; aquellos se ocupan de estudiar la “...**producción mercantil simbólica**. Tal como describe el economista uruguayo Claudio Rama, esta definición de la cultura remite al hecho de que la creación cultural no es sólo resultado de la acción humana en cuanto producción de valores de uso, sino que aquella comienza a definirse como tal cuando dicha producción se ocupa de valores de cambio, objetos o servicios que los demás desean tener y utilizar y que se negocian en un determinado mercado.”²⁰

Adam Smith y David Ricardo, no llegaron a considerar en su época, que las artes (lo que hoy día se conoce como producción cultural) tuvieran capacidad de contribuir a la riqueza de la nación, cada uno a su manera, creía que las artes pertenecían al ámbito del ocio y nada más. En pocas palabras, ellos dejaron este mundo creyendo que la cultura no significaba un sector productivo para la riqueza de las naciones.²¹

Fueron los alemanes quienes primero se interesaron por el tema en el año de 1910 cuando se realizaban ya estudios poco documentados acerca de la relación entre el arte y la economía²². Más adelante, algunos economistas norteamericanos

²⁰ GETINO, Octavio. Economía cultural y economía de la cultura. “La cultura Como capital”. Pp. 5. Available from Internet: <<http://www.innovarium.com/.../Economia%20Cult%20ALTC/Octavio%20Getino%20La%20cultura%20como%20capital%20social.pdf>>

²¹ Prieto de Pedro, Jesús, *Cultura, economía y derecho: Tres conceptos implicados*, Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, 2002. pp.22

²² Ibid., pp. 1

comenzaron a aproximarse al estudio de la Economía de la Cultura, indagando en los procesos de la creación, producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales.

Hacia el año de 1966 se da la publicación de “El dilema económico de las artes escénicas” (Performing Arts: The Economic Dilemma)²³ realizado por los investigadores William Baumol y William Bowen. Siendo esta obra el punto de partida de trabajos similares que emulan el manejo del tema del aporte económico de la producción cultural a la riqueza de las naciones.

En la década de los años sesentas, se fundó la Asociación Internacional de Economistas de la Cultura o Association for Cultural Economics International, (ACEI) y se fundó en la universidad de Akorn, una publicación dedicada exclusivamente al tema; “El Journal of Cultural Economics”. Continuando con el movimiento, se llevó a cabo en Edimburgo, la primera Conferencia Internacional en Economía de la Cultura.²⁴

Los europeos tardaron un poco más en abordar el tema. Se llevo a cabo una investigación en 1984 con el fin de determinar la importancia que para la economía tienen en Zurich las instituciones culturales. Aquella tuvo como

²³ BAUMOL, William. BOWEN, William. Performing Arts - The Economic Dilemma THE MIT PRESS. Septiembre 1968.

²⁴ GETINO, Octavio. Economía cultural y economía de la cultura. “La cultura Como capital”. Pp. 4. Available from internet: <<http://www.innovarium.com/.../Economia%20Cult%20ALTC/Octavio%20Getino%20La%20cultura%20como%20capital%20social.pdf>>

propósito fundamental resolver la preocupación del parlamento por “justificar las subvenciones de la Opera, el Teatro Municipal, la Filarmónica y el Museo, desde un punto de vista económico”. El análisis se centró en dos temas principales: el porcentaje de la subvención que volvía a las arcas del Estado, de manera directa o indirecta, y las influencias que tenían estas subvenciones sobre la economía y el sector privado²⁵.

Los arriba mencionados son trabajos de investigación que antaño se hacían. Y representan un aporte desde la ciencia de la economía a la disciplina de la ciencia política; pues si bien, ellos corresponden a la ciencia de la economía, sus preocupaciones van más allá de las cuestiones monetarias para dar al traste con las preocupaciones de instituciones políticas como el parlamento.

Hoy día existen una serie de trabajos que se diferencian de los trabajos de antaño en que muchos de ellos proponen ser más eclécticos en la disciplina de la ciencia política en el sentido en que lo proponen Godwin y Shepard (1979) quienes señalaron que los científicos políticos estaban haciendo lo equivalente a "forzar cuadrados triángulos y elipses en un paradigma circular"²⁶.

Lo que se pretende decir con ser más eclécticos tiene que ver con no limitarse a ver los fenómenos bajo un solo lente sino ser un tanto multidisciplinarios tomando

²⁵ *Ibíd.*, *Ídem*.

²⁶ OSTROM, Elinor. El gobierno de los bienes comunes. México. Fondo de Cultura económica. 2002. pp. 56

conceptos de la economía así como de la ciencia política y de los estudios culturales. Tal como lo hace el modelo C.A.C.I.

Si bien antaño, muchos de los trabajos de investigación sobre el tema pretendían cumplir con una finalidad instrumentalista que consiste en legitimar la existencia o el incremento de los presupuestos públicos y privados para sostener las actividades culturales. Hoy día, modelos como el de C.A.C.I. y encuestas como la de UNESCO²⁷ lo hacen de manera idéntica, pero también tomando en cuenta el efecto económico y su impacto directo e indirecto sobre la producción, el valor agregado, el empleo, la demanda de importaciones o cualquier otra magnitud económica relevante **para el propio sector**²⁸ y no solo para responder a las preocupaciones del gobierno y sus políticos.

Si en este punto dirigimos la mirada al listado que se encuentra en el anexo E. podremos dar cuenta de algunos de los más recientes estudios de investigación en el campo de las I.C. y en particular de la industria del cine los cuales han aportado a cada país en la medida en que han sido tomados en serio por los políticos y por los responsables del sector en cada uno de los países de Iberoamérica que es hacia donde fundamentalmente han dirigido su mirada los

²⁷ Available From Internet: <http://www.unesco.org/culture/industries/cinema/html_sp/survey.shtml>

²⁸ GETINO, Octavio. Economía cultural y economía de la cultura. "La cultura Como capital". Pp. 5. Available from internet: <<http://www.innovarium.com/.../Economia%20Cult%20ALTC/Octavio%20Getino%20La%20cultura%20como%20capital%20social.pdf>>

estudios que en dicho listado se han incluido; tal es el caso de Argentina que desde el punto de vista de este trabajo es una experiencia a emular.

La mayoría de los estudios reseñados en el anexo E. se caracterizan por ir más allá de aquellos que han sido llamados “de antaño”.

Los estudios contemporáneos intentan probar que la cultura es rentable pero principalmente permiten evidenciar que en algunos países la cultura no solo es considerablemente rentable para el sector privado, sino que además, representa una importante fuente de recursos para las propias finanzas del Estado.

Asistimos entonces a una época de transición. De una sociedad de la información a una sociedad de la creatividad, en esta última se le resta importancia progresivamente a la tradicional producción industrial y el consumo masivo de bienes tangibles y se dirige la atención a la producción industrial en masa y el crecimiento acelerado del consumo de intangibles. “¿no habrá que replantearse muchas de las teorías y enfoques del pensamiento económico?”²⁹ ¿Constituye dicha transición una revolución que puede ser la “**pedra angular**” del desarrollo sostenible? Son preguntas que por cuestiones de espacio no serán abordadas por este trabajo y que dejan abierta una interesante discusión.

²⁹ STOLOVICH, Luís. Diversidad creativa y restricciones económicas La perspectiva desde un pequeño país. 2002. Pp.2 Available from internet: <<http://www.campus-oei.org/pensariberoamerica/ric01a03.htm>>

2.1.1. Las características particulares de la industria del cine como parte de las industrias culturales y de la comunicación.

La industria del cine corresponde a un sector de la producción de un país igual a otros sectores en muchos aspectos, pero diferente a ellos en el sentido que, por sus características particulares requiere del desarrollo de una estructura económica, industrial y tecnológica parecida a otras estructuras, pero a la vez, distinta y poseedora de características específicas que no es fácil desentrañar; pues su función principal es la de producir bienes que poseen una parte material y otra “inmaterial” (ver Glosario) e “intangible”.³⁰

En los países grandes productores de I.C. el cine, la televisión y el video –junto con otros medios en vías de desarrollo- conforman cada vez más un complejo industrial y cultural de bienes y servicios, donde los intereses comunes superan a los específicos de cada uno de dichos sectores y así, entendiéndolo como el “arma ideológica del más grueso calibre”³¹, el cine es como un cañón al cual la radio, la televisión, el video, la prensa y el Internet sirven de anclaje.

³⁰ STOLOVICH, Luís. Diversidad creativa y restricciones económicas La perspectiva desde un pequeño país. 2002. Pp.2. Available from internet:<<http://www.campus-oei.org/pensariberoamerica/ric01a03.htm>>

³¹ CABRERA, Sergio. El cine memoria de un pueblo. 2000 Bogotá. Impresol. Pp. 0

3. LA INDUSTRIA DEL CINE. DE LO GLOBAL HACIA COLOMBIA

Es muy sabido que fue el Holandés Edison radicado en Estados Unidos quien invento el Kinetoscopio. Pero fueron los Hermanos Lumiere quienes le dieron vida a las imágenes en movimiento con la invención y puesta en valor del cinematógrafo. Ellos, junto con la creatividad de George Melié fundaron el negocio de exhibición de películas. Pese a ello, la industria del cine evoluciono en Norteamérica y no en Francia. No obstante, son casi 120 países en el mundo los que producen cine a diferentes escalas.

3.1. La omnipresencia de Norteamérica en la industria a nivel global.

La industria del cine más desarrollada hasta el momento en el mundo es la industria de cine norteamericana³²; la industria del cine norteamericana evolucionó en Hollywood y se constituyó en el cimiento del sector audiovisual estadounidense, que después floreció plenamente alrededor de la televisión y hoy en día converge hacia la digitalización.³³

³² . Impacto del sector cinematográfico en la economía colombiana: situación actual y perspectivas. Bogotá. Fedesarrollo. 2003. pp. 17

³³ SANCHEZ, Enrique. La omnipresente industria audiovisual. Artículo publicado en: Revista mexicana de comunicación. Mayo – Junio de 2002. Available from internet: <<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/foromex/omnipresente.html>>

Para el desarrollo del cine y la televisión en Estados Unidos han contribuido en particular inmigrantes judíos de Europa Oriental pues es sabido que fueron sus firmas francesas, danesas y alemanas las pioneras tempranas del negocio³⁴.

El desarrollo de la industria del cine en Estados Unidos en las últimas décadas ha estado cimentado además de los logros tecnológicos de la especialización flexible que facilitaron, por calidad y costos, la competencia internacional, de la mano de un fuerte proteccionismo político otorgado por los departamentos de Estado y Comercio de EE.UU. en el terreno de las **negociaciones comerciales** internacionales, bilaterales y multilaterales.³⁵

De acuerdo con UNESCO, el 85% del cine que se exhibe en todo el mundo es de origen norteamericano³⁶. Para comprender la magnitud de la industria norteamericana frente a otras del mundo podemos comparar los ingresos domésticos de taquilla de Estados Unidos que ascendieron a “**Siete mil seiscientos sesenta y un**” millones de **dólares** (U\$ 7. 661.000.000). En el año 2000 frente al mismo dato para la Unión Europea en el año de 1999 que muestra ingresos en taquilla de “cuatro mil trescientos noventa y seis millones de **dólares**” (U\$ 4. 396. 000. 000). La diferencia entre la magnitud de la industria

³⁴ SANCHEZ, Enrique. La omnipresente industria audiovisual. Artículo publicado en: Revista mexicana de comunicación. Mayo – Junio de 2002. Available from internet:

<<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/foromex/omnipresente.html>>

³⁵ GETINO, Octavio. Cine y televisión en América latina. LOM ediciones. Santiago de Chile. 1998. pp. 37

³⁶ Encuesta Sobre Los Sectores Cinematográficos Nacionales 2004. Available from internet: <http://www.unesco.org/culture/news/html_sp/index_sp.shtml>

norteamericana y otras industrias se evidencia también en el costo promedio de hacer una película en Estados Unidos, “cincuenta y cuatro millones ochocientos mil” **dólares** (U\$ 54. 800. 000) y en Europa, “tres millones seiscientos mil” **dólares** (U\$ 3. 600. 000) por film.³⁷

La gran importancia del sector de producción audiovisual para la economía norteamericana se evidencia en la posición que ocupa dentro del renglón de exportaciones de servicios; es decir, **el sexto lugar** con “seis mil trescientos millones de **dólares**” (U\$ 6.300. 000. 000) a favor en la balanza de pagos por concepto de exportaciones, correspondiente a un 10% del sector número uno del renglón; es decir, viajes, con setenta y un mil doscientos ochenta y seis” millones de **dólares** (U\$ 71.286. 000. 000).³⁸

El principal representante ante el resto del mundo de la industria del cine norteamericana es la **M.P.A.A** (Motion Pictures Association of America) Dicha Asociación sirve a sus miembros desde sus oficinas en Los Ángeles y Washington, D.C. En su mesa directiva se encuentran directivos y presidentes de los grandes productores conocidos como “**majors**” y distribuidores de películas y programas de televisión en Estados Unidos.

Dentro de la lista de los “**majors**” tenemos a Buena Vista Pictures Distribution;(The Walt Disney Company), Sony Pictures Entertainment Inc., Metro-

³⁷ Ibid., Idem

³⁸ Available from internet: <<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/foromex/26>>

Goldwyn-Mayer Studios Inc., Paramount Pictures Corporation., Twentieth Century Fox Film Corporation., Universal City Studios LLLP., Warner Bros. Entertainment Inc.³⁹. Estados Unidos cuenta en el nivel del producto final, además de los “**majors**”, con un grupo de productores y distribuidores independientes cuyo número es seguramente superior a 50 o 60 empresas agremiados en la American Film Marketing Association (AFMA).

Son reconocidos los movimientos e instrumentos en política movilizadas por la M.P.A.A. asociación que se conoce además como uno de los **cabilderos más activos** no solo en Washington, sino ante prácticamente cualquier gobierno en el mundo. Pues cuentan además con instrumentos del Departamento de Comercio de Estados Unidos e incluye a todas las empresas arriba mencionadas como beneficiarias y demandantes⁴⁰, tanto a las de propiedad principal estadounidense como a las que no lo son; pues de las siete “**majors**” que existen en el mundo, tres; Sony, Universal y Fox, son transnacionales propiedad de compañías originarias de Japón (el caso de Sony; fundada por Ibuka Sony), Canadá (Universal Pictures) y Australia (de News Corp. Australia propiedad de Rupert Murdoch).

En un artículo del diario The Washington Post se afirma: “**Ninguna empresa extranjera ha podido mantener el paso en esta guerra de armas culturales.**”

³⁹Ver al respecto: Available From internet: <<http://www.mpa.org/about/content.htm>>

⁴⁰ SANCHEZ, Enrique. La omnipresente industria audiovisual. Artículo publicado en: Revista mexicana de comunicación. Mayo – Junio de 2002. Available from Internet: <<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/foromex/omnipresente.html>>

Tampoco pueden igualar el **aparato de distribución y mercadeo** de las siete empresas “**majors**” con base en Estados Unidos (Disney, Warner Bros. Inc., MGM-UA, Sony Pictures, Paramount, Universal y 20th Century Fox)”⁴¹.

Lo anterior permite evidenciar la óptima y exclusiva situación actual de la industria del cine en Estados Unidos. Que permite que se le califique de omnipresente. De todas formas, el gobierno de Estados Unidos y los empresarios de la industria norteamericana se quejan de las barreras que países como **Colombia** imponen para proteger sus pequeñas industrias. Un informe de la Agencia de Información de ese país dice:

“Leyes fiscales discriminatorias, barreras monetarias y fiscales, cuotas de diseños varios sobre la programación de televisión y la exhibición cinematográfica, falta de trato nacional en videos (home video) [...] la amenaza cotidiana de un mercado **infectado por restricciones**, todo ello es parte de un juicio presuntoso de los gobiernos al alejar el mercado de la competencia”⁴².

Escribió **Jack Valenti**, presidente de la Motion Picture Association of America (MPAA), en un reporte al Representante de Comercio de Estados Unidos (U.S. Trade Representative).

“Un gobierno usualmente erige tales barreras para asegurar que el entretenimiento dentro de sus fronteras refleja su cultura, así como para promover el desarrollo de una industria de servicios audiovisuales exitosa comercialmente”

⁴¹ Paul Farhi, Megan Rosenfeld. The Washington Post. Washington, D.C.: Oct 25, 1998. pp. A.01

⁴² SANCHEZ, Enrique. La omnipresente industria audiovisual. Artículo publicado en: Revista mexicana de comunicación. Mayo – Junio de 2002. Available from Internet: <
<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/foromex/omnipresente.html>>

La anterior afirmación aparece en un discurso de la M.P.A.A.⁴³

Del arriba mencionado discurso norteamericano se puede deducir que la actual política central de Estados Unidos hacia el audiovisual está dirigida hacia promover y defender la apertura de todos los mercados para sus productos audiovisuales pero prácticamente sin lo que se conoce como “**Quid Pro Quo**”, que se traduce: “**tal por cual**” e indica la correspondencia o reciprocidad. “Pues el mismo mercado norteamericano virtualmente esta cerrado para el audiovisual extranjero”⁴⁴. Sin embargo, la expectativa es que la producción colombiana llegará a ocupar un lugar significativo en dicho mercado en los próximos años (ver anexo B).

Paradójicamente, las reglas injustas de ese comportamiento monopólico por parte de los “**majors**” obtienen una respuesta desde la base de la sociedad con el fenómeno de la piratería. El Departamento de Estado de Estados Unidos ha demostrado que los derechos de autor se encuentran menos protegidos en países como Asia y **Colombia** (pese a ser un firmante del acuerdo de la OMPI) (ver Anexo I).

La Asociación de Productores de cine Norteamericanos (Motion Picture Association of America MPAA), que representa a las más grandes productoras

⁴³ Ibid., Ídem

⁴⁴ Ibid., Ídem

cinematográficas de los Estados Unidos de América, “majors”, pierde “**dos mil quinientos**” (2.500) millones de **dólares** al año a causa de la piratería cinematográfica, que tiene lugar fundamentalmente en los países asiáticos, México y la Federación de Rusia⁴⁵ al igual que hoy lo hace **Colombia**. Y es que, se ha encontrado información que permite establecer que existe una enorme facilidad para llevar a cabo prácticas de piratería ya que en **Internet** existen redes que pueden ser utilizadas para traficar archivos con contenido protegido por derechos de autor de manera ilegal y con la posibilidad de no ser detectada. Redes tales como Nutella, IRC, KAD entre muchas otras (ver Anexo D). Y a eso se suma que los **pasos** a seguir para **clonar un dvd** (contando con el equipo adecuado) caben en tan solo una **(1) página**. (Ver anexo H).

3.2. La “veredal” industria del cine en Colombia.

La asociación Cubana de la Prensa Cinematográfica en Pos de la celebración del primer centenario del cine en Latinoamérica realizó una encuesta entre críticos, investigadores e historiadores del cine latinoamericano. El resultado es el libro “Cien años sin soledad”⁴⁶. En dicho libro aparece un listado ordenado por Rufo Caballero y Carlos Galiano en el que se incluyen las 100 mejores películas latinoamericanas de todos los tiempos. La lista se encuentra jerarquizada por

⁴⁵ Intellectual Property Rights: The Film Industry Perspective, presentación de la MPAA para el Comité de Relaciones Internacionales de la Cámara de Representantes, Washington, mayo de 1998. Available from internet: <<http://www.mpa.org/anty-piracy/content.htm>>

⁴⁶ GALIANO. Carlos. “cien años sin soledad” Letras cubanas. 1996.

cantidad de votos. La número uno es la película “Memorias del subdesarrollo” de nacionalidad cubana. La número cien es una película norteamericana llamada Fiebre Latina. Dentro de la lista se encuentran 14 películas de nacionalidad colombiana. La película colombiana mejor ubicada en el "Ranking" es la película “La estrategia del caracol” del director **Sergio Cabrera**. La peor ubicada en el "Ranking" es la película “El día que me quieras” de Sergio Dow.

Con este estudio es posible hacerse a una idea de la calificación del cine colombiano a nivel internacional desde el punto de vista de los expertos en el tema que fueron consultados por medio de dicho estudio. Los expertos ubican a **Colombia** en una posición relativamente notoria aunque con muy pocos votos a favor tal como se enseña en el siguiente cuadro.

Cuadro Numero 1.

Posición	País	Votos
1	México	171
2	Argentina	156
3	Brasil	131
4	Cuba	128
5	Chile	28
6	Colombia	24

Fuente: “Cien años sin soledad”

Sin embargo el criterio de calificación de aquellos expertos le otorga una posición bastante **optimista** a **Colombia** frente a lo que es la realidad del mercado internacional; en parte, tal vez porque se contemplan los productos desde un

punto de vista latinoamericanista. Sin embargo si miramos estudios más globales, como el realizado por la UNESCO⁴⁷, y el análisis realizado en los últimos años por el proyecto “*Economía y Cultura*” del Convenio Andrés Bello⁴⁸ en la región andina, el panorama aparece un poco **menos optimista**. Es relevante en este punto partir de la base que la UNESCO ha clasificado los países productores de cine en el mundo en tres:⁴⁹

Cuadro numero 2.

Categoría	Clasificación	Numero de películas
1	Gran producción	Más de 200 películas por año
2	Mediana producción	Entre 20 y 199 películas por año
3	Pequeña producción	Entre 1 y 19 películas por año

Fuente: UNESCO.

Dentro del ultimo grupo (pequeña producción), de un total de 72 países pequeños productores, **Colombia** se encuentra en la posición Cuarenta y Uno (41) con un promedio de **3 películas por año**; pero en la producción mundial (es decir; incluyendo grandes, medianos y pequeños productores) se encuentra en la posición 71 de 111 países encuestados. Vale la pena, también, destacar que dentro de los 25 países que componen el listado de países **medianos productores** se encuentran **Argentina** que produce en promedio cuarenta y siete

⁴⁷ Encuesta Sobre Los Sectores Cinematográficos Nacionales 1999. Available from internet: <http://www.unesco.org/culture/news/html_sp/index_sp.shtml>

⁴⁸ Proyecto “Economía y Cultura”. Convenio Andrés Bello. Available from internet: <<http://www.cab.int.co>>

⁴⁹ Encuesta Sobre Los Sectores Cinematográficos Nacionales 1999. Available from internet: <http://www.unesco.org/culture/industries/cinema/html_sp/prod.shtml>

(47) películas al año⁵⁰ y genera un **7%** de su PIB, al igual que España; países iberoamericanos que son medianos productores.

La diferencia entre ser pequeño y mediano productor puede ser bastante significativa para el PIB, pues en algunos países ubicados entre los productores medianos, los beneficios de la asistencia a los cines ascienden a 600 millones de **dólares** para un segmento de audiencia de 100 millones, mientras que en países como **Colombia**, (de pequeña producción) esta cifra se eleva a 2,3 millones de dólares por segmento de un millón.⁵¹

Con lo anterior es posible hacerse a una idea más o menos clara acerca de donde ubicar el lugar que ocupa la industria del cine colombiano en el mundo a la cual se le ha dado el calificativo de “veredal”, haciendo alusión al concepto explicado por el realizador colombiano **Víctor Gaviria** para efectos de este trabajo.

Salta pues a la vista que, fiel a la lógica de la economía de mercado, el tamaño de la industria se da en relación directamente proporcional con el tamaño del mercado doméstico así como con los ingresos que genera la misma dentro de **Colombia** año tras año. Por ello, la posición que ocupa la industria del cine en **Colombia** dentro del renglón de la economía nacional no es relevante.

⁵⁰ *Ibíd.*, *Ídem.*

⁵¹ *Ibíd.*, *Ídem.*

De acuerdo con el Convenio Andrés Bello, la industria cinematográfica en **Colombia** aporta a la economía entre un **0.02%** y un **0.03%** del PIB. Entonces, al compararla con la industria cinematográfica en Argentina, se pone en relieve que el tamaño de la industria cinematográfica en Colombia no es lo que podría ser. ¿Qué hace falta? Es posible que se le encuentre respuesta a esta pregunta más adelante. Sin embargo, en este punto, es motivo para detenerse a reflexionar si se está haciendo lo suficiente para impulsar la industria para ubicarla en niveles de competitividad que le permitan a la misma enfrentarse a los contextos que están emergiendo en este nuevo milenio.

La industria cinematográfica en **Colombia**, principalmente está estructurada en cadenas conformadas por: Productores, distribuidores mayoristas y distribuidores minoristas; más específicamente, productores, distribuidores y exhibidores⁵². Dicha cadena presenta facetas especiales, con sus dos primeros eslabones conformados principalmente por la oferta extranjera. Es decir, se presenta una gráfica de pirámide invertida (arriba expuesta) en la participación extranjera que es abrumadoramente mayoritaria. Posee una gigantesca producción y la porción de esa producción que penetra en el mercado colombiano es muy pequeña en relación con esa producción. A su vez, la proporción que ocupa la oferta extranjera

⁵² Convenio Andrés Bello. Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas. Pp. 51

en el nivel de consumo del espectador colombiano es muy grande en la distribución⁵³.

Lo anterior corrobora la validez de la afirmación de la UNESCO en el sentido en que, “El tamaño del mercado nacional determina la capacidad de producción local. Y que en los países en desarrollo, con una muy pequeña producción, estos mercados dependen directamente de la cantidad de películas importadas”⁵⁴ y entonces aparece una **“Paradoja”** a la cual hace alusión el realizador colombiano Sergio Cabrera: (ver anexo A) mientras más depende la producción del tamaño del mercado, más relegado se ve por el mismo, ya que la tendencia del mercado interno es a consumir mayoritariamente las películas importadas de las que depende el mismo mercado. Mientras tanto, y por su parte. Para Estados Unidos, el **60%** de los **beneficios** cinematográficos **proceden de los mercados extranjeros**⁵⁵. Mercados **como el colombiano**. Y sin embargo, a pesar de que Estados Unidos se beneficia del mercado colombiano, las **“majors”** le hacen **competencia desleal** a los productores nacionales, explotan sus películas y se rehúsan con practicas mafiosas (ver Anexo A) a permitir que los grandes conglomerados iberoamericanos que intentan alcanzar los nichos de mercado latino que son **“una minoría que son mayoría”** (ver Anexo B) en Norteamérica

⁵³ *Ibíd.*, pp.53

⁵⁴ Encuesta Sobre Los Sectores Cinematográficos Nacionales 2004.
http://www.unesco.org/culture/industries/cinema/html_sp/market.shtml

⁵⁵ Encuesta Sobre Los Sectores Cinematográficos Nacionales 2004.
http://www.unesco.org/culture/industries/cinema/html_sp/market.shtml

tipo Venevisión, el grupo Cisneros y la Cadena O'Globo⁵⁶. Lo puedan hacer con la libertad de los tratados de comercio que Estados Unidos hoy día promueve en Latinoamérica.

3.2.1. Aspectos relevantes de la industria. Distribución, exhibición, producción y taquilla.

- Distribución: En el proceso de distribución concurren igual empresas nacionales como extranjeras⁵⁷ y al igual que a nivel internacional la distribución se encuentra bastante concentrada; en empresas como: cineplex, Columbia Tristar, Centauro Cine y TV, Babilla Cine, Cine **Colombia**. De acuerdo con el Convenio Andrés Bello, los distribuidores obtienen utilidades netas después de impuestos entre el 40% y 42%. De sus ingresos.⁵⁸
- Exhibición: En el proceso de exhibición concurren un número relativamente amplio de exhibidores, si se tiene en cuenta que muchos municipios solo cuentan con solo una sala de cine. Sin embargo, se dice que la exhibición

⁵⁶ La realidad Audiovisual Latinoamericana. Secretaria general de la cinematografía iberoamericana. CANC Caracas Venezuela. Pp. 29

⁵⁷ Convenio Andrés Bello. Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas. Pp. 54.

⁵⁸ Convenio Andrés Bello. Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas. Pp. 63.

“se encuentra concentrada en 3 o 4 empresas”⁵⁹. Los exhibidores son el eslabón más importante en la cadena de la industria del cine en **Colombia**. Tal vez, el principal rasgo del área de exhibición en **Colombia** consiste en que los grandes exhibidores al igual que los distribuidores extranjeros o “majors” tienen un **alto poder oligopólico** que les permite fijar precios o participaciones no competitivos⁶⁰. Eso de alguna manera influye en que la tasa de retorno de la industria del cine en **Colombia** sea prospectivamente para los productores de tan solo un 10%⁶¹ convirtiendo la producción en un negocio poco atractivo para inversionistas privados. Algunos exhibidores son: CINEMARK COLOMBIA, CINE COLOMBIA, PROCINAL y Royal Films, otros exhibidores pequeños como, cinebares y salas de cine privadas.

- Producción: Cuando se habla de producción, es necesario aclarar que no se debe confundir un productor con un director. Sin embargo, en **Colombia** cuando se habla de “productor”, suele pasar que se está hablando del director, pues en muchos casos son los mismos directores quienes escriben, producen y dirigen.* En **Colombia**, la producción es bastante

⁵⁹ La realidad Audiovisual Latinoamericana. Secretaria general de la cinematografía iberoamericana. CANC Caracas Venezuela. Pp. 245

⁶⁰ Convenio Andrés Bello. Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas. Pp. 56

⁶¹ *Ibíd.*, pp.89.

* Por lo tanto para efectos prácticos del trabajo se incluirá a los directores dentro del tema de la producción en Colombia pues ellos mismos participan de la producción y en algunos casos son quienes se encargan de gran parte del trabajo, debido a la necesidad de economizar los recursos. Sin embargo cuando se haga referencia a algún director es por que se le reconoce en el medio como director por encima de otras tareas que ocupe dentro de las producciones en las que participe.

reducida se caracteriza por que las empresas de producción por lo general son temporales y de características informales.

En realidad, el número absoluto de largometrajes producidos en **Colombia**, incluyendo coproducciones, es muy reducido, mostrando inclusive una tendencia hacia la reducción en las últimas dos décadas. Los productores suelen distribuir sus películas directamente con los exhibidores y negociar de forma directa también con los distribuidores; sus características principales son la **desagregación** y cierta **informalidad** en la organización⁶² entre otras razones debido a que "...no forman parte de conglomerados económicos, o aún Clusters organizados, que le otorguen respaldo introduciéndolo en cadenas de coproducción, financiación y comercialización nacional e internacional"⁶³. Entre otras, algunas empresas de producción son: EGM Producciones, Video Base, Subdesarrollo Producciones y Citurna Ltda., entre otros.

Si en la época del experimento llamado FOCINE (ver anexo B) el estado era paternalista en la política de fomento al cine. Hoy día se puede decir que se vive la "edad adulta" del cine en **Colombia**. (Ver Anexo B) pero en el contexto actual, **los productores** están en la práctica casi obligados a

⁶² Ibid., Pp. 54.

⁶³ Ibid., Pp. Pp. 56.

coproducir para poder subsistir; por coproducir se entiende realizar un acuerdo con una productora extranjera para realizar el film⁶⁴.

- Taquilla: Se ha estimado que la taquilla bruta en 1999 fue de “setenta y tres mil ochenta y cuatro” millones de **pesos** (\$73.084.000.000) y de esos ingresos, “ocho mil doscientos sesenta y cuatro” millones de **pesos** (\$8.264.000.000) fueron utilidad neta para el exhibidor⁶⁵ lo anterior quiere decir que el margen de utilidad neta del negocio de la exhibición en **Colombia** es en promedio de 11.30% dependiendo de las ventas anuales. Los exhibidores participan de la población de espectadores en promedio de la siguiente manera: Cine **Colombia (62%)**, Procinal (10%), Cinemark (10%), Royal Films (5%), Otros (13%). Acerca de la proporción de producto colombiano que proyectan los exhibidores en **Colombia**. En promedio; al sumar el número de películas que se estrenaron en **Colombia** entre 1993 y 1998 y contabilizar el número de películas nacionales que se estrenaron en **Colombia** en esos mismos años. Resulta que, en promedio, en **Colombia se estrenan 260,5** películas por año. De las cuales igualmente en promedio **2,5 son colombianas**.

3.3. La política de fomento a la producción de cine en **Colombia** frente a un mercado que se ha reducido a su cuarta parte.

⁶⁴ Ibid., Ídem.

⁶⁵ Ibid., Pp. 61.

Años atrás **Colombia** llegó a tener unos setenta (70) millones de espectadores por año; eso sucedía en 1985, y en solo una década, esa cifra se derrumbó a unos “veintiún” (21) millones de espectadores por año en 1995; es decir, un 70% menos⁶⁶. Hoy día se habla de “diez y siete millones quinientos mil” (17. 500. 000) espectadores al año para el cierre en 2003⁶⁷ y “diez y seis millones quinientos mil” (16.500.000) espectadores para el año 2004. Es decir; la cuarta parte de lo que era en 1985.

Un factor que explica ese descenso en el tamaño de la taquilla tiene que ver con que consumir cine en **Colombia** se ha convertido en algo exclusivo; pese a que el precio en **dólares** de una boleta de cine en **Colombia** es de los más bajos entre los países de Latinoamérica. U\$ 2,79 en **Colombia**, U\$5 en Chile y U\$3,73 en Argentina (ver Anexo F); tal vez sea ese un motivo por el cual el porcentaje de población de estrato bajo que tiene la costumbre de ir a cine por lo menos cada mes es de tan solo el 5% mientras que del estrato alto es de un 35%. Ir a cine en **Colombia** se puede decir que es en la actualidad un lujo. Otros factores difíciles de cuantificar que posiblemente influyen en la disminución de la asistencia a cine son: el aumento de la oferta por parte del mercado ilegal – pirata, de películas; la oferta de la Televisión Privada, con canales como HBO y Movie City. Y el

⁶⁶ GETINO, Octavio. Cine y televisión en América latina. LOM ediciones. Santiago de Chile. 1998. pp. 105

⁶⁷ *Ibíd.*, Ídem

aumento del índice de penetración de **Internet** en **Colombia** que hoy día corresponde a un **14.46%** aproximadamente⁶⁸.

Sin embargo no se espera que el espectáculo deje de existir a futuro. De manera similar opina el director de cine Colombiano Sergio Cabrera (ver Anexo A) desde su punto de vista, el espectáculo de asistir a una sala de cine no va a desaparecer.

3.4. El cine en Colombia una realidad de hieles y mieles.

La industria del cine ha vivido amargos momentos; como cuando el experimento llamado FOCINE (Ver anexo B.) entro en crisis y marcó una década de dificultades para el fomento por parte del estado, entre 1989 y 1999.

Por su parte, algunos de sus protagonistas han vivido momentos dulces como la época de mayor producción de FOCINE (1978- 1985 aproximadamente), los triunfos en taquilla de Sergio Cabrera (Ver anexo J) y Víctor Gaviria (Ver anexo P), la aparición histórica de David Carradine (Kill Bill 2004) en 1993 en la coproducción colombiana **nieve tropical**, así como la nominación de Catalina Sandino a “Mejor Actriz de Film extranjero en los premios Oscar de 2005” (ver Anexo O) y el **Oso de plata** recibido en Berlín por la misma actriz (ver Anexo Q).

⁶⁸ Ver estudio de penetración de Internet en Colombia por estratos. Available from internet: <<http://www.gestiopolis.com/delta/esta/EST230.html>>

Los dulces momentos de éxito que ha experimentado el sector muestran la cara amable del cine en **Colombia** en materia de logros, sin embargo, los momentos amargos que ha experimentado la industria tampoco nublan dichos logros. Por lo cual se debe mirar es hacia el futuro que se aproxima y se debe llegar a el con el ánimo de competir a la velocidad que impone el cambio tecnológico. Eso solo será posible con calidad; así lo asegura Sergio Cabrera (ver Anexo A).

3.5. Una nueva política, una nueva era.

La situación de la Industria del cine en **Colombia** hoy día no es la mejor; pues “en términos relativos, la industria del cine **-(No el mercado)** se redujo a la mitad en el periodo 1994-1999”⁶⁹. Esa situación hoy día se mantiene si se observa que la industria sigue en un proceso de **recesión** que se refleja en su aporte a la economía, el cual no creció más de 0.001% del PIB entre el 2000 y el 2003.⁷⁰ De cualquier manera, una nueva era se presenta en la actualidad como expectativa para el cine colombiano. Es una nueva era que surge, valga decirlo, bastante tarde. Si se mira lo que se venía dando en otros países de la región como Argentina que desde 1996 “pasó a convertirse en el principal productor de la

⁶⁹ CAB. Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas. Pp.87

⁷⁰ Convenio Andrés Bello. Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas. Pp.90 (CUADRO 2)

región, habida cuenta de la crisis coyuntural que en la segunda mitad de la década de 1990 experimentaron México y Brasil”⁷¹ al igual que **Colombia**.

Entonces, el nacimiento de esta nueva era o lo que también se conoce como **edad adulta del cine colombiano** (Ver anexo B) fue posible gracias a la Ley 397 de 1997, (ver Anexo K) el nacimiento del fondo Mixto Para el desarrollo Cinematográfico proimágenes en movimiento en el año de 1998 y la aprobación de la ley 814 de 2003 o Ley de cine para todos (ver anexo R).

3.5.1. Una mirada al marco legal de la política de fomento al desarrollo cinematográfico en Colombia.

En la ley 397 de 1997 se establece el objetivo de la política pública de fomento a la cinematografía en Colombia de forma concreta como “El fomento y la consolidación de la preservación del patrimonio colombiano de imágenes en movimiento, así como de la industria cinematográfica colombiana, y por tanto sus actividades están orientadas hacia la creación y desarrollo de mecanismos de apoyo, tales como: incentivos directos, créditos y premios por taquilla o por participación en festivales según su importancia”⁷². Se determina también, que la renta que se obtenga del negocio cinematográfico que se canalice hacia el mismo estará exenta de un 50% del valor del impuesto sobre la renta.

⁷¹ GETINO, Octavio. Cine y televisión en América latina. Santiago de Chile. LOM editores. 1998. pp. 77

⁷² *Ibíd.*, Ídem.

Más adelante, en el año 2003. Se aprobó la ley 814 de 2003 o "La Ley de Cine". Pocos meses después, dicha ley fue demandada en su aparte del artículo 22 por la secretaria de hacienda de Santa Fe de Bogotá por que creaba una exención o tratamiento preferencial en relación con un tributo de propiedad de los municipios y distritos para recaudarlo y destinarlo al fomento de la actividad cinematográfica y al hacerlo otorgaría primacía al interés particular sobre el general. No obstante, la corte constitucional consideró que, siguiendo el artículo 70 de la Carta Política, se obliga a promover y fomentar el acceso de todos los colombianos a la cultura, que "en sus diversas manifestaciones es fundamento de la nacionalidad".⁷³ Razón por la cual desestimó el cargo y declaró **Exequible** el aparte acusado del artículo 22 de la Ley 814 de 2003. Desde el punto de vista de David Melo*:

"se ganó la demanda debido a que La Ley 814 de 2003 es el resultado de un proceso serio y concertado entre los agentes del sector, cuidadosamente estructurado desde el punto de vista jurídico, tal como lo reconoció la Corte Constitucional" (ver Anexo C).

Principalmente, por medio de la ley 814 de 2003 y sus instrumentos (ver Anexo L) fueron creados varios mecanismos que definen dicha política pública.

El ente central ejecutor de la política es el Fondo mixto para el Desarrollo cinematográfico Proimágenes en Movimiento, el cual es un fondo parafiscal que obtiene sus recursos de los mismos agentes del sector: productores, distribuidores y exhibidores⁷⁵. La política cuenta además con estímulos tributarios a la inversión y la donación; estímulos para la coproducción a través del Programa **Ibermedia**,

⁷³ Ver sentencia C-577-04

* Director de la dirección de cinematografía del ministerio de cultura.

⁷⁵ La ley de cine para todos. Ministerio de Cultura. Colombia. 2004. pp.7

desde el cual se han otorgado entre 1998 y 2003, cuarenta y un becas de formación, y se ha apoyado la producción y el desarrollo de 21 proyectos entre los que se cuenta la coproducción *sumas y restas* dirigida por Víctor Gaviria, producida por "la ducha fría" en el año 2000⁷⁶; apoyos para la búsqueda de financiamiento en mercados internacionales; entre otros"⁷⁷.

Se debe tener en cuenta que a pesar de que **la idea del fondo fue concebida en la ley 397 de 1997**, es solo hasta el año 2004 cuando se puede decir que nace una "...nueva etapa en el desarrollo de la cinematografía colombiana. Con un numero sin precedentes de estrenos y otro aun mayor de proyectos (ver Anexo M) en todas las etapas de desarrollo-, así como el reconocimiento internacional con triunfos trascendentales en los festivales más importantes del mundo"⁷⁸.

⁷⁶ Consultado en Programa Ibermedia. Available from Internet: <
<http://www.programaibermedia.com/>>

⁷⁷ *Ibíd.*, *Ídem.*

⁷⁸ CNACC. Convocatoria del fondo para el desarrollo cinematográfico 2005. Bogotá. Pp. 7

4. APROXIMACION A LA POLÍTICA DE FOMENTO A LA PRODUCCIÓN EN COLOMBIA.

La política sobre la cual dirige su atención este trabajo es la que corresponde al área de **fomento a la producción** del fondo mixto de promoción para la cinematografía proimágenes en movimiento. Ella es posible gracias a la ley 397 de 1997 y a la ley 814 de 2003 junto a otras reglamentaciones (Anexos K y L).

A continuación se hace una aproximación –no un diagnóstico de la política-, ya que “...es muy pronto para realizar un diagnóstico completo sobre la mayoría de los nuevos marcos legales e instrumentos a favor del cine en Europa y en Latinoamérica. Sin embargo, sí es posible observar importantes efectos favorables sobre las cinematografías de países como Argentina...”⁷⁹.

Dice Getino⁸⁰ que la industria del cine se fomenta con la inclemencia de tener que atravesar tormentas políticas, económicas y legales. Tormentas que ha atravesado la industria del cine en **Colombia**. Sin embargo, “las relaciones entre el sector cinematográfico y el Estado son constructivas y fructíferas, si bien los desafíos pendientes son múltiples para consolidar una actividad cinematográfica

⁷⁹ Estudio comparado de Fedesarrollo Sobre industria del cine en diferentes países. Capítulo II. Available From Internet: <<http://proimagenescolombia.com/estudiofedesarrollo.htm>>

⁸⁰ Reconocido autor chileno. Experto en el tema de las “I.C.” y miembro de O.E.I.

sólida desde el punto de vista industrial, así como de calidad desde el punto de vista artístico” (ver Anexo C).

Lo anterior quiere decir que en la actualidad **Colombia** cuenta con una política pública seriamente estructurada con un marco legal bien definido desde el cual se reconoce la importancia del sector productor de cine y se le ha dibujado un horizonte a alcanzar en los próximos años, para lo cual se requiere el respaldo decidido de toda la sociedad colombiana⁸¹ en la búsqueda por lo que Sergio Cabrera llama, “la defensa de nuestras nacionalidades y nuestra cultura”⁸².

A propósito de la política de fomento a la producción de cine en **Colombia**, sus líneas de acción son siete en total; y contemplan temas tales como el apoyo a la creación, el apoyo a la formación de talentos, el apoyo a la producción, el programa reconocimiento de proyecto nacional, los certificados de inversión o donación y la titularización de proyectos cinematográficos y las convocatorias anuales del FDC. El principal apoyo que la política pública brinda al sector es un apoyo económico ese apoyo no es un apoyo exclusivo y directo del estado, pues el dinero se recauda desde diversas fuentes que incluyen a los propios agentes del sector quienes están obligados por ley a hacerlo. Con los dineros recaudados, el fondo lleva a cabo las convocatorias anuales y promueve el desarrollo de las otras líneas de acción para las cuales cuenta con el apoyo decidido del programa Ibermedia y de la comisión Fullbright entre otros.

⁸¹ CNACC. Convocatoria del fondo para el desarrollo cinematográfico 2005. Bogotá. Pp. 7

⁸² CABRERA, Sergio. El cine en español. El cine memoria de un pueblo. 2000 Bogotá. Impresol. Pp. 12

A continuación se incluye un diagrama a manera de cuadro que se realizó como un ejercicio a partir de este estudio, con el fin de identificar aquellas líneas de acción que en su forma parecen ser débiles a la luz del modelo C.A.C.I. En este, se **señala** con un (✓) aquel parámetro que se cumple fielmente y con un (R) aquel parámetro en el cual no se identifica con claridad que existan diseñados mecanismos dentro la política que cubren el tema en cuestión.

Cuadro número 3. Contraste entre las líneas de acción de la política de fomento a la producción de Proimágenes y el modelo C.A.C.I.

<p>1. Profesionalizar el montaje. ✓</p> <ul style="list-style-type: none"> Estímulos a la creación: Comisión Fulbright Residencias artísticas Residencias G-3 Premio a obra inédita documental. 	<p>2. Poseer criterios de viabilidad para los proyectos. ✓</p> <ul style="list-style-type: none"> Los hay de dos (2) tipo: A. Artísticos, técnicos y conceptuales. B. Económicos o de viabilidad. 	<p>3. Producción continua y creciente de obras con calidad técnica y artística. ✓</p> <ul style="list-style-type: none"> Por medio de una de las líneas de acción llamada "las convocatorias del FDC". Ofrece gran variedad de modalidades.
<p>4. Contar con fuentes de financiamiento plurales. R.</p> <ul style="list-style-type: none"> Cadenas de t.v. (ausente) Distribuidores ✓ (8.5%) Gobierno ✓ (telefonía) Productores ✓ (5%) Otros países ✓ (IBERMEDIA) Empresa privada (ausente) Exhibidores ✓ 	<p>5. Aprovechar la coproducción en la vía del financiamiento y en la vía de la comercialización. ✓</p> <ul style="list-style-type: none"> Lo hace por medio de IBERMEDIA. (programa IBERMEDIA de la conferencia de autoridades de cinematografía de Ibero América) 	<p>6. Participar de un fondo multilateral de estímulo a la creación. ✓</p> <ul style="list-style-type: none"> El fondo existe y aporta a Colombia. (programa IBERMEDIA de la conferencia de autoridades de cinematografía de Ibero América)
<p>7. Estimular la inversión privada con estímulos impositivos. ✓</p> <ul style="list-style-type: none"> Lo hace por medio del decreto 352 de 2004 y El artículo 14 de la ley 814 de 2003. 	<p>8. Estimulación a la dotación y actualización de la infraestructura tecnológica para producción y post producción. Por la vía de los créditos blandos y por la vía de los estímulos impositivos. R</p> <ul style="list-style-type: none"> Existen mecanismos en la ley 814 de 2003 art. 11 num. 5 y num. 10. Pero no existen diseñados programas actualmente. 	<p>9. Reconocimiento internacional del carácter industrial del proceso de creación de valor audiovisual. ✓</p> <ul style="list-style-type: none"> UNESCO le ha incluido en su última encuesta como país pequeño productor. IBERMEDIA ha incluido a Colombia dentro de sus proyectos anuales desde 1998 y hace parte de la C.A.C.I.

Fuente: Diagrama realizado por el autor.

El diagrama nos permite contrastar el modelo propuesto por la C.A.C.I. frente a

Las líneas de acción que trabaja actualmente el fondo mixto para el desarrollo de la cinematografía proimágenes en movimiento.

De tal forma, ha sido posible identificar en cuales de sus líneas de acción difiere la política de fomento a la producción de proimágenes frente a la propuesta de políticas públicas dispuestas en el documento “Formulación de propuestas estratégicas y alternativas de solución gerencial a la cinematografía iberoamericana”⁸³ organizado por la C.A.C.I.,

Es posible notar que la política de Proimágenes se acerca bastante a los parámetros óptimos propuestos por la C.A.C.I. Pero presenta debilidades en algunas de las líneas de acción de su política, no solo frente al modelo aplicado sino por ejemplo, al compararla con la política de Argentina.

Se puede hablar de dos debilidades muy pronunciadas; una primera, en el tema de las fuentes de financiación y la segunda, en el tema de la estimulación para la dotación de infraestructura tecnológica para producción y post-producción.

En el tema de las fuentes de financiación, al revisar la legislación vigente, se ha encontrado que hasta el momento existen agentes del sector que no aportan al fondo tal como deberían hacerlo, pues hacen parte del negocio de comercio de obra audiovisual. Es el caso de la comisión nacional de televisión o C.N.T.V. la cual recoge de las cadenas nacionales, así como también de las empresas de

⁸³ C.A.C.I. “Formulación de propuestas estratégicas y alternativas de solución gerencial a la cinematografía iberoamericana”. La realidad Audiovisual Latinoamericana. Secretaria general de la cinematografía iberoamericana. CANC Caracas Venezuela. Pp. 203

televisión por cable el 10% de sus ganancias⁸⁴. Ganancias que se relacionan con el proceso de creación de “obra audiovisual” en **Colombia** y de las cuales no se obtiene aporte para el fomento del cine y el desarrollo del espacio audiovisual por los cuales se llevan a cabo comprometidos esfuerzos por parte del Fondo Mixto Proimágenes en Movimiento cuya empresa es loable.

En Argentina, por su parte, es desde el comité federal de radiodifusión desde donde el Fondo de Fomento cinematográfico del Instituto nacional del cine y las artes audiovisuales obtiene la mayor parte del dinero que dedica al fomento del cine.

Acerca de la primera debilidad; en el tema de las fuentes de financiación se debe tener en cuenta que hace falta que se recauden fondos desde la TV. nacional y de la TV. por cable. De existir, la proporción de dicha recaudación debería ser similar a la recaudada a otros agentes del sector tales como exhibidores y distribuidores.

⁸⁵ Acerca de la segunda debilidad se debe tener en cuenta que la inversión dirigida a la estimulación, dotación y actualización de la infraestructura tecnológica es insuficiente⁸⁶ pese a que se están tomando medidas por parte del C.N.A.C.C.⁸⁷

⁸⁴ A propósito ver el Acuerdo Numero 014 de 1997.

⁸⁵ Se hace referencia a algo similar a lo establecido en el literal c, artículo 21 de la ley 24.337 de 1994 de la República Federal de Argentina.

⁸⁶ Convenio Andrés Bello. Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas. Pp. 108

⁸⁷ Ver anexo 3. Entrevista a David Melo

Trabajos señalados a lo largo de este estudio, de centros de investigación como el del Convenio Andrés Bello y Fedesarrollo han indicado que en **Colombia** se presentan unos factores que impiden la conformación de empresas permanentes en el sector⁸⁸. A propósito del tema de las empresas permanentes, en el sector de cine en Latinoamérica se habla de PYMES del cine; lo cual quiere decir, que “a diferencia de los tiempos de los grandes estudios, buena parte de la actividad audiovisual –en auge durante la última década se desarrolla hoy en empresas pequeñas”⁸⁹.

Los factores que dificultan la existencia de empresas permanentes y todo lo contrario, reine la informalidad y la temporalidad, ósea que las empresas de producción se estructuran para realizar determinada película y dejan de funcionar hasta la próxima posibilidad de rodaje⁹⁰ tiene que ver con los altos costos de sostenimiento, pero además con la dificultad que se presenta en **Colombia** para la **“formación y consolidación de talento humano en materia artística, tecnológica, empresarial y administrativa adecuada a las necesidades del sector”**⁹¹.

⁸⁸ Convenio Andrés Bello. Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas. Pp. 113

⁸⁹ ENSINCK, Gabriella. Pymes Cine, una industria de emprendedores. En revista Fortune. Available from Internet: < <http://www0.fortuna.uol.com.ar/edición_0096/documento.htm>

⁹⁰ Convenio Andrés Bello. Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas. Pp. 54

⁹¹ *Ibíd.*, pp.113

Las sumas de dinero que recauda el fondo parecen ser insuficientes, y la política de proimágenes determina que se debe invertir el 70% de sus recursos a las convocatorias, las cuales son necesarias e imprescindibles. Ello se traduce en que tan solo un 20% de los dineros del fondo pueden ser dedicados al resto de las líneas de acción. Pues el 10% es para operaciones.

Entonces parece justificable y necesario que se recauden dineros de otras fuentes; más aún si en esencia deberían estar comprometidas con el fomento del cine en **Colombia**. Pues el “**espacio audiovisual**” en Colombia debe ser uno solo, y no uno para la televisión, otro para el cine y uno (más bien difuso) para las obras audiovisuales que se exhiben a través de la Internet y los que se transmiten por medio de las empresas de telefonía móvil que en realidad no son agravados por ese concepto.

Por lo que se propone que se trabaje en la conformación y puesta en marcha de proyectos de ley que busquen corregir la situación de ausencia de apoyo por parte de sectores que deberían estar comprometidos con el desarrollo del “espacio audiovisual” en Colombia en materia de cine como lo es la C.N.T.V.

5. REFLEXIONES Y RECOMENDACIONES.

El cine colombiano, como sector, parece estar presentado, el siguiente problema. Por lo cual requiere de un apoyo más decidido del estado: "Puede ser que los participantes del sector simplemente carezcan de la capacidad de comunicarse entre si, que no sepan como tenerse confianza y que ignoren que deben **compartir un futuro común**. [...] De manera alternativa, individuos fuertes, o "**majors**", que buscan sacar provecho de la situación actual pueden bloquear los esfuerzos de los menos fuertes, o **cineastas**, para cambiar las reglas de juego. Tales grupos deben requerir de algún tipo de ayuda externa; como el **Gobierno**, para romper con lo negativo de la situación."⁹² El gobierno debería pues tomar acciones concretas para mejorar la capacidad de negociación de los agentes que se están viendo afectados por el comportamiento mafioso de algunos agentes del sector. (Ver anexo A)

Acerca de la política del fondo mixto proimágenes en movimiento; tal parece que se requiere que el fondo cuente con más mecanismos legales para la captación de recursos. De manera tal que en los años venideros el fondo logre recaudar cifras que se expresen en decenas de millones de **dólares** tal como ha sucedido con argentina en los años de 1995 y 1996 ⁹³ por poner un ejemplo. Si el fondo

⁹² Parafraseando a Elinor Ostrom. OSTROM, Elinor. El gobierno de los bienes comunes. México. Fondo de Cultura económica. 2002. pp. 51

⁹³ GETINO, Octavio. Cine y televisión en América latina. Santiago de Chile. LOM editores. 1998. pp. 78

llegase a contar en los próximos años con sumas de dinero que se expresen en decenas de millones de **dólares**, entonces, podría ser que se de un proceso de avanzada en el montaje de una plataforma tecnológica para producción y post-producción en las principales ciudades del país y eso podría tener efectos muy positivos en el futuro del cine colombiano.

Si se contara con más laboratorios como el que actualmente administra proimágenes Colombia, que en su momento, posean estaciones de alta tecnología como la explicada por Alejandro Cadavid* . En video, con tecnologías como la AVI, vinculadas a estaciones de alta tecnología en sonido como la tecnología DIGIDESIGN. Se dispondría de una base para que se conformara lo que en este trabajo se propone como una **interfase** entre consolidación de **talento humano** (gran parte del cual existe y el otro se encuentra en formación gracias a programas como Ibermedia) y la **plataforma tecnológica**, sobre la cual se piensa invertir desde el sector publico como el privado en los próximos años; tal como lo asegura David Melo:

“El Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía, órgano director del FDC, ha discutido el tema, específicamente en lo que respecta a la implantación del **laboratorio**, en consideración a los altos costos de montaje y a los requerimientos de producción que serían deseables para que fuera rentable. Tanto este como algunos otros temas relacionados serán estudiados con las empresas interesadas y los diferentes actores del sector, para definir oportunamente las condiciones de apoyo que podrían implementarse” (ver Anexo C).

* Gerente de Studiocom.com . Available From Internet: <<http://studiocom.com>>

De no trabajarse en lo anterior, probablemente será mucho más difícil que la industria crezca en términos de producción y que logre alcanzar en los próximos años los niveles de calidad que exige la competencia del mercado internacional.

Siendo en ese caso, poco probable también, que el talento humano con el que se cuenta en el país este preparado en los próximos años para competir frente al talento extranjero. Ya que el país se encuentra inmerso en un proceso de desarrollo que no se detiene, para el cual se requerirá cada vez con más urgencia la presencia de expertos en el manejo de dichas tecnologías que son imprescindibles en el desarrollo de múltiples productos multimedia que exige y exigirá con más frecuencia la **Internet** cuya esencia consiste en no poseer límites. (Ver anexo D) Consecuentemente, es posible que se presenten a futuro más dificultades para posicionar el producto en el mercado norteamericano pues parece improbable que se llegue a acuerdos entre los agentes nacionales del sector y las “**majors**” para que se logre la mencionada reciprocidad (Quid Pro Quo) entre los mercados; pues el desequilibrio es abrumador; “...mientras en América Latina más del 95% de las películas que se exhiben son producidas en Estados Unidos, las latinoamericanas que se exhiben en Estados Unidos no llegan al 0.1%”⁹⁴.

⁹⁴ CABRERA, Sergio. El cine en español. El cine memoria de un pueblo. 2000 Bogotá. Impresol. Pp. 12

A la luz de las anteriores reflexiones se deja abierta una pregunta a manera de proposición ¿Como se podrá alcanzar el mercado norteamericano de tal forma que puedan ser explotados los **nichos** del mismo (ver Anexo A y B) que corresponden al **12% de población latina**⁹⁵ por parte de los productores colombianos independientes si no se avanza en alcanzar los estándares de calidad que impone la competencia extranjera? Nada garantiza que si se producen 50 o 90 películas al año en **Colombia** en lugar de 4 o 5 como sucede hoy, ellas vayan a alcanzar el tan soñado mercado norteamericano. En argentina corrieron el riesgo y el efecto fue negativo, pues se presentó el llamado fenómeno de la **asincronía**⁹⁶ existente entre la producción y la explotación comercial, ya que el crecimiento de la actividad productiva resulta simultaneo a un menor interés del público por la mayor parte de las producciones. Entonces, mientras que no se cuente con los nichos de mercado existentes en países de alta producción se sumaría al anterior fenómeno lo que Sergio Cabrera explica como que los colombianos y los argentinos producen cine de manera tal como si Hollywood produjera cine para California⁹⁷. Por eso es necesario también que se trabaje en el desarrollo de campañas para promocionar el cine colombiano como una marca de proyección internacional como lo es hoy para Colombia por ejemplo el café de Juan Valdez.

⁹⁵ SANCHEZ, Enrique. La omnipotente industria audiovisual. En; Revista Mexicana de comunicación. Mayo de 2002.

⁹⁶ GETINO, Octavio. Cine y televisión en América latina. Santiago de Chile. LOM editores. 1998. pp.80

⁹⁷ CABRERA, Sergio. El cine en español. El cine memoria de un pueblo. 2000 Bogotá. Impresol. Pp. 12

Los agentes del sector que se encuentran tan desagregados, deberían apostarle a vincularse a manera de un **Cartel** del cine iberoamericano, (ver Anexo B) a los mega proyectos que van acorde a la mega tendencia de las alianzas intercontinentales⁹⁸ tales como la de Televisa, O`Globo y RCTV que han unido esfuerzos para poseer el 50% de división una gigantesca cadena de distribución de producto audiovisual en Latinoamérica y Norteamérica; así como la organización Diego Cisneros copropietaria del Satélite Galaxy para Latinoamérica⁹⁹. Preparándose para el futuro lanzamiento de canales digitales dedicados a exhibir cine iberoamericano las 24 horas del día por señal privada de televisión por cable sobre los cuales trabajan dichos conglomerados. Y eso solo lo lograrán arriesgándose a unir esfuerzos en “empresas estables, productoras de bienes y servicios, incluyendo aquellas que suministran insumos a los distintos eslabones de la cadena”¹⁰⁰ lógicamente con el apoyo del estado. El apoyo del estado es fundamental. Ya se indico más arriba que pese a la idea equivocada que se suele tener de que el cine norteamericano no se apoya en la protección de estado, más bien es esa su arma de más grueso calibre para competir de la manera en que compite y se debe tener en cuenta que hacer cine en cualquier país como en **Colombia** es un negocio de riesgo (ver anexo C) entonces los arriesgados, talentosos y algunos exitosos realizadores colombianos deberían

⁹⁸ Conferencia de autoridades cinematográficas iberoamericanas. La realidad audiovisual iberoamericana. La galaxia de Gutenberg Pp.29

⁹⁹ *Ibíd.*, pp. 28

¹⁰⁰ Convenio Andrés Bello. Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas. Pp. 113

asumir ese **riesgo de película** que implica unirse y fortalecerse con la ayuda del estado para seguir compitiendo ante al panorama difuso y complicado que plantea la llegada del TLC. Y así seguir cosechando muchos más logros y triunfos en los mercados extranjeros. Corresponde al gobierno lograr un tratamiento especial para la industria del cine en el TLC. De no ser así, ante las poderosas armas ideológicas y culturales con que cuenta Norteamérica, “...la identidad y diversidad culturales del país, de por sí amenazadas, quedarán en serio peligro de extinción”¹⁰¹

Por otra parte, el estado debe enfrentar fuertemente el fenómeno de la piratería que tanto daño le hace a la industria (ver anexo B) poniendo especial atención a otra nueva tendencia que consiste en la tendencia a la digitalización y la comercialización por **Internet** que hoy día han facilitado el incremento de la piratería en el país en un 65%. La tecnología de **Internet** no tiene límites y la legislación incluso a nivel internacional aun se encuentra poco desarrollada (ver anexo D).

Por último, se propone que la política considere vincular al consumidor promedio que conforma el público colombiano con un objetivo de la política que sea compartido por todos como colombianos para que su aporte vaya más allá de lo que indirecta y pasivamente gasta en taquilla. Pues ese público podría ser movilizado masivamente hacia una gran causa como lo es el cine colombiano.

¹⁰¹ Shakira y Disney mano a mano. En revista Semana. (11/06/2004) Bogotá.

7. BIBLIOGRAFIA

- CAB. Documento de apoyo técnico para la defensa de políticas del sector cinematográfico de países latinoamericanos en las negociaciones de los Tratado de Libre Comercio. Noviembre de 2004. Bogotá.
- CAB. Impacto del sector cinematográfico en la economía colombiana: situación actual y perspectivas. Bogotá. Fedesarrollo. 2003.
- CANC. La realidad Audiovisual Latinoamericana. Secretaria general de la cinematografía iberoamericana. Caracas Venezuela. 1997.
- CNACC. Convocatoria del fondo para el desarrollo cinematográfico 2005. Bogotá.
- CABRERA, Sergio. El cine en español. El cine memoria de un pueblo. 2000 Bogotá. Impresol.
- CROZIER, Michel. El fenómeno burocrático. Ensayo sobre las tendencias burocráticas de los sistemas de organización modernos y sus relaciones con el sistema social y cultural. Buenos Aires. Amorrortu, 1974.
- Estudio comparado de Fedesarrollo Sobre industria del cine en diferentes países. Capítulos I y II y III. Available From Internet: <<http://proimagenescolombia.com/estudiofedesarrollo.htm>>
- ECO, Umberto. Como se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura. Barcelona. Gedisa. 1977
- FARHI, Paul & ROSENFELD, Megan. "American pop penetrates Worldwide. Nations with new wealth, freedom welcome Bart Simpson, Barbie and Rap" The Washington Post. Washington, D.C.: Oct 25, 1998. pp. A.01
- GALIANO CARLOS, Cien Años sin soledad. Letras Cubanas. 1996
- GETINO, Octavio. Cine y televisión en América latina. LOM ediciones. Santiago de Chile. 1998.
- GETINO, Octavio. Aproximación a un estudio de las Industrias Culturales en el MERCOSUR. Seminario Internacional Importancia y Proyección del

MERCOSUR Cultural con miras a la Integración. Santiago de Chile, 3, 4 y 5 de mayo de 2001

- GETINO, Octavio. Economía cultural y economía de la cultura. “La cultura Como capital”. Available from internet: <<http://www.innovarium.com/.../Economia%20Cult%20ALTC/octavio%20Getino%20La%20cultura%20como%20capital%20social.pdf>>
- OSTROM, Elinor. El gobierno de los bienes comunes. México. Fondo de Cultura económica. 2002.
- Prieto de Pedro, Jesús, Cultura, economía y derecho: Tres conceptos implicados, Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, 2002.
- SIMON, Herbert. El comportamiento administrativo. Estudio de los procesos de adopción de decisiones en la organización administrativa Madrid. Aguilar. 1972.
- Revista Semana. Sección Nación. “Shakira y Disney mano a mano. Tema. Libre Comercio. (11/06/2004) Bogotá.
- Sentencia C-577- de 2004. República de Colombia.
- SANCHEZ, Enrique. La omnipresente industria audiovisual. Artículo publicado en: Revista mexicana de comunicación. Mayo – Junio de 2002. Available from internet:<<http://mexicanadecomunicación.com.mx/tables/fmb/foromex/omipresente.html>>.
- STOLOVICH, Luis. Diversidad creativa y restricciones económicas. La perspectiva desde un pequeño país. 2002. Available from internet:<<http://www.campusoei.org/pensariberoamerica/ric01a03.htm>>

8.GLOSARIO.♦

- AGENTE: Persona que cuenta con la autorización de otra para realizar actos en su nombre.
- AMORTIZAR: Depreciar, calcular la parte del valor total de un activo fijo que debe considerarse como depreciada en un ejercicio y por tanto imputarse como gasto del periodo. Se calcula en función de la vida económica o capacidad de generación de fondos de un activo.
- APERTURA ECONÓMICA: Proceso mediante el cual los países que practican el proteccionismo económico abren sus fronteras al comercio internacional y a la inversión extranjera. La apertura económica de los países favorece actitudes tendientes a la globalización de la economía mundial.
- BENEFICIARIO: Aquella persona titular de los derechos derivados de un contrato, negocio o acuerdo.
- BUROCRACIA: Conjunto de funcionarios públicos encargados de la administración y gestión de los asuntos del estado.
- CANAL DE DISTRIBUCIÓN: Conjunto de organizaciones que intervienen de forma sucesiva en la distribución de un producto desde el fabricante o productor hasta su punto de venta.

♦ Fuente: Diccionario de economía y negocios. Arthur Andersen. S.A. 1997 ESPASA CALPE. MADRID. 1997

- CARTEL: Pacto entre empresas de un mismo sector para eliminar o restringir la competencia entre ellas fijando de común acuerdo los precios y la producción. El cartel más conocido es la OPEP.
- DESARROLLO: Proceso de crecimiento de una economía o sector mediante la investigación o mejor uso de los recursos disponibles. En respuesta a un plan estructurado.
- FONDO: Cantidad de dinero reunida para realizar determinadas actividades económicas.
- KNOW HOW: Conocimientos desarrollados por una organización o sociedad como consecuencia del aprendizaje y de la experiencia adquiridos. Y que son la clave de su éxito.
- MARKET NICHE: Segmento de un mercado claramente diferenciado del resto, ya sea por motivos de calidad, precio, zona geográfica etc. Para ser atractivo, el nicho de mercado debe ser lo suficientemente grande como para proporcionar un beneficio y lo suficientemente pequeño como para no atraer a otros competidores.
- MERCHANDISING: Utilizado en inglés se traduce al castellano por mercado y se refiere al aspecto del marketing que está relacionado estrictamente con la comercialización distribución, promoción y venta de bienes y servicios que recoge las tácticas y técnicas más sutiles para la captación de clientes.

- **PATRIMONIO TANGIBLE:** Constituido por objetos que tienen sustancia física y pueden ser conservados o restaurados por medio de algún tipo de intervención. Se pueden reconocer muebles e inmuebles
- **PATRIMONIO INTANGIBLE:** Conjunto de elementos sin sustancia física (modos de hablar, canciones, costumbres) o por formas de conducta (danzas, ritos).
- **PUESTA EN VALOR:** acción de habilitar un objeto o lugar patrimonial para su apreciación por el público general. Contempla acciones de interpretación y conservación. Es plantearse el valor social y utilitario de los bienes culturales y naturales, puesto que el patrimonio tiene sentido si es utilizado y adquiere realmente un valor en función del uso que de él haga la comunidad.
- **PYME:** Acrónimo de pequeñas y medianas empresas.
- **RENTABILIDAD:** Capacidad para producir beneficios o rentas. Relación entre el importe de determinada inversión y los beneficios obtenidos una vez deducidas comisiones e impuestos. Expresada siempre en términos relativos.
- **RIESGO:** En el ámbito financiero, se dice que una inversión tiene riesgo cuando existe la posibilidad de que el inversor no recupere los fondos que ha invertido para ella.
- **SECTOR:** Conjunto de empresas dedicadas a la misma actividad económica.

- SATURACIÓN DE MERCADO: Circunstancia que se da cuando la demanda de un producto se estabiliza porque no parece que haya un crecimiento de clientes potenciales suficiente por lo que la oferta será excesiva para el nivel de demanda.

9. LISTA DE ANEXOS.

- ANEXO A. Entrevista a Sergio Cabrera. Pág. 31,
- ANEXO B. Entrevista a Víctor Gaviria. Pág. 21,
- ANEXO C. Entrevista a David Melo. Pág. 40,
- ANEXO D. Entrevista a Alejandro Cadavid. Pág. 26,
- ANEXO E. Listado de los estudios más importantes acerca del tema en los últimos veinte (20) años. Pág. 17,
- ANEXO F. Precio de una boleta de cine. Pág. 36,
- ANEXO G. Evaluación de políticas públicas. Pág. 12,
- ANEXO H. Los pasos para piratear DVD's caben en una pagina. Pág. 26,
- ANEXO I. Los acuerdos ratificados por Colombia en defensa de los derechos de propiedad intelectual. Pág. 25,
- ANEXO J. Cuadro de las Películas más taquilleras en la historia del cine colombiano. Pág. 37,
- ANEXO K. La ley 397 de 1997 se resume en el siguiente cuadro. Pág. 7,
- ANEXO L. Reglamentación de la ley 814 de 2003. Pág. 11,
- ANEXO M. Convocatorias del Fondo Para el Desarrollo Cinematográfico 2004. Pág. 41,

- ANEXO N. Estructura organizacional del primer nivel; Proimágenes en movimiento. Pág. 11,
- ANEXO O. Víctor Gaviria Suma en Francia. Recorte de prensa. Diario El País, Cali domingo 20 de Marzo de 2005. Pág. 38,
- ANEXO P. El oscar coquetea con Catalina Sandino. Recorte de prensa. Diario El tiempo domingo 12 de diciembre de 2004. Pág. 37,
- ANEXO Q. Catalina hizo el oso de plata. Recorte de prensa. Diario El País Cali, Domingo 26 de Diciembre de 2004. Pág. 38,

ANEXO A

Entrevista telefónica a Sergio Cabrera. Realizador Colombiano.

Madrid. Martes 10 de mayo de 2005. 3:00PM

Luís Fernando Pulido: Yo quiero hablar sobre el tema de la producción en Colombia y las dificultades para producir cine en el país.

Sergio Cabrera: No es un tema que yo conozca muy bien pues resulta que yo llevo casi más de seis años fuera de Colombia... ó sea estoy bastante alejado y en muchos temas de producción pues... los maneja generalmente mi hermana o los productores ejecutivos pero yo te digo lo que se...

L.F.P: Me parece perfecto. Comencemos con preguntar... ¿Es buen negocio hacer cine en Colombia?

S.C: No es buen negocio... pues lo que pasa es que, pues generalmente cineastas como yo hacemos cine porque es una forma de expresarse y de transmitir algunas ideas. Pero yo desde que trabajo en cine veo que quienes hacen cine se dedican además a otras cosas al menos parecidas al cine como la televisión. Pero, ser cineasta no es buen negocio.

L.F.P: ¿Que influye en esos márgenes de utilidad?

S.C: Ehh, Mira en realidad ser cineasta no es buen negocio casi que en ningún país; ni siquiera en Estados Unidos. Allá, los triunfadores en términos financieros son más bien escasos. Inclusive, los grandes maestros del cine o sea la gente que uno admira... uno sabe que pasan muchas dificultades para poder producir sus películas. Pero la razón de ser de hacer cine yo insisto en que a la gente que le gusta hacer cine de verdad no es por negocio si alguien quiere hacer negocio en Colombia debe intentar por otros lugares; En los Estados Unidos hay un sector del cine que es muy rentable como las multinacionales. Pero ni siquiera allá el cine es un negocio del todo rentable.

L.F.P: Yo quisiera saber si usted conoce acerca de cuál es el margen de ganancia aquí en Colombia.

S.C: Depende de la taquilla que produce la película pero hasta donde yo se por cada espectador que entra a la sala le corresponde al productor un dólar. Pero ahí tienes que distinguir muy bien entre director y productor. Yo en casi todas mis películas he tenido pequeños porcentajes pero por lo general no soy productor y por lo tanto no recibo porcentaje de la taquilla de la película.

L.F.P: ¿Cada cuanto tiempo logra usted un producto de creación audiovisual propiamente suyo, hablando de todos los formatos en los que trabaja?

S.C: Bueno yo llevo 20 años en que estoy permanentemente produciendo, pero como te digo mi ganancia en el negocio del cine es porque cobro por dirigir en diferentes proyectos; es decir, en televisión, en cine publicitario, en teatro... y generalmente lo que gano pues... en las películas, generalmente pues casi nunca compensa ni siquiera la... casi siempre tengo que invertir más de lo que me pagan. Pero yo soy un director que trabaja mucho, es decir en 20 años no he parado nunca de trabajar.

L.F.P: ¿Usted saca más de un producto al año?

S.C: Si claro. Si cuentas televisión y eso si... largometrajes, eh... mas o menos uno cada tres años en promedio.

L.F.P: ¿ Y de eso que producto ha sido de producción 100% colombiana?

S.C: Siete largometrajes han sido de producción 100% colombiana pero en coproducción... o sea es que según la legislación colombiana un largometraje es 100% de producción nacional cuando más del 50% de la inversión es colombiana.

L.F.P: ¿Todos han sido coproducción?

S.C: Si todos han sido de coproducción; lo que pasa es que todos han tenido una fuerte participación colombiana que los vuelve producto colombiano.

L.F.P: Y de sus productos, ¿cuáles no han sido estrenados?

S.C: No, los míos han sido estrenados todos. Si.

L.F.P: ¿Como hace usted para conseguir sus recursos?

S.C: No, yo no consigo los recursos... las únicas 2 películas donde yo he sido productor. La primera "Técnicas de Duelo" y "La estrategia del Caracol". Esas 2 películas las produje yo con dinero mío, con ahorros personales que tenía porque, yo he tenido mucho éxito como director de cine publicitario y como director de televisión y he ganado bastante dinero... en esas dos primeras películas invertí dinero mío... personal, pero en las otras películas que he hecho, pues en algunas he invertido... pequeñas cifras, de ahorros y el resto del dinero me lo han conseguido los productores o los coproductores cuando es coproducción, pues, gran parte del dinero viene de productores internacionales.

L.F.P: Se podría decir que entre 1989 y 1995 más o menos fue una época muy amarga para la producción nacional. ¿Usted comparte este punto de vista?

S.C: Si, fue muy difícil.

L.F.P: ¿Fue una época amarga también para usted?

S.C: Eh... digamos que no... O sea, yo... si fue una época difícil pero como te digo yo tenia unos ahorros personales y decidí invertir en cine y en ese periodo hice esas dos películas que te menciono y otras cosas más... pero si fue una época muy mala para el cine en general latinoamericano.

L.F.P: ¿Que explicación le das a esa época?

S.C: No, la mezcla de falta de apoyo del Estado con la crisis que afectó a toda América Latina, porque eso también sucedió en toda América Latina, no solo el no tener apoyo del Estado en la crisis económica y de la actitud agresiva que tomaron las multinacionales Americanas, todo eso incidió para que fuera un periodo amargo y digamos que el cine ha vuelto a fortalecerse cuando el Estado ha empezado a ayudarlo pero hacer cine como hice yo en esos periodos era invirtiendo dinero, porque como te dije yo en cada una de esas películas más puse mas de... 150000 en una y 180000 dólares en otra, que era muchísimo dinero que no todo el mundo puede y no todo el mundo lo tiene y cuando lo tiene no todo el mundo está dispuesto a darlo.

L.F.P: No todo el mundo está dispuesto a invertirlo a menos que sea por pasión...

S.C: Si, si uno tiene de verdad una pasión por el cine para hacer como yo hice... yo lo he hecho tres veces también, pero digamos que no se

puede esperar que el cine en un país dependa únicamente del romanticismo de sus cineastas y hace falta el apoyo y el fomento de la industria.

L.F.P: Por supuesto, se necesita el desarrollo de la industria como tal, pero siguiendo sobre el punto de los obstáculos que tienen los productores, directores, un cineasta como tal ¿cuál ha sido el mayor obstáculo que ha tenido usted realizando digamos su último estreno que en este momento hay en el país, cuál es ese obstáculo que se caracteriza digamos por presentarse siempre y lo comparte con otros directores latinoamericanos también?

S.C: La mayor dificultad de estrenar siempre es tener dinero para lograr hacer campañas publicitarias importantes y hay poco dinero generalmente, los medios apoyan pero no apoyan con la intensidad que uno necesitaría y competir con la capacidad de mercadeo de las películas norteamericanas de Hollywood es casi imposible porque ellos si que tienen una capacidad de mercadeo gigantesca porque los distribuidores colombianos cuando lanzan una película no han invertido, ósea la película la compran por 10000 o 20000 dólares mientras que la película colombiana ha costado un millón o un millón y medio de dólares, ha pagado impuestos y tiene todo tipo de gastos, entonces es imposible, digamos es muy difícil estrenar en esas condiciones, entonces

es básicamente por la falta de dinero porque del resto no hay muchas dificultades pues digamos en mi caso.

L.F.P: En esos mismos términos me parece que a usted no se le dificulta mucho comercializar o exhibir sus películas aquí en Colombia, pero, ¿cómo hace para comercializar sus películas a nivel nacional pero especialmente a nivel del extranjero?

S.C: Pues esos son procesos producto del éxito, por ejemplo, mi primera película no se exhibió sino en tres países, en Estados Unidos y en Brasil y no sé, en algunos otros, muy poquitos, pero la segunda película como tuvo mucho éxito en el festival de cine de Venecia, tuve un gran éxito ese festival, pues le interesó a los distribuidores y empezaron a exhibirla y a partir de allí pues tengo un público mas o menos fiel que cada vez que estreno en algunos países como en España, Francia, Italia, Alemania, Holanda, Bélgica, México, Argentina, son países donde la gente me conoce, no se, es un poco como el mecanismo de los cantantes, que si hacen un disco de éxito, entonces ya después los otros discos le interesan a la gente, y si son buenos, si digamos mantiene un nivel de calidad y el interés para el público pues va creciendo el público pero eso no es que yo tenga fórmulas burocráticas para hacer eso, simplemente es asunto del éxito de las películas porque cuando las películas gustan pues la gente quiere ver más.

L.F.P: Entonces, ¿usted lo ve por un lado en los términos de calidad?

S.C: Desde luego no existe ninguna otra forma para que un distribuidor de un país extranjero compre una película colombiana, ósea, tiene que ser la.....normalmente un producto, pues...estrenar una película, en España por ejemplo, yo en estos dos meses voy a estrenar en España. Francia, Italia, en Holanda, en Canadá y en México, todos al mismo tiempo, y cada distribuidor de esos está arriesgando entre doscientos mil y cuatrocientos mil dólares en el estreno, porque estrenar una película significa hacer campañas, de prensa, campañas de publicidad, hacer afiches y cada país tiene que hacer su propia campaña, y cada campaña cuesta entre trescientos mil y cuatrocientos mil dólares, entonces, normalmente no hay muchos distribuidores interesados en apostar trescientos mil dólares en películas que no tiene una firma de garantía de que van a recuperar la inversión con el público, y para eso el público tiene que mas o menos conocer la obra del director o los artistas de la película, lo que es otra opción, cuando se hace un cine con estrellas, con actores famosos, pues la gente va verla por sus estrellas, pero en el caso del cine latinoamericano, pues generalmente son los directores los que tiene un poder de convocatoria que hacen posible estrenar fuera de Colombia o de sus países de origen. También, por ejemplo Víctor Gaviria también es un director que ha tenido éxito en

festivales, que hace películas de muy buena calidad y que también estrena en España y en Francia y no se donde mas estrenará Víctor, y bueno, Jorge Alí Triana, hay algunos directores que hacen algunas películas que les interesan a los distribuidores internacionales.

L.F.P: ¿Está usted enterado de si existe algún tipo de campaña de promoción desde Colombia, desde el gobierno en el extranjero para el cine colombiano, de si existe alguna campaña como promoción?:

S.C: No, que yo sepa no. Existen digamos que el Ministerio de Cultura a veces organiza muestras y eso pero, si se quisiera que el cine colombiano tuviera mas difusión e interesara más a los industriales del resto del mundo pues se necesitaría estar más presente en los mercados de cine y en los festivales y tener dinero para promoverlo, y promoverlo eso si mas internamente, ósea yo pienso que el Ministerio de Cultura que gasta tanto dinero en que se hagan las películas, pues tendría que entrar a considerar también pues tener dinero para promover las películas para que la gente vaya y las vea, pero la gente no va a ver las películas porque no se entera que las están dando y también hay otro factor nuevo y es que el cine es muy caro para el público Colombiano.

L.F.P: ¿Comparte usted mi visión de que al cine Colombiano le hacen falta campañas más agresivas para venderse?

S.C: Si le hace falta pues...le hace falta dinero para promocionarse, hacer publicidad, si para toda la parte de marketing a nivel interno y a nivel internacional, muchísima falta, está ...prácticamente no se tiene, y lo que se hace lo hace uno con dinero propio que generalmente no es suficiente.

L.F.P: ¿Cómo ve el futuro de la industria del país?

S.C: Pues... se está pasando por un buen momento pero no se si ser optimista porque básicamente por el tema de la distribución, ósea, yo creo que se pueden hacer películas buenas y que hay gente con capacidad de hacer buenas películas, pero la competencia interna con el cine americano es muy exigente pues es bastante complejo recuperar la inversión en una película en las condiciones en que se compite en Colombia con el cine internacional.

L.F.P: Entonces, ¿el futuro...?

S.C: El futuro... no pues no se, no sabría yo que decir del futuro, básicamente creo yo que hay un problema complicado que es el de mercadeo, pero si el Estado logra encontrar como fórmulas que ayuden a que esa competencia sea mas equilibrada, que no sea tan desleal y que no sea tan mafiosa que es un término que hay que usar para definir la competencia desleal que hace el cine de hollywood al cine de otros países del resto del mundo, sino fuera tan desleal la competencia pues

muy seguramente habría mucho futuro para el cine. Básicamente es eso.

L.F.P: ¿Cómo ve el futuro en términos globales de la industria frente a una ola tecnológica que para mí amenaza con un acceso a producto de valor audiovisual, o una producción de valor audiovisual con coste cero a través del Internet, cosa que ya está ocurriendo?

S.C: A mí me parece que eso no, ósea, eso va a ser como variantes diferentes pero el espectáculo del cine siempre va a seguir existiendo, la gente seguirá yendo a las salas, y seguramente baje un poco la audiencia, es muy posible, pero personalmente no creo que el cine como espectáculo, el cine pues en pantallas de cine vaya a desaparecer aunque muy posiblemente baje un poco la audiencia

L.F.P: ¿Y personalmente le parece incómodo o molesto que unas personas por medio del Internet puedan tener gratuitamente acceso a películas que son de su propiedad?

S.C: Pues sí claro, me parece mal, pero desde mi punto de vista la piratería audiovisual es donde. Películas y DVD, pues es en gran parte debido al costo excesivo que le ponen a las películas originales nacionales e internacionales. Si un pirata puede vender una película en tres dólares o en dos no sé, y la original vale veinticinco, ahí hay algo que...hay veinte dólares que no están porque al productor no le llega

ese dinero, ni al director, entonces es dinero que se transfiere a....las multinacionales si que sirven para financiar su forma de mercadeo y su forma de aplastarnos, entonces resulta un poco paradójico, y claro que me parece mal que haya la piratería, pero en el fondo a los únicos que les hace daño de verdad son a los de las multinacionales, no a los pequeños productores como nosotros.

L.F.P: Le quiero agradecer y pedirle que me excuse por haberle robado parte de su tiempo

S.C: No te preocupes; con todo el gusto.

L.F.P: Muchísimas gracias.

ANEXO B.

Entrevista a Víctor Gaviria.

Medellín: Martes 17 de Mayo de 2005. 10:30 AM

Luis Fernando Pulido: “RODRIGO D no futuro” fue una de las últimas películas que promocionó Focine, me voy un poquito para atrás, pero quiero saber si estás agradecido con el Estado colombiano por el apoyo que te brindó por medio de Focine en aquella época o si esperabas más de Focine.

Víctor Gaviria: Si, era otra época, o sea...eh... en cuestión de seis, siete años cambió la forma de pensar de todos en el mundo entero, cuando en el ochenta y cinco nosotros nos ganamos el premio del guión, un segundo puesto, ¿cierto?, nos daban toda la producción, era la época pues antes de que se derrumbara el estado paternalista, ¿cierto?, el Estado subsidiador de todo que hacía que existiera por ejemplo un instituto de fomento al cine. Ya luego en cuestión de cinco años, eso fue en el ochenta y cinco que ganamos eso, nosotros empezamos a trabajar en el ochenta y seis, rodamos en el ochenta y seis, luego ya entró como la crisis de Focine mismo porque mucha gente no estaba de acuerdo, sobre todo los distribuidores que eran los que apoyaban y daban un impuesto para el fondo de Focine que era una plata que se recogía por impuestos, ellos se revelaron contra eso. Lo que quiero decir es que cuando salió la película en el noventa y

luego salió La Estrategia del Caracol y todo eso en el noventa y tres mas o menos, en cuestión de unos años cambió todo el pensamiento sobre el Estado, entonces ya se suponía que era un absurdo que el Estado fuera un Estado subsidiador del cine y mucho menos, entonces el cine era una industria que tenía que buscar otro mercado. Los que hacíamos el cine, vivíamos en otra burbuja, políticamente pues coincidió con la caída de la Unión Soviética y el triunfo del Neoliberalismo en el mundo y toda esa cosa y en cuestión de unos años pasamos de una situación, nos beneficiamos de una situación que cinco, seis años después era absurda pues para todo el mundo era absurdo que el Estado subsidiara y pagara totalmente una película, pero en esa época era increíble, porque nosotros digamos, no éramos obligados a coproducir, no teníamos que buscar inversionistas, coproductores nacionales o internacionales, preventas, nada, nada, simplemente, Maria Emma Mejía que era la gerente en esa época me llamaba, me pagaba pasajes para ir a Bogotá a hablar con un guionista argentino que era como el asesor de todos estos guiones que se llama Jorge Goldemberg. Ese lujo pues de ir a hablar con ese señor del guión, que Maria Emma llegaba a Medellín, miraba como íbamos, tenía entrevistas con nosotros largas, ella era como la productora, ella era como la mamá.

L.F.P: Entiendo

V.G.: Pero mirá que de allí surgieron películas muy interesantes como RODRIGO D por ejemplo, ¿cierto? y en ese sentido pues seguramente no se hubiera podido hacer si no era de otra manera porque seguramente no habría productores en el momento que arriesgaran tanto por una producción que era con actores naturales,

eso fue pues una muy positiva situación histórica de esos años en que nadie discutía que el Estado tenía que subsidiar el cine.

L.F.P: Interesantísimo. Y después, ¿como fue la época sin Focine?

V.G.: Cuando se derrumbó Focine, en el gobierno de Gaviria, que fue la revolución del Neoliberalismo, ¿cierto? Entonces obviamente ya el cine dejó de existir, pues como quien dice, había dejado ya de operar, era una serie pues todavía como de un instituto totalmente eclipsado, a la deriva, y en el noventa y uno el gobierno de Gaviria lo enterró, mucha gente en ese momento se alegró de que lo enterraran porque ya era un cadáver que estaba en el sepulcro y si un cadáver está ahí y no sirve para nada pues entiérrrenlo de una vez, pero es un cambio que en cierto sentido lo marcó también La Estrategia del Caracol, La Estrategia había sido una película que también había comenzado como un premio de Focine, por lo menos el cincuenta por ciento de la estrategia fue financiado por Focine y después como ya Focine se vino abajo, entonces ya entraron otros productores, como Crear, como Caracol, y entonces la Estrategia del Caracol fue la segunda película, según decían en esa época hecha bajo el nuevo concepto del neoliberalismo, una película buscando su mercado, una película que no era solamente la hija del Estado sino también la hija del mercado

L.F.P: Y esa nueva época que marcó La Estrategia del Caracol, de todas formas ¿fue una época funesta para los productores?

V.G.: Pues en verdad, digámoslo, también tenía como sus cosas interesantes porque nos pusimos como al tono de la época, con lo que estaba ocurriendo en todo el mundo, había que buscar un mercado, había que abrirse a las

coproducciones, las películas debían ser realmente productos comerciales, y pagar la subvención y que propiciaran una ganancia, ¿cierto? Pero de todas maneras para nosotros que habíamos crecido bajo la paternidad del Estado, porque nosotros habíamos estado así durante toda la década del ochenta cuando el Estado hacía unas convocatorias en las que todo el mundo participaba y entonces la gente recibía directamente la plata del Estado sin preocuparse de coproducirle nada, entonces se hicieron por lo menos doscientos medimetrajes de esa manera y por lo menos una docena de largometrajes. Entonces para nosotros era como se dice, el final de una buena época que en cierto sentido ya había terminado y aceptamos que había terminado y había sido como una escuela en la que todos habíamos aprendido a hacer cine de alguna manera, y ya empezaba como la edad adulta del cine colombiano en la que cada cual tenía que buscar su plata y la calidad del producto se imponía. Esos primeros años fueron muy difíciles, o sea, solo Sergio con el éxito de su película logró conseguir coproductores Italianos, españoles, pero para nosotros era muy complicado, yo después de RODRIGO D me estuve como cuatro o cinco años sin hacer nada, pues sin hacer nada no, hice mis cosas, hice Simón el mago, una película para Tele Antioquia, hasta que de pronto resultó un productor independiente que era Eric Goggel y pude hacer La vendedora de rosas en el noventa y seis, o sea diez años después de RODRIGO D pude yo hacer otra película.

L.F.P: Pero con La vendedora de rosas te aproximaste casi a una de las cifras más altas que ha alcanzado alguien en el país, cerca de las cifras de un director

que es precisamente Sergio Cabrera, pues La vendedora de rosas tuvo una cifra de seiscientos treinta mil espectadores lo que fue muy significativo.

V.G.: Sí, de todas maneras tu vez que La estrategia tuvo como un millón y medio. El país en los años noventa fue muy golpeado, todo lo que es la industria colombiana se esfumó, la pequeña industria colombiana que era la que hacía que tuviéramos un mercado pues casi autosuficiente, pues en esa época se desplomó todo eso. Nosotros fuimos simplemente una parte de ese desplome, el cine, todo se desplomó, y el país se empobreció mucho, y el cine que era parte de la canasta familiar, porque había una base de espectadores como de cincuenta o sesenta millones de personas al año, o sea que el colombiano iba como dos veces a cine en el año y cuando se desplomó todo la pobreza empezó a aumentar hasta ahora que la pobreza es como los dos tercios del país. En esa época la pobreza hizo que la base de espectadores empezara a bajar y bajar, y ahora tenemos solamente como diecisiete millones de espectadores. Ósea que ya tener las cifras de medio millón de espectadores es una proeza, pues ahora ya no se puede pensar en millón y medio de espectadores o dos millones, como El taxista millonario, o como La estrategia del Caracol, ya no se puede pensar en esos números.

L.F.P: Y después de esa metamorfosis que paso del paternalismo o proteccionismo a la edad adulta del cine, fueron diez años en que no pudiste sacar una película, después del noventa y ocho cuando aparece proimágenes, como se siente hoy en día Víctor Gaviria con esa nueva era por llamarla así.

V.G.: Sí, después vino una nueva era realmente, o sea la misma gente, la misma generación que se había creado con el paternalismo de Focine en los años ochenta, de todas maneras era una gente pues muy conciente que el cine... pues que el país necesitaba tener cine, que como decías vos ahora, el cine era un arma necesaria para el conocimiento del país, era un lenguaje de libertad y todo eso, entonces, esa gente que venía trabajando desde el ochenta, creando una ley del cine, la lograron crear ahora, después de muchos años, en el dos mil dos, dos mil tres, pero esa ley de cine que nace en el dos mil tres, es fruto del trabajo de mas de veinte años, desde el 79 que se crea Focine, es fruto de una generación que trabajó y trabajó la ley del cine, porque de todas maneras aunque aceptaba que habían cambiado las condiciones históricas del país y del mundo, de todas maneras el cine era algo que en todos los países seguía siendo defendido, en Francia era defendido, era protegido, era un producto comercial que era cultural al mismo tiempo, y no había que solamente dejarlo a las leyes del mercado sino que había que protegerlo, entonces pues se crearon los fondos Iberoamericanos como Ibermedia, se crearon una cantidad de ayudas en todo el mundo como para proteger al cine, pues el cine de todas maneras no se dejó abandonado a las leyes del mercado, y en estos momentos es la actividad cultural del país que más protegida está pues nadie más tiene una ley como la del cine que a nivel de exención de impuestos es maravilloso. Llegamos a un punto intermedio de un Estado no paternalista pero que reconoce el valor cultural del cine y por lo tanto lo protege.

L.F.P: Sin embargo, si tenemos en cuenta Argentina, la ley del cine que comparte el concepto de espacio audiovisual, en Argentina tuvo lugar el 1994 e iba con todo ese movimiento que se dio desde 1987 con la creación de el foro de cinematografía latinoamericano en Cuba y para Colombia una ley de cine se logró en el 2003, ¿no te parece Víctor que han sido diez años que son irreversibles para el desarrollo de la industria cinematográfica del país?

V.G.: Sí, lo que pasa es que Argentina logró una ley del cine que recoge un impuesto muy grande. Es que la ley del cine depende de donde se alimente, en Argentina gravaron a toda la industria del video, un impuesto que no se por que lo lograron, entonces ellos recogen un fondo anual como de treinta millones de dólares, mientras que Colombia recoge tres anuales con el impuesto que creó la ley del cine, entonces quiere decir que ellos tienen diez veces mas impulso que nosotros, por eso ellos, digamos, han hecho diez veces más de lo que nosotros hemos hecho.

L.F.P: Qué le hace falta entonces a la ley de cine colombiana.

V.G.: Un país con tanto problema fiscal, tensiones, no se puede buscar mucho, antes se logró el impuesto, porque ahora todos los impuestos van determinados por la deuda del país y los fuerte problemas fiscales, antes es mucho lo que se ha logrado, por lo menos tres millones de dólares dedicados al cine; no botarlo a la guerra, a la corrupción ,a las dádivas que se dan al ejecutivo para lograr sus cosas, son tres millones que se perderían en la vorágine de la corrupción o la guerra, o la corrupción del ejército colombiano que es ilimitada, ¿cierto?, y nadie ni siquiera cuestiona, entonces estos tres millones sirven para la industria del cine.

L.F.P: ¿Cómo se financia Víctor Gaviria?

V.G.: En sumas y restas, siempre por los caminos de las convocatorias, ganándonos premios, un poquito como la cadena de ayudas que ha creado el instituto de cinematografía, pues la dirección de cinematografía, y el ministerio que crean como una cadena de pequeñas ayudas que hacen que una película vaya realizándose con una ayuda del Estado, con las convocatorias del guión de largo , de post producción de producción... las convocatorias de premios que hace que de todas maneras no estamos abandonados. Este año por ejemplo se van a premiar tres películas y hace que los directores que han invertido ponle tu quinientos, seiscientos millones de pesos de su bolsillo ahora tengan una ayuda. Sino las películas se quedarían sin terminar nunca. Entonces yo si recurro a eso.

L.F.P: De todas formas consigues fuentes independientes.

V.G.: Si, pues hay que buscar coproducciones, hay que... con la ley de cine se abre la posibilidad de convocar a inversionistas nacionales. De todas maneras la empresa privada se está dando cuenta digamos de los beneficios y de los merecimientos que tiene esa ley de exención si una empresa pone cien millones de pesos pues automáticamente cincuenta millones son libres de impuestos. En la medida en que la empresa privada se vaya dando cuenta de eso pues va a empezar a buscar al cine como industria.

L.F.P: Y personalmente qué opina Víctor Gaviria ¿si es buen negocio o no ser cineasta en Colombia?

V.G.: Pues como te digo es muy paradójico pues de todas maneras en general todas las industrias colombianas pasan por un periodo de incertidumbre muy

grande o sea el cine sufre de una incertidumbre muy grande que no solo es propio del cine sino de muchos renglones económicos del país. Todos los inversionistas colombianos están todo el tiempo arriesgando mucho en lo que se metan y todos estamos persistiendo en la idea y la convicción de que la industria del cine es rentable y todavía no es así es decir es como una utopía que nos mantiene a todos creyendo que vamos a lograr convertir estos sueños en una industria entonces en ese sentido tu puedes decir... ser cineasta es una apuesta casi suicida, inconcebible pero todos tenemos la enfermedad de la utopía de creer que si hasta que no se demuestre lo contrario y soñamos que la industria va a mejorar y así es una utopía de la cual no nos curamos.

L.F.P: De todas formas ¿es una producción artesanal?

V.G.: No, ya no lo es pues ya hay unos estándares técnicos que se cumplen y estamos acercándonos a tener tanto un lenguaje como una técnica mundial. Es decir unas condiciones que se comparten en casi todas partes del mundo. Nuestras películas ya están llegando a los festivales y a todas partes con una factura que es internacional, o sea que no denota todavía una cuestión artesanal como antes. Eso ha sido también un logro del cine, después de tantos años nosotros ir accediendo a un lenguaje universal muy interesante o sea nosotros estamos todavía accediendo a ese lenguaje universal que es el lenguaje de las pasiones y los sentimientos humanos que cada vez es más complejo tratar en el cine, o sea cada vez somos mejores narradores y cada vez manejamos un poquito más lo del instrumento del lenguaje. Y eso es importantísimo, o sea poder abordar nuestros problemas con lenguaje de una sutileza que nos haga iguales a los

mejores del mundo en eso... en eso vamos bien y creo que cada vez vamos accediendo a un lenguaje cada vez más adulto y más complejo.

L.F.P: Todo eso que menciona es una característica del cine colombiano que le da un valor especial a las películas colombianas. Le parece Víctor que las majors cuando ofrecen veinte o treinta mil dólares por una película que ha costado mil quinientos millones de pesos le usufructúan a las películas colombianas el valor autóctono.

V.G.: Si, cuando ocurre eso quiere decir que la película colombiana no ha recorrido el camino de la industria. Ha recorrido unos caminos como silvestres, unos caminos más bien como piratas que son paralelos a la industria... esos caminos piratas, por ahí nunca se llega a nada. Se puede llegar a hacer buen cine pero no se llega a crear una industria eso quiere decir que estas haciendo cine por unos caminos que son veredales, mejor dicho estás pedaleando por una manga. La idea es hacer cine es por las autopistas por donde va todo el mundo. Es que las películas cuando se van a hacer ya tienen por detrás preventas, distribuidores y ya se sabe que la película no va a ser una perdida. Ya se sabe donde los inversionistas van a recuperar. Se le conocen sus cuotas de mercado, en este y aquel territorio. Pero cuando vos haces una película y salís a venderla, realmente estas en un mercado que no es el mercado del cine sino un mercado alternativo donde las películas existen pero no recuperan su inversión mejor dicho estas en un pueblo vendiendo una película, estas detrás de una manga vendiendo una película y estamos en eso todavía muchos y lo que pasa es que el mercado es muy monopólico y eso solo cambia en la medida en que dejen entrar a otra gente

en la medida en que el monopolio no deje entrar no se podrán compartir mercados... los mercados no están ahí, están cautivos y en la medida en que dejen ir entrando va a consumir otra gente. Por ejemplo el cine latinoamericano se hace más por una estrategia cultural que por una estrategia de mercado, entonces en la medida en que las majors vayan dándose cuenta que ese mercado es un mercado potencial interesante entonces van a dejarnos entrar, o sea dependemos de lo que ellos consideren, cuando ellos quieran que entremos vamos a entrar. Pero de todas maneras vamos a entrar, pues ese mercado existe. Estados Unidos tiene un mercado latinoamericano de una cantidad de gente que gana en dólares y que paga en dólares... solamente cuando ese mercado se vea que les interesa a ellos pues van a abrir la puerta y vamos a entrar.

L.F.P: ¿Le parece Víctor que el mercado podría estar en Colombia mejor encadenado con otras áreas de merchandising? Digamos: camisetas, souvenirs, afiches...

V.G.: Si lo que pasa es que ese mercado de las Merchandising es un mercado que existe solo en los países del primer mundo que es horizontal. Hay un mercado vertical que es en el que te venden a vos las cosas que son importantes para vivir... pero hay una cantidad de cosas que son un mercado horizontal que no son necesarias para vivir pues tener un muñeco de la guerra de las galaxias pues a nadie le sirve para vivir. Hay un mercado de gente que se interesa por comprar soldaditos, carritos, ositos muebles en miniatura y esos son de mercado de primer mundo entonces cuando vos hablas de eso pues implica que las películas pues entren en ese mercado del primer mundo donde no solo tienen para vivir sino para

hacer colecciones de camisetas y huevonadas... pero cuando ese mercado nuestro entre a un primer mundo pues se está logrando. Vos vez “María llena eres de gracia” o “Diarios de motocicleta” pues lo están logrando y entrando a ese mercado alterno pues de souvenirs.

L.F.P: Si existiera un cartel de cine latinoamericano eso podría hacer que las majors compitan con reglas de juego más leales. ¿Usted piensa que se puede identificar ese Cartel, si es que existe?

V.G.: No, pues se está creando, como quien dice, ese lenguaje del cine latinoamericano que va a hacer falta que entre en Estados Unidos. Pues allá esos grupos latinos que están en estados unidos pues son grupos que necesitan su identidad. Entonces posiblemente el que haya un grupo de películas brasileras, colombianas, argentinas podrán crear ese vinculo de identidad que estén constantemente buscando o proponiendo una identidad históricas a todas esas minorías.

L.F.P: ¿cómo lo identificarías?

V.G.: Son con cadenas de producción como de pronto ciertas oficinas alternas de las majors que se den cuenta que este es un mercado, que así como uno llega a Miami y encuentra ciertos supermercados llenos de comida guatemalteca, colombiana, dominicana y uno se dan cuenta que todo eso importado por los americanos. Así va a pasar con el cine; es decir habrá un momento en que habrán películas latinoamericanas alimentando todo el tiempo a estas minorías latinas que ya son mayoría pues.

L.F.P: Pero para lograr eso se requiere que haya una industria con una estructura técnica que facilite competir ¿cómo califica esa estructura técnica?

V.G.: Pues la estructura Técnica la que existe en Colombia en este momento pero no salimos de acá o sea todo lo que son los productores y distribuidores colombianos no salimos de acá. Pero lo importante es como te digo ya hay unas empresas y lo importante es que en Estados Unidos ese mercado impresionantemente grande de latinoamericanos que ya pueden gastar en dólares que ya eso no hace parte creo yo de los empresarios como Venevisión y esos grupos que van a entrar en Estados Unidos pero solo en la medida en que las majors permitan. De todas maneras hay una burguesía y un capital colombiano que esta bregando a entrar en Estados Unidos por ejemplo Venevisión el grupo Cisneros los grupos mexicanos que ven un mercado en estados unidos y están tratando entrar... comprando derechos de dvd's tratando de meterlos en las tiendas pues de video de Estados Unidos y es una puja del capital latinoamericano y en la medida que estos permitan que estos entren.

L.F.P: Teniendo en cuenta que el futuro está de la mano de la digitalización llegará un momento en que se podrá economizar mucho en producción con equipo digital ¿no es eso una revolución?

V.G.: Toda la tecnología digital ha abaratado los costos de producción en un tercio. Pero de todas maneras la tecnología digital en Colombia están caras todavía. Quisiera ver la factura técnica de algunas películas en digital y saber si vale la pena, pues estamos en una primera generación a ver que pasa con esas películas. No se si ese tercio de economía es suficiente para que se recupere el

mercado de producción colombiano. El sueño de nosotros es que las películas se cubran con nuestro propio mercado es un sueño digámoslo, campesino, de tener un mercado autosuficiente; hacer una película con cuatrocientos millones de pesos y entrar a buscar trescientos mil espectadores que nos den setecientos ochocientos millones de pesos.

L.F.P: ¿Cuál es la tasa de retorno que identificas en el país?

V.G.: Las cifras son decepcionantes y son de una realidad muy cruda. Tenés un promedio de doscientos cincuenta mil espectadores. Un termino medio con lo que haces setecientos cincuenta millones de pesos a tres mil pesos por espectador. Entonces con eso que recuperes en el mercado menos las copias menos la publicidad. Entonces tenés que hacerla con cuatrocientos millones y no es fácil... inventarse la forma de hacer cine de una manera casi increíble. Es como meter en un cajón una bicicleta.

L.F.P: ¿Cuál puede ser el la ganancia que tiene un cineasta?

V.G.: Hay unas cifras que son contundentes y que te ponen ante la realidad pero cuando a todo el mundo le dicen eso, que tenés que hacer una película con cuatrocientos millones de pesos si querés ganar en el mercado colombiano o no perder, todo mundo saca el as debajo de la manga y dice no es que mi película es una gran película. Y dice es que mi película es una gran película, y va a ser de quinientos, no de setecientos mil y se va a vender en toda Latinoamérica etc. Y todo el mundo empieza a soñar despierto y parece que el mundo se mueve por mucha gente hace las cosas por soñar despierto, yendo por el mundo como una especie de sonámbulo delirante, parece que esos delirantes son muy importantes

en el mundo y el mundo necesita una parte de delirantes que van por ahí caminando en contra del mercado. O sea, el cine es una droga como la cocaína y como otras drogas, como la heroína que todo el mundo aunque sepa que lo mata la gente la necesita. Es como la utopía o sea las drogas son el sustituto de la utopía.

L.F.P: Pero también existen sustitutos como por ejemplo la piratería, que opinión le merece la piratería.

V.G.: Pues la piratería si es un elemento que también describe un mercado que es precario y que es un elemento más dramático porque entonces ya los mercados no son solamente estrechos sino que además te los recortan y te los estrechan con la piratería. O sea los mercados injustos tienen sus respuestas y parece que una de ellas es la piratería. Y entonces también existe la delincuencia internacional y es un fenómeno que puede verse como la delincuencia en el mercado mundial. Una respuesta a unas leyes monopólicas muy injustas respondidas por una injusticia mayor que es la delincuencia. No solo es injusto porque ganas poco sino porque llegan los piratas y te premien con el golpe de la piratería que hace que no veas nada de esas ganancias. La piratería es el golpe de gracia de la delincuencia mundial y de un mercado muy injusto.

L.F.P: Y para finalizar, como ve usted el festival de cine latinoamericano este año en Cuba.

V.G.: Yo no se hombre, para mi Cuba ya no es una vitrina del cine latinoamericano pues para mi ellos están pagando el precio alto de estar en una condición de haberse convertido en un cine cubano sin libertad, sin crítica, que ha recorrido a la

alegoría, a la fábula a lo que hace que el cine sea muy domesticado. El cine en cuba no tiene libertad. Si ves lo que están haciendo allá te das cuenta que allá la realidad no se puede tocar. El cineasta necesita de la realidad para tener fuerza. Y cuba no es la vitrina, hay que cambiar de vitrina de una vez por todas.

L.F.P: Víctor quiero agradecerte por compartir tu increíble experiencia y por regalarme de tu tiempo.

V.G.: Bueno, hombre con mucho gusto.

ANEXO C.

Entrevista a David Melo. (Director de la Dirección de Cinematografía)

Lunes 30 de Mayo de 2005. 1:20 PM

Luis Fernando Pulido: Colombia vivió entre el año 1993 y 1998 un vacío o laguna en políticas para el fomento del desarrollo cinematográfico: Le parece irreversible lo que se dejó de crecer; más aún lo que la industria decreció casi a la mitad en esos años.

David Melo: La actividad cinematográfica a nivel mundial se ha transformado sustancialmente debido a la aparición de nuevas formas de producción y exhibición de las películas; nuestro país no ha sido ajeno a esta transformación. Por otra parte, es sabido que la cinematografía de nuestro país, como en la mayor parte del mundo, incluso en naciones ricas, requiere de apoyo del Estado para realizarse y sostenerse.

L.F.P: Dice Getino (autor chileno) que la industria del cine se fomenta con la inclemencia de tener que atravesar tormentas políticas, económicas y legales. ¿Que tormenta atraviesa hoy la política de fomento en el país?

D.M.: Este es un momento en que las relaciones entre el sector cinematográfico y el Estado son constructivas y fructíferas, si bien los desafíos pendientes son múltiples para consolidar una actividad cinematográfica sólida desde el punto de vista industrial, así como de calidad desde el punto de vista artístico.

L.F.P: En el 2004, la ley de cine tuvo problemas legales para entrar en funcionamiento y poder hacer uso de los recursos que por ley le correspondían debido a una demanda de la secretaria de hacienda de Santa Fe de Bogotá. ¿Cómo explica usted que haya ganado la ley de fomento del cine en Colombia frente a los intereses del Distrito?

D.M.: La Ley 814 de 2003 es el resultado de un proceso serio y concertado entre los agentes del sector, cuidadosamente estructurado desde el punto de vista jurídico, tal como lo reconoció la Corte Constitucional.

L.F.P: Cambiando de tema. ¿Cuál ha sido la película Colombiana que más le ha gustado?

D.M.: Me hace usted la pregunta equivalente a cuando un padre se le pide escoger al “mejor de sus hijos”. Desde mi punto de vista, toda película colombiana es el resultado de un esfuerzo que merece nuestro reconocimiento; al fin y al cabo está hecha para nosotros, para que la veamos, para que nos veamos a nosotros mismos.

L.F.P: ¿Como le ha parecido el cine Colombiano en términos de calidad en los últimos tres años?

D.M.: El cine colombiano ha tenido un importante desarrollo desde el punto de vista técnico y artístico. Desde el punto de vista técnico, nuestras películas cumplen con los estándares internacionales; desde el punto de vista artístico, contamos con una variedad de propuestas, muchas de ellas reconocidas en festivales y competencias internacionales.

L.F.P: Para hablar un poco de la Dirección de cinematografía. ¿Cómo definiría los medios con que cuenta la organización para difundir las convocatorias?

D.M.: El Ministerio de Cultura desarrolla una estrategia integral de comunicaciones, que busca, entre otros, apoyar a Proimágenes en Movimiento en la divulgación de las convocatorias del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico. Los medios disponibles para desarrollar esta estrategia son diversos, e incluyen

acciones dirigidas a los medios de comunicación, encuentros de divulgación con los diferentes actores del sector, boletines electrónicos, entre otros.

L.F.P: ¿Las convocatorias suelen beneficiar más a aquellos quienes poseen las mejores ideas o aquellos quienes poseen más experiencia?

D.M.: Siempre se ha tratado de buscar precisamente un balance que permita que los estímulos otorgados representen diversos enfoques y experiencias.

L.F.P: El fomento para el desarrollo cinematográfico en Colombia requiere de la inversión de altos montos ¿De donde se logra obtener todo ese dinero?

La ley 814 de 2003 creó varios importantes mecanismos relacionados con este tema. El de mayor impacto es el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, el cual obtiene sus recursos de los mismos agentes del sector: productores, distribuidores y exhibidores. Se cuenta además con estímulos tributarios a la inversión y la donación; estímulos para la coproducción a través del Programa Ibermedia; apoyos para la búsqueda de financiamiento en mercados internacionales; entre otros.

L.F.P: Desde su opinión: ¿Cuánto debe invertirse para hacer una película de calidad de exportación en Colombia?

Es posible producir películas con calidad de exportación en un rango más bien amplio de inversiones.

L.F.P: ¿Como le parece que es la orientación del público colombiano hacia el consumo de películas en cartelera?

D.M.: El público tiene una inclinación natural y positiva hacia las películas originadas en su propia cultura; las películas colombianas logran siempre un lugar importante entre las más vistas por el público nacional. Por lo demás, la asistencia a cine en Colombia es consistente con la asistencia a cine en la mayor parte del mundo: las películas estadounidenses atraen entre el 60 y el 80% de los espectadores.

L.F.P: El CAB en una investigación sobre la industria del cine en Colombia asegura que los productores colombianos se enfrentan desarmados ante unos “**majors**” que imponen precios que dificultan la competencia y afirma que los productores compiten frente a una variada oferta que el público colombiano prefiere frente a la producción nacional solo por falta de criterio para seleccionar. ¿No le parece que en el país podrían adelantarse campañas del tipo “*colombiano compra colombiano*” para el consumo de películas en cartelera?

D.M.: En la medida en que continúen en ascenso el número de películas colombianas producidas anualmente, será necesario continuar con los esfuerzos

que se han realizado para apoyar la financiación de las campañas de promoción e identificar fórmulas novedosas de incentivo a la asistencia del público colombiano.

L.F.P: En la medida en que el producto colombiano se ofrezca con más agresividad en los mercados internacionales y alcance mayores ventas ¿podrán los productores entrar a negociar con una mayor capacidad para hacer valer sus productos lo que valen?

D.M.: En la actualidad los productores de las películas se enfrentan por lo general directamente con los exhibidores para negociar las condiciones de distribución de sus películas. Sin duda los productores encontrarán mejores condiciones en la medida en que se amplíe la oferta de películas colombianas, se desarrollen o fortalezcan empresas especializadas en la distribución de las películas y se amplíen las posibilidades de comercialización en los mercados internacionales.

L.F.P: En el tema del TLC. Si llegasen a entrar nuevas empresas a competir en el negocio de la exhibición en Colombia una vez se de inicio al TLC; dichas empresas ¿se acogerán o no al régimen de contribución para el fondo de fomento para el desarrollo cinematográfico? --- ¿Cómo se protegerá a los exhibidores colombianos?

D.M.: Las disposiciones previstas en la ley no hacen ningún tipo de discriminación en lo que se refiere a las condiciones de participación en el negocio de exhibición, en relación con la propiedad o el origen del capital de las empresas.

L.F.P: Quienes más se benefician del negocio en Colombia son los exhibidores. Si ellos aportaran más (de lo que actualmente aportan económicamente), ¿el área de producción en el país se podría preparar más rápidamente para alcanzar los niveles que el mercado internacional exige para competir?

D.M.: La ley 814 fue diseñada para conseguir que los diferentes actores de la cadena de la industria cinematográfica aportaran al desarrollo del sector en nuestro país. El 70% de los recursos recaudados se dirigen a programas de fomento a la producción. Actualmente, junto con los distribuidores, los exhibidores son lo que más aportan al Fondo para el Desarrollo Cinematográfico.

L.F.P: Resumiendo las anteriores preguntas en una: ¿El problema de competitividad del largometraje colombiano frente al producto internacional es de falta de calidad o de falta de promoción a nivel internacional?

D.M.: El mejoramiento de las condiciones de competitividad de nuestras películas en el mercado internacional es el resultado de la confluencia de una serie de factores, tal como lo hemos venido señalando a lo largo de esta entrevista.

L.F.P: Dr. ¿Usted piensa que hacer cine en Colombia es buen negocio?

D.M.: Sin bien la producción de cine en cualquier parte del mundo es un negocio sujeto a riesgos, es factible obtener importantes beneficios de la producción de películas en nuestro país.

L.F.P: En materia de políticas alrededor del tema de la producción: ¿Existe actualmente algún programa o programas dirigido a estimular la dotación y actualización tecnológica de la infraestructura de producción y post producción?

D.M.: El Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía, órgano director del FDC, ha discutido el tema, específicamente en lo que respecta a la implantación de laboratorio, en consideración a los altos costos de montaje y a los requerimientos de producción que serían deseables para que fuera rentable. Tanto este como algunos otros temas relacionados serán estudiados con las empresas interesadas y los diferentes actores del sector, para definir oportunamente las condiciones de apoyo que podrían implementarse.

L.F.P: Digamos que Sergio Cabrera (reconocido director y realizador) decide arriesgarse a producir una película sin apoyo de RCN u otra cadena (se endeuda personalmente confiado en la taquilla) resulta que la taquilla no alcanzo el mínimo requerido para recuperar lo invertido, ¿existe algún respaldo del gobierno para

que Sergio Cabrera tuviese alternativas –a futuro de amortizar los costos de hacer la película, en caso de que la taquilla no diera al traste con las expectativas?

D.M.: Tal como lo hemos señalado, el cine es en cualquier parte del mundo es un negocio de alto riesgo. No hay forma de garantizar el número de espectadores que va a tener una determinada película. Se puede esperar, basados en algunos indicadores, una cierta respuesta del público. Pero no hay manera de estar seguros de antemano. Los productores de películas cuentan con estímulos en diferentes etapas del proceso de producción y comercialización, que contribuyen a mitigar los posibles efectos de un desempeño inferior al esperado en la taquilla.

L.F.P.: ¿Existen plataformas de proyecto o bancos de ideas para incentivar la industria del Cine en el país?

D.M.: Consideramos que las convocatorias constituyen un excelente mecanismo para identificar proyectos o ideas que puedan fundamentar el desarrollo de la industria en el país. Fueron presentados más de un centenar de proyectos de largometraje a la primera convocatoria del FDC.

L.F.P.: ¿Por qué a Colombia no le va tan bien como a otros países de habla hispana consiguiendo galardones en los diferentes festivales de Cine... Digamos Argentina o Cuba?

D.M.: La presencia latinoamericana es todavía insuficiente en los escenarios internacionales. Adicionalmente, en Colombia se producen menos largometrajes que en países como Argentina, que ha logrado construir una creciente imagen de calidad a nivel internacional. Sin embargo, el desempeño de las películas colombianas en festivales internacionales ha sido sin duda sobresaliente.

L.F.P: La piratería de creaciones culturales a nivel global podría ser vista como una “Caja de Pandora”. ¿Comparte el anterior punto de vista?, desde su opinión, ¿como debe enfrentar la industria cinematográfica colombiana el problema de la piratería?

D.M.: El CNACC se encuentra analizando estrategias integrales de atención a este fenómeno. Las estrategias incluyen variedad de acciones en áreas como la formación, la prevención, la destrucción de material, la sensibilización, entre otras.

ANEXO D.

Entrevista a Alejandro Cadavid Reyes.

Gerente Studiocom.com

Atlanta - Bogotá

Luis Fernando Pulido: ¿Qué es para usted la Internet?

Alejandro Cadavid: La Internet es una red de redes, es servidores y computadores personalizados todos con la posibilidad de compartir, acceder e intercambiar todo tipo de exhibición con muy pocas barreras o limitaciones.

L.F.P: ¿Eso va a ser siempre así?

A.C.: Puede que cambie de países a países de acuerdo a las reglamentaciones de cada país pero esa es la belleza de la Internet; su globalidad y su capacidad de llegar a cualquier parte del mundo. No creo que lo lleguen a limitar y eso es lo bonito del mismo. Pero puede pasar como en china y Francia en donde han limitado como por ejemplo cuando le pidieron a google que sacara ciertos

contenidos. Pero de ahí a limitar el internet eso haría que perdiera toda su esencia.

L.F.P.: ¿Técnicamente, qué permite que se pueda realizar dicho comercio (comercio electrónico)?

A.C.: Que existe la digitalización de algunos de estos medios por lo cual su transmisión puede ser directa por ejemplo libros que pueden ser digitalizados fácil software y música lo cual teniendo en cuenta que la Internet permite estar conectado en cualquier lado permite que la información pueda ser transferida con facilidad a casi cualquier persona. Y se pueden transmitir además cosas materiales también. Y en el caso de las digitales lo facilita el ancho de banda como con videos y películas y cada vez va a ser mas fácil, la transmisión de por ejemplo eventos en vivo. No solo el ancho de banda sino además la interconexión con redes bancarias ha permitido el comercio de bienes materiales. Yo puedo comprar en Internet desde una camiseta hasta un yate o un embarque de acero.

L.F.P.: ¿Existe una diferencia entre el comercio electrónico y la piratería electrónica?

A.C.: Claro que si. El comercio electrónico es la transferencia de bienes ya sea digitales o materiales de manera legal, ya sea gratis o pagados pero de manera

legal. La piratería es básicamente lo mismo pero lo diferencia que se omite el pago del precio de los bienes.

L.F.P: ¿Qué red o que Site es o fue uno de los primeros en promover piratería electrónica?

A.C.: Amparados en la poca normatividad que existía en la Internet en su momento, bajo mi concepto, la transmisión de archivos digitales de piratería electrónica se inicio a través de los canales de IRC (Internet relay Chat que es un protocolo diferente al http. Ese IRC obligaba el uso de ciertos comandos y eso lo hacia muy complejo) básicamente estas son comunidades en las cuales se puede compartir tanto conocimiento como elementos digitales de un computador a otro directamente. Lo que hicieron los de Napster fue básicamente facilitar la interfase de usuario para establecer comunicaciones punto a punto ya que bajo IRC era engorroso realizar diferentes tareas.

L.F.P: ¿Por qué Napster si pudo ser enjuiciado y las actuales redes no?

A.C.: Napster si pudo ser enjuiciado por transmitir música digital sin licenciamiento y por que usaba redes nodales que dejaban un rastro de los usuarios que hacían los intercambios de archivos a través de dicho nodo. Eso permitió que quienes los llevaron a juicio tuvieran un sustento para demostrar que día, a que hora y quien había intercambiado productos artísticos sin licenciamiento y finalmente tuvieron

que clausurar el site sin embargo Napster es hoy en día otra cosa y va hacia la comercialización de los productos con alquileres de licencia que expiran y por las cuales los usuarios pagan algunos dólares beneficiando así a las industrias culturales.

L.F.P: ¿Qué tipos de redes se pueden distinguir entre aquellas que permiten compartir ficheros por medio de la Internet?

A.C.: Nutella, IRC, KAD entre muchas otras.

Nutella es hoy día la red más grande nodal de compartir archivos, el día que se acabe Nutella tendrá que haber una red que la remplace pues siempre existirá un red de transferencia de archivos de manera nodal ya que es una bola de nieve que mas que exista desde hace mucho tiempo más bien fue que así nació el Internet.

Algo interesante de todo eso es que esos sites están hechos por locos que desde los 10 anos tienen un computador con conexión y que se han educado en la misma Internet y que lo hacen por sentirse bien sobre todas las cosas; por convencimiento. Lo que los convierte en una especie de fundamentalistas de la libertad de la información.

Igual que un músico o un escritor; de que no pueden escribir o que no pueden componer; como programador ¿de qué no se puede programar?

Usted puede, si quiere, publicar en hosting de Internet gratis en donde me dan 50 megas para colgar cosas Ej. geocities, o yahoo. Y eso permite que sea casi imposible evitar que cualquier cosa sea exhibida. En eso consiste la esencia de la universalidad de la Internet. Existen muchas y existirán muchas otras es decir, cerraron Napster y salio Morpheus, cerraron Morpheus y salio Kazaa y cerraron Kazaa y salieron todos los de la red nutella que son cientos al tiempo entre los que se puede escoger y que son como programados y administrados tanto por personas naturales como jurídicas con diferentes razones sociales.

L.F.P: ¿“La internet (red de redes) es como la mar y las redes (MIRC, Download.com, Napster, Edonkey, etc.) son como barcos”?

A.C.: Estoy totalmente de acuerdo ya que la Internet como lugar para navegar es tan inmenso como el océano y las posibilidades de navegar son infinitas. En el mar yo puedo navegar con chalupa, crucero, yate, barco, catamarán, etc. Y así desarrollen como en el mar los sistemas de monitoreo y control; a medida que crezca la capacidad de monitoreo crecerá la capacidad de comercio pirata por el deseo mismo y la necesidad de libertad y de burlar la coerción que caracteriza al ser humano. Además para los desarrolladores está bien; es decir, el desarrollo

libre de la Internet requiere menos inversión, menos pérdidas y menos preocupaciones para las empresas que la sostienen.

L.F.P: Desde su opinión personal ¿Quiénes hoy día comercian por medio de la Internet de manera “pirata”; (es decir: bajan canciones, videos y películas de manera no ilegal sino extra legal) dejan por esto último de ser un grupo de interés con derechos al libre comercio?

A.C.: Lo que pasa es que los intereses... hay dos tipos de intereses pues un interés sobre un producto puede ser controlado. Pero un interés cultural ¿cómo lo controlas? El problema complicado es cómo controlas el acceso a la información digital por parte de usuarios posea derechos de propiedad o no. Ya que me parece que casi cualquier persona con la posibilidad de conectarse a Internet está en capacidad de hacerlo y lo hará.

L.F.P: Hoy día, la **MPAA (motion picture association of america)** promueve **procesos judiciales para perseguir y clausurar redes que permiten la transferencia de ficheros con información que posee derechos reservados. Algunos han sido clausurados y otros no Técnicamente, ¿cómo explica usted dicho fenómeno?**

A.C.: Técnicamente es simplemente porque no han sido detectados o no se ha querido ejercer acción sobre ellos. Pues yo como empresa tengo la capacidad de clausurar cualquier site si comete algo ilegal.

Razones por las cuales no:

1. no puedo probar que están haciendo algo ilegal
2. No quiero que se haga noticia pues le doy publicidad gratis al site.
3. Por no querer hacer el ridículo; supongamos que estoy desarrollando Need for Speed 6 y un empleado de mi empresa ya lo puso en Internet antes de ser aprobado (eso deja mal a mi empresa).
4. En algunos casos, por que es muy difícil controlarlo; ya que si el video de Pamela Anderson cayo en la Internet y en un día miles de millones de personas ya han compartido el fichero ¿quien detiene o revierte ese proceso?, es demasiado costoso.

L.F.P: ¿Llegara el día en que la producción de las industrias de la comunicación y la cultura o “IC” será asequible a costo relativamente cero para todos aquellos que tengan la posibilidad de acceder a la Internet como sucede hoy con limewire, Edonkey y otros?

A.C.: En términos generales ya es asequible a todo aquel que puede conectarse; no todo pues hay películas que no se consiguen pero técnicamente ya es posible y hacia el futuro será más posible ya que aumentar el ancho de banda, aumentara los canales y la disponibilidad de contenido de Internet.

L.F.P: ¿Cómo podría afectar el comercio de ficheros el futuro de la industria del cine?

A.C.: Podría afectarlo de la misma manera como ha afectado la televisión, la música y es la posibilidad de tener contenido de manera inmediata desde incluso los televisores como bajar contenido y pagarlo. El efecto llegara a ser positivo ya que las empresas se beneficiaran del proceso. Sin embargo lo pirata no dejara de existir; pero creo que con los controles se vera más beneficiada que afectada.

L.F.P: ¿Existirán nuevas alternativas tipo HDTV (High Definition TV) y PPV (Pay Per View) de señal digital satelital?. Digamos ¿Internet TV o Internet Getamovie , Film on your Mobile, KinetIpod?

A.C.: Parte de eso ya existe y el resto está en investigación. Nosotros precisamente estamos en eso y el Internet TV. ya es una realidad y lo que usted llama KinetIpod dicen que será el próximo Ipod que tendrá video. Puedes entrar a Webtv.com MSNTV.com

L.F.P: Si llegase a dejar de ser necesario por ejemplo tener que imprimir en celuloide, plástico o cinta magnética. Por hablar solo de la industria del cine. Sino, simplemente comprar y vender ficheros que se transfieren por la Internet.

Desde su punto de vista personal ¿El comercio electrónico podría ser la piedra angular del desarrollo sostenible?

A.C.: Claro; primero falta muchísimo tiempo para que la gente deje usar las impresiones y la gente disfruta leer en papel pero los hijos de los hijos de nosotros no verán la necesidad de usar las impresiones siempre. Entonces habrá toda la posibilidad de acceso a la información digital en pantalla tanto gratuita como pagada y eso significara la democratización de la información global a más bajo precio y con un menos costo ecológico. Los ingresos de quienes se benefician de la impresión en masa no serán posiblemente los mismos pero ahí está la necesidad de adaptación a los cambios. Ej. Supongamos que Madonna antes vendía muchos mas cd's y ahora para poder igualar las ventas necesita hacer más conciertos que es lo que a la gente le gusta y porque no venda ya tantos discos impresos no dejara de ser Madonna.

ANEXO E

Listado de los estudios más importantes acerca del tema en los últimos veinte (20) años.

A continuación mostramos una lista en orden cronológico de las más importantes actividades de investigación que han abordado esta subdisciplina en los últimos 20 años*:

- A. UNESCO, organizó la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano (FNCL) de La Habana, en 1987. En su momento, la reunión en la Habana, no tenía precedentes ya que contribuyó significativamente en materia de conocimiento principalmente en el tema del desarrollo tecnológico (relacionado con la aparición de Hardware y Software aplicado a la industria) ¹⁰²

- B. Del anterior estudio se desprendió un concepto de gran significado para el sector: El “espacio audiovisual”, cuya primera manifestación institucional en Latinoamérica tuvo lugar en el Foro Iberoamericano de integración

* Si bien es posible que no se incluyan todos los estudios o investigaciones realizados, también es cierto que son estos los más relevantes en los últimos 20 años.

¹⁰² Al respecto ver: Available from internet:

<<http://www.cinelatinoamericano.org/proyectos.htm>>

cinematográfica realizada en Caracas en el año de 1989. Allí nació la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica (C.A.C.I.)¹⁰³ también, se suscribieron varios acuerdos de coproducción, mercado común e integración cinematográfica iberoamericana, que sirvieron de base a sendas leyes nacionales, sancionadas en más de diez países de la región.

104

- C. En Argentina, se financió, entre 1991 y 1992, con la cooperación de UNESCO, el primer estudio sobre la dimensión económica y social de estas industrias, con el fin de mejorar las políticas y la legislación entonces existente. Gracias a ello, Argentina aprobó en 1994 la nueva Ley de Cine de ese país ¹⁰⁵ incorporando a ella el concepto de espacio audiovisual.
- D. En el año de 1997 se realizó la IV conferencia de plenipotenciarios de la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Ibero América (C.A.C.I) en Caracas Venezuela. Uno de los logros consistió en acordar un modelo de Propuestas estratégicas y alternativas de solución gerencial a la cinematografía Ibero Americana., *el modelo C.A.C.I.*¹⁰⁶

¹⁰³ C.A.C.I. es la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica destinada a promover el desarrollo del sector audiovisual en la región y hace parte de la SECRETARIA EJECUTIVA DE LA CINEMATOGRAFIA IBEROAMERICANA. La realidad audiovisual iberoamericana. La galaxia de Gutenberg. 1997. Caracas.

¹⁰⁴ GETINO, Octavio. Economía cultural y economía de la cultura. "La cultura Como capital". Pp.5

¹⁰⁵ Al respecto, ver: Available from internet: <<http://www.cumbre.ve/pg6-20.htm>>

¹⁰⁶ SECRETARIA EJECUTIVA DE LA CINEMATOGRAFIA IBEROAMERICANA. La realidad audiovisual iberoamericana. La galaxia de Gutenberg. 1997. Caracas. Pp. 6

- E. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) llevó a cabo en Argentina y Brasil en los años de 1998 y 1999, investigaciones sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por los Derechos de Autor y Conexos específicamente en los países que hacen parte de MERCOSUR.¹⁰⁷
- F. A partir de agosto de 1999. Con la participación de los ministerios y organismos responsables de Cultura de algunos países andinos, como Colombia, Perú, Chile y Venezuela, los países del Convenio Andrés Bello (CAB) diseñaron un proyecto de estudio sobre “Economía y Cultura” dedicado a radio, televisión, revistas, música, libro, prensa, cine y video.¹⁰⁸
- G. De la Reunión del Parlamento Cultural del MERCOSUR (PARCUM) en 1999 en Montevideo se acordó auspiciar un estudio sobre la incidencia económica y social de las industrias culturales para la integración regional. Se llevó a cabo la recopilación y el procesamiento de datos estadísticos, procedentes de Argentina, Brasil y Uruguay.¹⁰⁹

¹⁰⁷Ver al respecto: Available from internet:

<<http://www.innovarium.com/Economia/economia%20de%20la%20cultura.htm>>

¹⁰⁸ CAB. Impacto del sector cinematográfico en la economía colombiana: situación actual y perspectivas. Bogotá. Fedesarrollo. 2003.

¹⁰⁹Ver al respecto: Available from internet:

<http://www.senado.gob.mx/gaceta.php?&lk=115/Iniciativa_Adame_FACTIBILIDAD_CULTURAL.html>

- H. Al mismo tiempo, en septiembre de 1999, UNESCO realizó una encuesta en todo el mundo, con el objetivo de determinar la situación en ese entonces de los sectores cinematográficos nacionales.¹¹⁰
- I. En mayo de 2001, la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) organizó en Santiago de Chile, el Seminario Internacional “Importancia y Proyección del MERCOSUR Cultural con miras a la Integración”¹¹¹
- J. En el año 2003, la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) y el Consejo Nacional de Cultura de México organizó un seminario que se ocupó de analizar las relaciones entre industrias culturales y desarrollo sustentable. Sus conclusiones y propuestas, fueron elevadas a la Reunión Cumbre de Jefes de Estado de América Latina y la Unión Europea.

¹¹⁰ Available from internet: <

http://www.unesco.org/culture/industries/cinema/html_sp/survey.shtml>

¹¹¹Ver al respecto: Available from internet: <http://www.oei.es/iberoamerica.htm>>

ANEXO F.

Precio de una boleta de cine.



(Fuente: Revista Semana.)

ANEXO G.

POLITICA PÚBLICA EVALUACION DE LA TOMA DE DECISIONES

PROFESOR: JORGE VEGA
Bogotá, 2004

Tratar de EVALUAR actividades complejas envuelve una serie de problemas difíciles que todavía no se han resuelto. ESTO ES PARTICULARMENTE CIERTO CUANDO SE TRATA LO RELACIONADO CON POLITICAS PUBLICAS, YA QUE NO SOLAMENTE ES COMPLEJO, SINO QUE ENVUELVE MUCHOS VALORES.

Para ayudar en lo anterior se ha desarrollado un enfoque que nos presenta CRITERIOS Y ESTANDARES, que reemplacen los elementos subjetivos que se usan usualmente cuando no se tiene nada mejor a la mano.

Este principio de EVALUACION envuelve los dos principales aspectos ya mencionados:

1. CRITERIOS.

Usados para tratar de averiguar el nivel actual de calidad (incluyendo tanto aspectos cuantitativos como cualitativos de "calidad") de un proceso.

2. ESTANDAR.

Usado para valorar la calidad averiguada.

Se presenta enseguida un "MODELO DE EVALUACION" basado en los dos conceptos anteriores, y que además de servir de punto de partida de discusión, puede usarse para tratar de analizar la política pública, ya sea particular, institucional, o general de un sistema político - administrativo.

I. CRITERIOS.

A. Criterio Primario:

El primer criterio usado es el de obtener el RESULTADO NETO, definido así:

$$\text{RESULTADO NETO} = \text{RESULTADOS} - \text{INSUMOS} \quad (\text{RN} = \text{R} - \text{I})$$

B. Criterios Secundarios:

Ante la dificultad de medir, conceptualizar, o simplemente identificar el Resultado de un proceso social, se debe acudir a los llamados criterios secundarios o aproximativos. Estos se aplican a un aspecto del proceso general de toma de decisiones públicas, y que se escoge porque se considera, por buenas razones, que está positivamente correlacionado con el Resultado Neto (o final) y que debe ser más medible que éste.

El Criterio Secundario se puede aplicar a ELEMENTOS DEL PROCESO EN SI, DE LA ESTRUCTURA, DE LOS INSUMOS, O DE LOS RESULTADOS.

1. ELEMENTOS DEL PROCESO

- a. Precedente, Tradición, Características Básicas del Proceso.
- b. Evaluación – Comunicación – Retroalimentación.
- c. Determinación de la Estrategia Política.
- d. Elaboración de Metas Operacionales.
- e. Búsqueda de Alternativas.
- f. Establecimiento de Horizontes: Corto – Mediano – Largo Plazo. Marco de Referencia.
- g. Racionalidad. Componentes. Sistemas. Técnicas.

h. Factores Extrarracionales.

2. ELEMENTOS DE LA ESTRUCTURA.

- a. Existencia o no de unidades encargadas explícitamente de EVALUAR Y REDISEÑAR.
- b. Existencia o no de unidades dedicadas a PENSAR. Investigación y Desarrollo.
- c. Existencia y Distancia Organizacional de las unidades que toman políticas, las que ejecutan y aquellas que ayudan a llevar a cabo la ejecución.
- d. Características, Rol y Contribución de las diferentes subestructuras que pueden colaborar en el proceso de toma de decisiones públicas:

Individuos – Intelectuales – Líderes Políticos – Legislativo – Ejecutivo – Judicial – Burocracia Gubernamental – Partidos Políticos – Grupos de Presión – Universidades – Otros (ej. Militares).

3. ELEMENTOS DE LOS INSUMOS.

- a. Personal: Calificación, Experiencia, Personalidad, etc.
- b. Conocimiento e Información: Consulta, Investigación, Bibliotecas, Bancos de Datos, etc.
- c. Equipos: Tradicional y Moderno.
- d. Dinero.
- e. Energía y Manejo.

4. ELEMENTOS DE LOS RESULTADOS.

- a. La política misma: claridad – consistencia interna – compatibilidad con otras políticas – alcance – comprensibilidad – operacionalidad.
- b. Factibilidad: Política – Económica – Social – Cultural.

II. ESTANDARES (QUE SIRVEN PARA VALORAR LO OBTENIDO).

- A. Comparación con el pasado (teniendo en cuenta las variables que cambian los periodos).
- B. Comparación con otros sistemas.
- C. Calidad Deseada: lo averiguado llena o no los intereses y necesidades de la Sociedad.
- D. Calidad de Supervivencia: la calidad averiguada es suficiente o no para la supervivencia del sistema.
- E. Calidad Planeada: está o no de acuerdo a lo que se planeó.
- F. Calidad Optima: Es o no lo observado de tal calidad como lo sería algo aceptado como óptimo.

ANEXO H.

LOS PASOS PARA CLONAR UN DVD CABEN EN UNA PAGINA.

Como *ripper* usaremos el **DVD Decrypter 3** (<http://www.flexion.org>), que es muy rápido extrayendo y fácil de usar, además de incorporar en sus últimas versiones opciones para extraer ángulos (e incluso crear y grabar ISO's de DVD). Aquellos que lo prefieran también pueden usar **Smart Ripper** (no tiene página oficial, podéis descargarlo de <http://dvd.box.sk>), que tiene más opciones para extraer un ángulo en concreto, aunque es algo menos cómodo de usar. Para la *compresión*, usaremos el **XMPEG Encoder 4.5** (<http://www.ob-system.com/>), que es una evolución del *FlaskMPEG*. Otro sistema bastante usado es el *DVD2AVI+Nandub / Gordian Knot*, que ofrece también una muy buena calidad, pero es bastante complicado de usar, así que aquí no se va a comentar. Para los vídeos que tengan ángulos o que estén en formato entrelazado, es mejor usar el **FlaskMPEG 0.6** (<http://www.flaskmpeg.net>), ya que aunque es más antiguo, procesa mejor este tipo de vídeos. Por último los *codecs* a usar van a ser para vídeo el ya famoso **DivX 5.0.2** (www.divx.com), y para audio el **Radium MP3 codec 1.263**. Vamos a usar la versión 5.0.2 standard (aunque comentare algo de la Pro para aquellos que quieran usarla), más que otra cosa por las optimizaciones de velocidad y correcciones de fallos con respecto a la versión 4, ya que la calidad de ambas es similar. Es importante usar la versión 5.0.2, ya que corrige varios fallos de las versiones 5.0 y 5.0.1 y aumenta la velocidad de reproducción del decoder. También es recomendable usar una **calculadora de DivX**, para conseguir un cálculo aproximado del bitrate a usar (de todas maneras aquí vamos a incluir la fórmula). Vamos a usar una hecha por un colega y yo :-) llamada *DivX BitRate*, que es muy sencilla pero cumple su función.

(Fuente: dvx.com)

ANEXO I.

LOS ACUERDOS RATIFICADOS POR COLOMBIA EN DEFENSA DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL.

- El Acuerdo de Florencia sobre la Importación de Objetos de Carácter Educativo, Científico, o Cultural (1950; circulación de bienes culturales)
- La Convención Universal sobre Derecho de Autor (Ginebra, 1952), revisada en París, 1971
- La Convención Internacional para la Protección de los Artistas Intérpretes o Ejecutantes, los Productores de Fonogramas y los Organismos de Radiodifusión (Roma, 1961)
- El Convenio para la Protección de los Productores de Fonogramas contra la Reproducción no Autorizada de sus Fonogramas (Ginebra, 1971)
- El Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas (1979)
- El Protocolo de Nairobi (1976) relativo al Acuerdo de Florencia.
- Hace parte de los 60 de un total de 102 países productores de películas poseen un marco jurídico v/o estructuras oficiales en este sector v que ratificaron acuerdo con la OMPI.

(Fuente: OMC)

ANEXO J.

Cuadro de las Películas más taquilleras en la historia del cine colombiano.

Las películas más taquilleras en Colombia en toda la historia de la producción.
Esposos en Vacaciones (1976) con "un millón doscientos cincuenta mil" espectadores
El Taxista Millonario (1979) con "un millón quinientos mil" espectadores
El Inmigrante Latino (1980) con "un millón trescientos mil" espectadores
Tiempo Para Amar (1980) con "un millón" de espectadores
Padre por Accidente (1981) con "un millón doce mil" espectadores
El Niño y el Papa (1986) con "un millón cien mil" espectadores
La estrategia del Caracol (1994) con "un millón quinientos mil" espectadores
La vendedora de rosas (1999) "seiscientos treinta mil" espectadores
La Pena máxima (2001) "quinientos mil" espectadores
El Rey (2004) "quinientos mil" espectadores

(Fuente: Datos obtenidos de Proimágenes Colombia)

ANEXO K.

La ley 397 de 1997 se resume en el siguiente cuadro.

La ley 397 de 1997 o ley de la cultura se resume en lo siguiente:
* Declara la importancia de la cinematografía colombiana como generadora de una memoria colectiva
*Establece estímulos especiales.
* Plantea unos parámetros para distinguir películas colombianas de extranjeras.
* Plantea unos parámetros para distinguir películas colombianas de extranjeras.
* Plantea unos parámetros para distinguir una producción colombiana de una coproducción colombiana con otro país y una producción extranjera.
* Determina que el estado otorgará incentivos industriales económicos a las producciones y coproducciones cinematográficas de largometrajes colombianos.
*Autoriza la creación del fondo mixto de promoción y el respectivo aporte de recursos del presupuesto hacia el fondo declarándolo una entidad autónoma con personería jurídica propia y regido por el derecho privado.

(fuente: Ley 397 de 1997 o ley de la cultura)

Anexo L.

La ley 814 se reglamenta con por medio de la siguiente normatividad:

PROCESO DE REGLAMENTACIÓN (LEY 814)

Decreto 2291 de 2003: Por el cual se reglamenta la composición y funcionamiento del Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía, la elección y designación de algunos de sus miembros y se dictan otras disposiciones.

Decreto 352 de 2004: Por el cual se reglamentan los artículos 7º, 9º, 12, 14 y 16 de la Ley 814 de 2003. LEY DE CINE.

Resolución 512 de 2004: Por medio de la cual se fijan requisitos para la expedición de la resolución de reconocimiento de proyecto nacional y de los certificados de inversión o donación y se establecen procedimientos para los desembolsos en la fiduciaria.

RESOLUCIÓN NÚMERO 1292 DE 2004 (septiembre 28): por medio de la cual se fijan requisitos para la expedición de la resolución de reconocimiento como proyecto nacional y de los certificados de inversión o donación y se establecen procedimientos para los desembolsos en la fiduciaria y se deroga la Resolución 0512 del 13 de mayo de 2004.

(Fuente: Proimágenes Colombia)

ANEXO M.

Convocatorias del FDC.

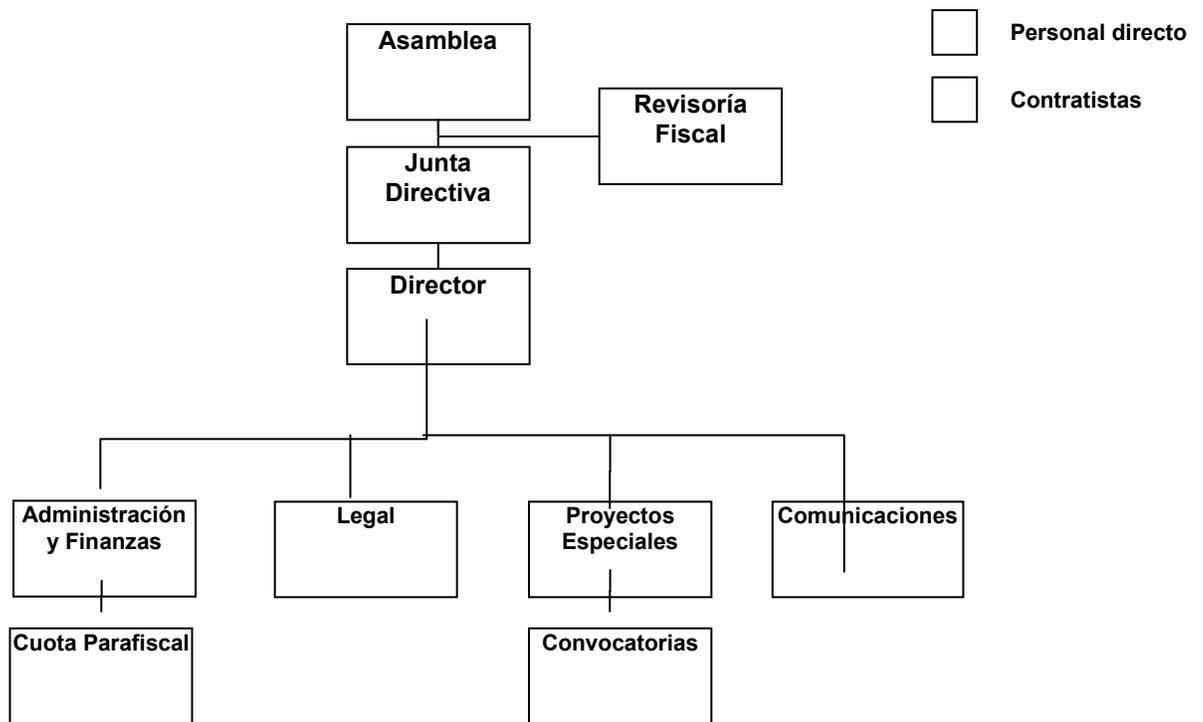
Convocatorias del Fondo para el desarrollo cinematográfico 2004		
<p>El Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía -CNACC-, a través del Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica "Proimágenes en Movimiento", de conformidad con la ley 814 de 2003, concede mediante el acuerdo 014 del día 3 de noviembre de 2004 los presentes estímulos.</p> <p>Estímulos otorgados para el desarrollo de la cinematografía nacional: \$1.175'500.000</p>  <p>MINISTERIO DE CULTURA DIRECCIÓN DE CINEMATOGRAFÍA CALLE 35 4-89 ☎ +57 1 287 0206 +57 1 285 5785 FAX + 57 1 285 5690 www.mincultura.gov.co</p>  <p>PROIMÁGENES EN MOVIMIENTO CALLE 35 4-89 ☎ + 57 1 287 0103 + 57 1 288 4540 FAX +57 1 288 4828 www.proimágenescolombia.com</p>	<p>Segunda convocatoria del Fondo para el desarrollo cinematográfico</p> <p>MODALIDAD DE REALIZACIÓN DE DOCUMENTALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Los huéspedes de la guerra</i> Priscila Padilla Farfán • <i>Cumbal, caminos de hielo y azufre</i> Mauricio Edgar Martínez • <i>Soraya o el tiempo de amar</i> Martha Rodríguez • <i>Un tigre de papel</i> Luis Alfonso Ospina • <i>La verdad no es eterna</i> Alfonso Felipe Guerrero • <i>La ruta del chontaduro</i> Alexander González • <i>El corazón</i> Diego García Moreno • <i>Cazadores de espíritus</i> Natalia Peña • <i>La casa nueva de Hilda</i> Silvia Hoyos <p>MODALIDAD DE REALIZACIÓN DE CORTOMETRAJES</p> <p>CATEGORÍA A</p> <p>Producción de cortometrajes en diversos formatos</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Gringo H.P.</i> P.S. Films • <i>Ciudad crónica</i> Claudia Valencia • <i>¿De qué barrio llama?</i> Diana Marcela Camargo • <i>Bogotá: sinfonía de una ciudad</i> Juan Carlos Vallejo • <i>Quince mil</i> María Gamboa • <i>Desayuno con el suicida</i> Ximena Sotomayor • <i>No pongas tus puercas manos sobre mí</i> Manuel Salvador Arias • <i>Penélope</i> Pablo Eliécer Robayo 	<p>CATEGORÍA B</p> <p>Producción de cortometrajes para las pantallas de cine</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Tocata y fuga</i> Liliana Rincón • <i>Vivienda multifamiliar</i> Alvaro Enrique Bautista • <i>Ciudad Perdida</i> Sergio García • <i>Los tiburones de Malpelo</i> Carlos Andrés Pineda <p>CATEGORÍA C</p> <p>Finalización de cortometrajes en cine</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Desde el mirador</i> Jorge Echeverri • <i>Martillo</i> Miguel Salazar • <i>1000 pesos colombianos</i> David Aristizábal • <i>¿Y su perro, que tiene?</i> María Paulina Ponce de León • <i>Los ríos</i> PatoFeo Films Ltda. • <i>Mi último aliento</i> Juan Carlos Delgado • <i>Noche de concierto</i> Daniel Rodríguez • <i>Lelda</i> Laberinto Producciones Ltda. • <i>Ositos perezosos en peligro</i> Fernando Alfonso Riaño <p>Tercera convocatoria del Fondo para el desarrollo cinematográfico</p> <p>MODALIDAD DE PROYECTOS DE FORMACIÓN DE PÚBLICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Espacios para encontrarte. Una propuesta para la difusión cinematográfica y la formación de públicos en Madrid, Cundinamarca</i> Asociación de Jóvenes Lateo
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>El MAMM un material educativo y cultural-área audiovisual: cine y video</i> Corporación Museo de Arte Moderno de Medellín • <i>Fortalecer en Mompox y municipios de la depresión mompoxina bolivarenses, un espacio para la formación y el disfrute del séptimo arte</i> Fondo Mixto para la Promoción de la Cultura y las Artes de Bolívar • <i>Proyecto de exhibición audiovisual alternativa en Medellín</i> Centro Colombo Americano de Medellín • <i>Los anormales</i> Escuela de Cine y Televisión, Universidad Nacional de Colombia • <i>Cine al patio</i> Juan Diego Caicedo • <i>Movimientos y renovación en el cine</i> Juan Diego Caicedo • <i>Formación de públicos de cine en el departamento del Cauca</i> Corporación Centro Cultural Bolívar • <i>Departamento de Cine. Museo de Arte Moderno de Bogotá</i> • <i>Territorio compartido local</i> Instituto Distrital de Cultura y Turismo • <i>VIII salón Internacional del autor audiovisual creando cine en la era digital</i> Fundación Cinemateca del Caribe • <i>Cine club al aire libre Estación San Antonio</i> Gonzalo Mejía Marín

(Fuente: Diario El Tiempo.)

ANEXO N.

Organigrama de Proimágenes.

**LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE PRIMER NIVEL
PROPUESTA INCORPORA LAS ÁREAS RECTORAS Y DE
APOYO QUE SE DERIVAN DE LOS PROCESOS**



(Fuente: Fondo mixto Para el desarrollo de la cinematografía Proimágenes en Movimiento. Ministerio de Cultura.)

ANEXO O.

Víctor Gaviria Suma en Francia.

Víctor Gaviria suma en Francia

Ambas películas, las únicas en competición en el certamen, obtuvieron sendos reconocimientos del jurado y del público. La cinta de Ciro Guerra se estrenó ayer en Bogotá con mucho éxito, luego de su destacada presentación en el Festival de Cine de Cartagena.

Agencia AFP

Colombia ganó por partida doble en el Festival de Cine de Toulouse, Francia, cuando sus dos películas en competición, Sumas y Restas, de Víctor Gaviria, y La Sombra del Caminante, de Ciro Guerra, alzaron ayer los dos premios más importantes del certamen.

La película colombiana Sumas y Restas ganó el Gran Premio Flechazo del Festival Encuentros de Cines de América Latina de Toulouse, anunció el jurado.

Sumas y Restas transcurre

en el Medellín de los años 80 y en ella, Gaviria enfrenta dos personajes opuestos, un ingeniero constructor de edificios que, ante las dificultades financieras, se deja tentar por la posibilidad del dinero fácil que aportan las drogas y el jefe de un grupo de narcos.

Por otra parte, el Premio del Público Intramuros del Festival Encuentros de Cines de América Latina de Toulouse fue para la película colombiana La Sombra del Caminante, de Ciro Guerra, anunció el jurado.

Opera prima de Ciro Guerra, de 24 años de edad, La Sombra del Caminante es una reflexión de las secuelas que

la guerra deja en los hombres, tanto en las víctimas como en los verdugos.

La película conmovió al público de Toulouse con la veracidad de sus personajes, la profundidad de su narración y la belleza plástica de sus imágenes.

Ambos filmes llegaron a Francia precedidos de premios en el reciente Festival de Cine de Cartagena, donde Sumas y

Restas obtuvo el India Catalina a mejor película nacional e internacional, mejor director y mejor actor de reparto. Asimismo, fue galardonada en el Festival de San Sebastián, España.

La Sombra del Caminante ha recibido reconocimientos en los festivales de La Habana, Calcuta y el premio de Cine en Construcción en San Sebastián, España.

HOY COSMOCENTRO: 10:20AM, 11:10AM, 12:10, 1:00, 2:00, 2:40 PM; UNICAL: 11:10AM, 11:50AM, 12:50, 1:40, 2:25, 3:25, 5:05 PM. **-TODOS-**



Walt Disney
Winnie Pooh y el Papameo
Efelante
www.disneylatino.com
©Disney Enterprises, Inc.

Cinematca Proartes LA MEJOR PELICULA DE AÑO
Entre Copas
70% DESCUENTO EN BOLETERIA hasta cuatro boletas por suscriptor
CINEMATCA PROARTES

ZOOLOGICO De Cali
Auditorio Hormiguero
ESPANTA TIBURONES
Hoy 4:15 P.m.
Le boleto de ingreso al zoológico incluye película del día
Reservas: Tel: 892.7474

BRISCO RECORTE Y RECLAME BONO GRATIS
Promoción válida hasta el 4 de mayo
INVIERTA \$2.000 - Ahorre \$52.000
Participa en la Rifa moto Suzuki AX100 2 pavajes a San Andrés utilizando los cupones
1 Pollo 2 pavajes 2 arpas \$11.900 1 1/2 Pollo 4 pavajes 4 arpas \$15.900
JUNIN: 687 4196 558 0385 558 2099 514 0110 - 34
SUR: 557 4388 557 9798 682 1868 514 0921 - 22
CHAPINERO NORTE: 441 3570 441 5804 443 8782 448 7072

(Fuente: Diario El País.)

El Oscar coquetea con Catalina Sandino.

CULTURA

CLAUDIA SANDOVAL GÓMEZ
Especial para EL TIEMPO

NEUVA YORK

¿Podría Catalina Sandino, protagonista de *María llena eres de gracia*, ser nominada al premio Oscar en la categoría a mejor actriz? Según la prensa estadounidense, la respuesta es un rotundo sí. Las nominaciones de la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas no se anunciarán sino hasta la mañana del 25 de enero, pero desde ya los medios de entretenimiento de este país están haciendo sus vaticinios sobre quién será incluido en la selecta lista y el nombre de la colombiana es prácticamente mencionado sin excepción. De concretarse, sería la primera vez que una actriz de nuestro país es nominada.

"Su representación detalla lo que conlleva ser una mula de la droga, incluyendo el tragarse 62 cápsulas de cocaína. Es desgarradora", dijo *Variety*, una publicación especializada de la industria del entretenimiento, en un especial sobre los potenciales competidores del Oscar.

El diario *The New York Times* la puso junto a Annette Bening (*Being Julia*) e Imelda Staunton (*Vera Drake*) en su lista de posibles nominadas a mejor actriz, mientras que *Entertainment Weekly*, una revista de entretenimiento del grupo Time Warner, también incluyó a Sandino en una lista similar, agregando que la colombiana podría resultar ser "una seria competencia" para estas veteranas actrices. La revista *Premier*, especializada en cine, la puso como su segunda opción, después de Bening, y el diario *Daily News* dijo en su separata dominical que si los miembros de la Academia ven *María* pueden nominar a Sandino "quien es brillante como una joven colombiana atrapada en un ardid de tráfico de drogas". Hasta *The Wall Street Journal*, el diario financiero más impor-

CINE / LA PRENSA ESTADOUNIDENSE LA APOYA

El Oscar coquetea con Catalina Sandino

La protagonista de 'María llena eres de gracia' figura en los listados de candidatos de 'Variety', 'New York Times', 'Wall Street Journal', 'Entertainment Weekly' y 'Premier', entre otros.



EL DVD se consiguió ya en Colombia, en Forum.

industria altamente competitiva y a que la película es en idioma extranjero. Pero para un actor o actriz, la sola nominación los ubica en un selecto grupo. Es más, muchos

HBO y Fine Line, productor y distribuidor de la película, respectivamente, son menos modestos. De hecho, como es costumbre en los meses precedentes a los premios, están adelantando una intensa campaña para promocionar la cinta y a su actriz principal entre los miembros de la Academia.

Todos con 'María'

"Estamos enviando los videos de la película, sacando anuncios en publicaciones comerciales del sector como *Variety*, *Hollywood Reporter* y *BackStage*, estamos haciendo publicidad para asegurarnos de que todo el mundo tenga una oportunidad de conocer a Catalina y de escuchar a Josh (Joshua Martson, director), haciendo proyecciones especiales para los miembros de la Academia en Nueva York, Los Angeles, Aspen, Londres, y pusimos a disposición de los escritores el guión", dijo a EL TIEMPO Marian Koltai-Levine, vicepresidente de marketing de Fine Line Features.

Koltai-Levine no quiso decir cuánto está gastando el estudio en la promoción de *María* con miras al Oscar, pero aseguró que Fine Line y HBO le están apostando específicamente a dos categorías: mejor

(fuente: Diario El Tiempo.)

ANEXO Q.

Catalina hizo el Oso de Plata.

ACTUACIÓN. Una colombiana alcanzó el galardón a la mejor actriz en el festival de Berlín

Catalina hizo el oso...de plata

156 Catalina Sandino, estudiante de publicidad en Bogotá, tuvo que ser empujada por su mamá y dos amigas para que presentara el 'casting' que la llevaría a obtener el premio más importante que haya recibido artista alguno en Colombia: el Oso de Plata a la mejor actriz, en el Festival Internacional de Cine de Berlín.

El sábado 14 de febrero, cuando la noticia procedente de Alemania fue replicada por todos los medios informativos, los colombianos supieron de la existencia de esta mujer, tan sencilla y disciplinada como hermosa, que obtuvo el galardón gracias a su papel protagónico en 'María, llena eres de gracia'.

Por esas extrañas vueltas del destino, Catalina se presentó al casting sólo por no dejar, pues a pesar de haber estudiado teatro y haber interpretado algunos papeles en las tablas de Nueva York, la televisión colombiana le



Antes de 'María, llena eres de gracia', Catalina Sandino había intentado obtener algún papel en la televisión. FOTO | El País

había cerrado las puertas.

Cuando el casete con su actuación llegó a Nueva York a manos de Joshua Marston, el

director de la película, éste supo que había encontrado a la actriz que imaginó para contar la historia de una chica que acepta

jugarse su futuro como 'mula' del narcotráfico con el fin de poder darle un presente al hijo que espera.

La hasta entonces desconocida actriz colombiana demostró durante el rodaje todo su profesionalismo. "No nos defraudó. A pesar de lo duro de la filmación, porque ella llevaba el peso de la película, siempre fue puntual, disciplinada y estuvo feliz en todo el proceso de filmación", recuerda el actor John Alex Toro, coprotagonista de la historia.

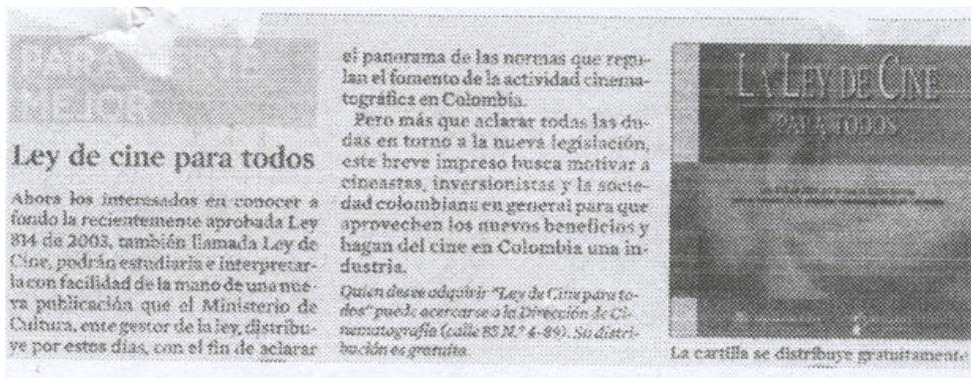
Lo que nadie esperaba es que, al llegar al Festival de Berlín - el más importante de Europa después de Cannes - el nombre de la colombiana quedara inscrito entre los grandes del cine.

Pero así fue, esta bogotana de pura cepa, de apenas 22 años, compartió el premio con la sudáfricana Charlize Theron, quien meses después obtendría el Oscar por su magistral interpretación en el filme 'Monster'.

(Fuente: Diario El País.)

ANEXO R.

Para verte mejor.



PARTE DE
SELECCIÓN

Ley de cine para todos

Ahora los interesados en conocer a fondo la recientemente aprobada Ley 814 de 2003, también llamada Ley de Cine, podrán estudiarla e interpretarla con facilidad de la mano de una nueva publicación que el Ministerio de Cultura, ente gestor de la ley, distribuye por estos días, con el fin de aclarar

el panorama de las normas que regulan el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia.

Pero más que aclarar todas las dudas en torno a la nueva legislación, este breve impreso busca motivar a cineastas, inversionistas y la sociedad colombiana en general para que aprovechen los nuevos beneficios y hagan del cine en Colombia una industria.

Quien desee adquirir "Ley de Cine para todos" puede acercarse a la Dirección de Cinematografía (calle 85 N.º 4-86). Su distribución es gratuita.

La cartilla se distribuye gratuitamente.

(Fuente: Diario El Tiempo.)