

# Gestión, identidad y estética del cine colombiano a partir de la ley de cine N° 814 (2003-2016)

Autor:

Ciendua Forero, Diego Leonardo

Tutor:

Niño Amieva, Alejandra L.

2022

Tesis presentada con el fin de cumplimentar con los requisitos finales para la obtención del título Magíster de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires en Gestión Cultural.

Posgrado



**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES  
FACULTAD FILOSOFÍA Y LETRAS**

**MAESTRÍA EN GESTIÓN CULTURAL**

**GESTIÓN, IDENTIDAD Y ESTÉTICA DEL CINE COLOMBIANO  
A PARTIR DE LA LEY DE CINE N° 814 (2003-2016)**

**Maestrando: Lic. Diego Leonardo Ciendua Forero**

**Directora: Dra. Alejandra L. Niño Amieva**

**Julio 2022**

## **Agradecimientos**

A través de estas líneas quiero expresar y agradecer de manera sincera a todas las personas que con su colaboración y voz de aliento hicieron posible la realización de este trabajo de investigación.

En primer lugar, quiero agradecer a mi madre, a quien dedico este esfuerzo. Gracias siempre por todo.

Muy especialmente a mi tutora de tesis Dr. Alejandra Niño Amieva, por la acertada orientación y el soporte que me permitió llevar esta tesis a buen término.

Especial mención y mi más sincero agradecimiento merecen las personas cuya colaboración ha sido vital para lograr el desarrollo de este trabajo, Pilar Bojacá, por el apoyo y confianza que me ha brindado, así como también por el interés y motivación para realizar mis estudios de posgrado; Carlos Villafañe, por el acompañamiento, su asesoramiento y compañía durante este periodo de desarrollo del trabajo de investigación.

Mi más sincero agradecimiento al profesor Francisco de Paula Contreras (q.e.p.d) y al docente Luis Gasca a quienes he tenido el privilegio de conocer y a quienes he considerado siempre personas apasionadas por la cinematografía, los cuales sirvieron de inspiración y apoyo invaluable durante una etapa de mi vida.

Finalmente, agradezco a mi familia por su comprensión, apoyo y comunicación constante ya que sin su apoyo nunca hubiera llegado hasta el final de esta empresa.

## Resumen

La historia de un país se puede identificar a través de su cine y Colombia no es la excepción. Las transformaciones políticas, sociales, ideológicas y culturales se han visto problematizadas en la *pantalla grande*, los procesos evolutivos de una sociedad van de la mano con los intereses estatales y la implementación de sus políticas internas. Es así como en este trabajo de investigación toman especial importancia la ejecución de políticas culturales en Colombia. De manera puntual nos centraremos en los cambios históricos y la respectiva evolución que ha tenido la naciente industria cinematográfica colombiana, a partir de la Ley de cine (Ley nº 814, 2003) y sus políticas concordantes, y cómo dichas reglamentaciones han desencadenado una serie de eventos en la empresa cinematografía colombiana. Esta busca, por una parte, consolidarse a nivel local y en la región como una industria con gran potencial de crecimiento con diversas propuestas fílmicas y, por la otra, encontrar una identidad que pueda dar testimonio de la cultura colombiana, sus personajes, conflictos y situaciones particulares que la identifican como un país pluricultural. Es así como en esta exploración investigamos los diversos procesos en los cuales las políticas públicas culturales tienen incidencia, ahondamos en los tratamientos narrativos de la cinematografía nacional, sus dinámicas de producción, el consumo del cine colombiano y los procesos de promoción y exhibición, que son engranajes vitales dentro de cualquier proyecto industrial cinematográfico que busque tener una relación continuada con sus creadores y consumidores. La presente investigación aspiró a evidenciarlo a partir del análisis de las particularidades de las políticas culturales cinematográficas en Colombia durante el período 2003-2016.

**Palabras clave:** Políticas culturales, Colombia, Industria cultural.

# Índice

<b>I</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	
	I.1. Apartado introductorio	2
	I.2. Descripción del tema-problema	3
	I.3. Antecedentes	4
	I.4. Tesis para defender	10
	I.5. Objetivos	11
	I.5.1. General	11
	I.5.2. Específicos	11
<b>II</b>	<b>LAS NARRATIVAS DEL CINE COLOMBIANO Y SUS DIFERENTES TENDENCIAS EN EL MARCO DE LA LEY DE CINE COLOMBIANO N° 814 DE 2003</b>	
	II. 1 Características de la Ley de Cultura N° 397 de 1997 en Colombia	13
	II.2. Ley de Cine N° 814 de 2003 y sus dinámicas	17
	II.3. El cine y sus transformaciones tecnológicas	21
	II.4. Herramientas de la Ley de Cine n°814 de 2003	23
	II.5. Plataformas de exhibición	21
<b>III</b>	<b>PERCEPCIÓN DEL CINE COLOMBIANO ENTRE SUS ACTORES Y REFERENTES PRINCIPALES: ANÁLISIS, CRÍTICA Y ACEPTACIÓN</b>	
	III.1. MEMORIA, IDENTIDAD Y ESTÉTICA EN EL CINE COLOMBIANO	35
	III.2. FESTIVALES DE CINE	50
<b>IV</b>	<b>ROL DEL MODELO DE GESTIÓN EN COLOMBIA Y SUS DÉFICITS EN LA PROMOCIÓN DE LA INDUSTRIA FÍLMICA NACIONAL</b>	
	IV.1. UN PANORAMA DE LAS RESOLUCIONES Y DE LA PROMOCIÓN DEL CINE	59
<b>V</b>	<b>FONDO DE DESARROLLO CINEMATOGRAFICO Y PRO-IMÁGENES COLOMBIA: DIAGNÓSTICO, POLÍTICAS Y FOMENTO</b>	
	V.1. EXHIBIDORES, SALAS Y TAQUILLA	73
<b>VI</b>	<b>GESTIÓN Y DESARROLLO DEL AUDIOVISUAL EN COLOMBIA</b>	
	VI.1. PROGRAMAS Y ESTÍMULOS	84
	VI.2. PROIMÁGENES, FDC Y SUS DIRECTRICES	87
	VI. 3. PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA	89
<b>VII</b>	<b>PROBLEMÁTICAS DE LOS REALIZADORES Y SUS NUEVAS PROPUESTAS EN EL MARCO DE LA NACIENTE INDUSTRIA</b>	
	VII. 1. ESTRATEGIAS Y FORMAS PARA DINAMIZAR EL CINE	94
	VII.2. COLOMBIA UN TERRITORIO PARA LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA	99
	VII.3 FORMACIÓN DE PÚBLICOS.	105
<b>VII</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	111
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
	REFERENCIAS	118
	FUENTES INSTITUCIONALES	122
	COMUNICACIONES PERSONALES	126
	<b>ANEXOS</b>	127

## Índice de figuras

FIGURA 1. FORMATO DE SALAS DE CINE EN COLOMBIA 2016	22
FIGURA 2. CADENA DE PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA.	25
FIGURA 3. ASIGNACIÓN DE LOS ESTÍMULOS APROBADOS PARA EL FDC	27
FIGURA 4. ESPECTADORES DE PELÍCULAS COLOMBIANAS, 2008-2016	27
FIGURA 5. ASIGNACIÓN DE ESTÍMULOS APROBADOS PARA EL FDC PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA	49
FIGURA 6. FESTIVALES CINEMATOGRAFICOS. 2016	54
FIGURA 7. SALAS POR EXHIBIDOR EN EL AÑO 2016	75
FIGURA 8. COMPENDIO CIRCUITO SALAS ALTERNAS A NIVEL NACIONAL 2016	77
FIGURA 9. HISTÓRICO DEL SECTOR CINEMATOGRAFICO	79
FIGURA 10. TAQUILLAS EN SALAS DE CINE EN EL PERÍODO 2008-2016	80
FIGURA 11. ESPECTADORES DE PELÍCULAS COLOMBIANAS, PERÍODO 2008-2016	80
FIGURA 12. TAQUILLA EN PELÍCULAS COLOMBIANAS (2008-16) EN MILLONES DE PESOS	81
FIGURA 13. PROYECTOS PAN 2008-2009	86
FIGURA 14. ESTADÍSTICA, ESTRENOS PELÍCULAS NACIONALES PERIODO 1996 A 2010	90
FIGURA 15. ESTADÍSTICA ESTRENOS NACIONALES VS INTERNACIONALES, AÑOS 2011-16	91
FIGURA 16. RECAUDACIÓN	92

## Índice de anexos

ANEXO 1. CINEMATOGRAFÍA COLOMBIANA 2004-2005	128
ANEXO 2. CINEMATOGRAFÍA COLOMBIANA 2006-2007	129
ANEXO 3. CINEMATOGRAFÍA COLOMBIANA 2008 -2009	130
ANEXO 4. CINEMATOGRAFÍA COLOMBIANA 2010-2011	131
ANEXO 5. CINEMATOGRAFÍA COLOMBIANA 2012	132
ANEXO 6. CINEMATOGRAFÍA COLOMBIANA 2013	133
ANEXO 7. CINEMATOGRAFÍA COLOMBIANA 2014	134
ANEXO 8. CINEMATOGRAFÍA COLOMBIANA 2015	135
ANEXO 9. CINEMATOGRAFÍA COLOMBIANA 2016	136

# I. INTRODUCCIÓN

## **I.1. Apartado introductorio**

A partir de la Ley de Cine N° 814, promulgada en 2003, el cine colombiano empezó a catalogarse como patrimonio nacional del país. Si bien las políticas culturales cinematográficas en Colombia han promovido campañas de fomento y apoyo a nuevos relatos que brinden novedosas miradas de la multiculturalidad del territorio nacional, la industria (en contraposición a ese objetivo) ha dedicado sus intereses a la promoción y consumo de un cine que brinde resultados positivos a los exhibidores en taquilla. De esta manera se ha impulsado un consumo en un estilo narrativo que ha encasillado al cine colombiano, direccionando sus producciones en el género de comedia y acentuándolo en la parodia de la realidad nacional sin dar cuenta de la Colombia contemporánea y sus historias. Así mismo, son frecuentes las producciones que giran en torno a la violencia que ha vivido nuestro país en los últimos 50 años, producciones que gozan de un andamiaje publicitario extenso y con patrocinios de productoras privadas que dan preponderancia a sus producciones y visibilizan sus propuestas en canales privados en horarios *prime*. Por lo anterior, la menor visibilidad de propuestas independientes con la reducción de los tiempos de exposición al público o el relegamiento a salas menos concurridas, dificultan sus posibilidades de llegar a un mayor público y con ello, de generar nuevas expectativas sobre el cine colombiano. Es posible advertir, de este modo, un cierto estancamiento de políticas culturales destinadas al fomento de dichos formatos, generando una percepción en el público de un cine monotemático y una atmósfera de inmovilidad en la creatividad de los realizadores audiovisuales. Complementariamente, tal estancamiento ha dificultado la emergencia de nuevos creadores que proponen distintas miradas con relatos acordes a las realidades contemporáneas que suscitan juicios con perspectivas más agudas en la búsqueda de quienes intentan abrir un abanico de posibilidades en géneros menos abordados.

Es en este contexto, donde una adecuada gestión de las políticas culturales creadas por el Fondo de Desarrollo Cinematográfico del país cobra importancia para el apoyo efectivo a la creación de nuevas propuestas narrativas. Es así como a partir del abordaje de la Ley N° 814 del 2003, sus posteriores reformas



y el análisis de las diferentes producciones realizadas bajo las políticas promovidas por estas normativas, esta tesis presenta un análisis de los factores que operan en esta aparente ausencia de diversidad, como en la escasa difusión del cine independiente en las salas nacionales del país. Con ello se busca evidenciar la realidad de la producción nacional en el período 2003-2016 y, plantear alternativas que impulsen la gestión cultural para el desarrollo y dinamismo de la industria cinematográfica colombiana.

## **I.2. Descripción del tema-problema**

En Colombia, en las últimas décadas, se han sancionado dos leyes importantes asociadas a la cultura: la Ley N° 397 de 1997 que dio origen al Ministerio de Cultura, y la N° 814 de 2003 enfocada en el cine y los medios audiovisuales. Si bien estas normativas han tenido como objetivo alinear conceptos y proporcionar herramientas para la difusión de esta industria a nivel nacional e internacional, se han privilegiado producciones basadas en rentabilidad económica y que no profundizan en temáticas relacionadas con la identidad nacional. Esto ha provocado que el cine colombiano aparente una evolución por el crecimiento de producciones realizadas año a año, pero con el transcurso del tiempo las temáticas y problemáticas relacionadas con las raíces autóctonas —que podrían ser fuente vital de nuevas producciones nacionales— han sido progresivamente abandonadas.

La falta de organización entre políticas locales y nacionales que buscan apoyar el cine colombiano han provocado una inexistente y coordinada gestión cultural que engloba a esta industria, y por lo tanto se torna de interés detectar los factores que han operado en el problema y que lo han llevado a la situación actual. Solamente, un análisis profundo sobre la desarticulación de la legislación colombiana y las dificultades en la implementación de las políticas culturales posibilitaría proponer lineamientos que permitan trazar un camino viable de esta industria, que no solo la haga rentable y productiva a nivel nacional e

internacional, sino que permita salvaguardar nuestro patrimonio cultural.

La gestión cultural es una profesión relativamente nueva en Latinoamérica que permite establecer nuevas estrategias para impulsar y desarrollar las industrias culturales. Es el punto de partida para expandir la situación del cine colombiano.

### **I.3. Antecedentes**

La búsqueda del lenguaje cinematográfico nacional en Colombia ha sido un proceso traumático e inconstante, determinado por procesos políticos fallidos y escasos apoyos gubernamentales de promoción y exhibición. Así se ha evidenciado la necesidad de proporcionar espacios de discusión para la divulgación del cine nacional, entendiendo los inconvenientes propios de los procesos de producción que sobrellevan los cineastas al buscar producir sus obras (Correa y Doronzo, 2011), permitiendo que el cine colombiano sobreviva por el ímpetu y el interés de quienes promueven una propuesta autóctona del séptimo arte nacional. Si bien se ha señalado que en Colombia el cine nacional aún sigue demasiado reducido y es un espacio de debate que resiste a la hostilidad de la realidad (*Ibidem*), se puede entender que el arte cinematográfico es un testimonio de la sociedad de su tiempo, y aún más, siendo el film una fuente instrumental de la ciencia histórica, dando cuenta, con diferentes miradas, de las mentalidades de los hombres de una época determinada. Esto nos lleva a entender que las películas pueden ser un medio didáctico para enseñar y entender la historia de una sociedad (Caparros Lera, 2008).

El cine colombiano, se ha caracterizado por la búsqueda de un lenguaje autóctono, nutrido de las problemáticas de la realidad nacional. Sus planteamientos se han centrado en perspectivas arraigadas en el multiculturalismo de personajes y temáticas sociales, que han logrado amalgamarse para proyectar la realidad de un país de constantes y diversas configuraciones de relatos y vivencias (Puerta Domínguez, 2015). Esto ha

permitido establecer un lenguaje fílmico generador de un concepto de cine nacional, logrando quedar inmerso en el cauce de sus particularidades. Es así como la narración oral, la economía, la política y la idiosincrasia nacional, han formado parte de un tejido articulador del fenómeno narrativo que evoca un ideario de cine como patrimonio nacional en cuanto recopilador de la memoria histórica del país (*ibidem*).

Se ha destacado la propuesta del lenguaje cinematográfico colombiano como un dispositivo de construcción de memoria histórica, manejado bajo subjetividades del ideario social, donde convergen intereses culturales, políticos, sociales y económicos. Tal es la diversidad de situaciones socioculturales que se presentan en este tipo de expresión artística, que busca retratar los procesos ideológicos y aspiraciones de la comunidad en un país que se ha caracterizado por políticas que hablan de diversidad, pero que no han sido ejecutadas dentro del marco de la cultura fílmica nacional (Castañeda López 2011).

El cine como vehículo transmisor de la representación de la sociedad y sus valores, termina convirtiéndose en un constructor de pensamiento, reivindicando el ideario de una sociedad que consume la realidad que se plasma en la pantalla. Por esta razón, se ha sostenido que el cine colombiano en esta nueva era se propone a convertirse en un cine apolítico, un cine más humano y cercano a las anécdotas del *ciudadano de a pie*. Pero esas propuestas se desdibujan, debido a que el cine nacional sobrevive en el ámbito de la industria, por historias donde la arbitrariedad y la violencia son temas centrales, como lo evidencia Claudia Ospina (2007), en su texto sobre la representación de la violencia en la novela del narcotráfico y el cine colombiano contemporáneo en la filmografía nacional (Osorio, 2010), o como lo afirma Guillermo Pérez La Rotta (2013) en su observación del filme *La sombra del caminante* (2004) de Ciro Guerra. Esta parábola, que pertenece a dos personajes, podría ser la misma que el relato le encarga a toda una sociedad, asolada por una violencia que hunde sus raíces en el pasado, en un transcurso que es preciso exorcizar, para encontrar nuevamente la senda de sentido hacia lo porvenir (Pérez La Rotta, 2013, p. 45).

La industria cinematográfica puede afectar a las audiencias y directamente a la producción cinematográfica. Este es un aspecto esencial a tener en cuenta si se

quiere constituir realmente una industria cultural alrededor del cine en Colombia.

Se ha discutido la necesidad de narrativas en las que se adquiera importancia en la diversidad de la industria audiovisual en Colombia, el apoyo a la creación de productos propios y la construcción de una estética latinoamericana, buscando con ello la formación de un público receptivo a la producción local, que permita construir una identidad popular y comunitaria que consienta la posibilidad de mostrar realidades y problemáticas contemporáneas en nuestro país (Sierra Duque, 2013). Esto es, una visión del cine no solo como industria cultural, si no como elemento de construcción social y memoria histórica, que contribuya al desarrollo humano, económico y artístico del país, logrando con ello, sostener en el tiempo una noción de identidad y de diversidad cultural latinoamericana.

En nuestro caso, el país se ha visto afectado por la falta de ejecución de una política integral en la que los públicos consumidores perciban el cine nacional en relación con la realidad y sus matices y donde todas las instituciones que se articulan para el óptimo desarrollo de la filmografía colombiana otorguen un espacio en las pantallas nacionales para que sea apreciado por sus propios públicos (Rey, 2017 ; Navarro, Patiño y Ospina 2010).

Transcurridos trece años desde la sanción de la Ley N° 814, al analizar el cine colombiano resulta de interés indagar en el modelo de gestión que se ha implementado en el período entre 2003 y 2016. Además, se ha señalado que existe infraestructura y recursos para el desarrollo y fortalecimiento de la industria fílmica nacional como lo afirma Acosta Lara (2009) en su análisis de las políticas de fomento del cine en Colombia, pero es escaso el fomento, la visibilización y distribución a de las propuestas de los nuevos realizadores. La discusión sobre las características del cine de autor es extensa y no podría abordarse en poco espacio, pero es importante resaltar que algunos de los nuevos realizadores han sido destacados por las nuevas narrativas ofrecidas al mercado audiovisual en Colombia, logrando reconocimiento internacional y permitiendo extenderse a narraciones no convencionales bordeando hasta lo experimental (Rivera-Betancur, 2011). Estas nuevas propuestas no son el problema, pero el modelo de difusión y divulgación sí, ya que, al ser poco

convencionales, no cuentan con una promoción adecuada y esto hace que dentro de la cartelera nacional sucumban rápidamente.

En la cartelera ofertada por los distribuidores, el cine colombiano muestra cifras significativas de piezas audiovisuales a nivel anual; de tres a cuatro realizaciones audiovisuales exhibidas en salas nacionales se ha pasado a 17 y hasta 23 piezas en los últimos años. Aunque esta situación puede ser considerada como positiva, falta aún una mayor organización en la programación de calendarios de lanzamiento de los títulos nacionales. Asimismo, el ritmo de estrenos nacionales resulta irregular: después de semanas sin ninguno de ellos se estrenan hasta cinco películas, en una competencia por una porción de la taquilla (Rivera-Betancur, 2014). A pesar de que la oferta fílmica aumentó significativamente, preexiste un problema: la asistencia a la cartelera nacional sigue siendo baja. En el 2011, el promedio se mantuvo entre 300.000 y 400.000 espectadores. Solo un grupo de filmes lograron pasar el millón de espectadores razón por la cual se abren varios interrogantes.

Si bien se tiene en cuenta que la temática de las producciones nacionales mayormente exhibidas es el “narco-cine” —y esta categoría ha sido un factor crucial dentro de la visión colectiva del público no especializado en Colombia— podríamos preguntar entonces: ¿Son las temáticas las que no llaman la atención del público? ¿o es la falta de promoción? Se debe tener en cuenta que un filme colombiano en promedio no permanece más de dos semanas en las salas de cine, entonces, aquí cabe preguntarse: ¿De quién es esta responsabilidad? ¿Del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), por su criterio a la hora de avalar las historias?, ¿de los realizadores?, ¿de los exhibidores? También cabe la duda, de si la escasa formación de públicos y concienciación es un factor operante en la falta de apoyo al cine nacional (Díaz Bohórquez y Hamman, 2011).

Al observar los datos expuestos, se evidencia que dentro del proceso de la creación cinematográfica el único sector que ha sobrevivido en la historia del cine colombiano es el de la exhibición. Desde los primeros intentos de los hermanos Di Doménico y posteriormente Cine Colombia junto con otras empresas, el único “negocio” de cine que ha prosperado en el país y que sigue

funcionando ha sido el de la exhibición. Sin embargo, este brazo vital para el proceso de crecimiento y desarrollo de la industria ha sido casi olvidado por la ley y los representantes del gremio, exhibición y distribución. Es una problemática latente y constante que aparentemente no parece tener una pronta solución a este impase que no solo es colombiano si no latinoamericano (D'abbraccio Krentzer, 2015).

Dentro de los primeros 13 años de puesta en marcha de la Ley de Cine, se han abordado bastantes aspectos, pero uno que sigue sin tener un análisis de profundidad es el de la formación de públicos y de pensamiento crítico en el espectador nacional. Esto puede evidenciarse en la taquilla colombiana, ya que la falta de un flujo continuo de recursos económicos hacia el escaso recurso humano y tecnológico enteramente formado puede ser uno de los factores que afecta gravemente no solo la continuidad en la creación y ejecución de nuevos proyectos, sino el mejoramiento y fortalecimiento de la calidad artística y técnica del producto cinematográfico. La industria del cine en Colombia ha carecido de constancia, limitando no solo el número *films* y su calidad, sino también la formación de un público capaz de interesarse en las producciones nacionales. Tal vez, los actuales espectadores no terminan de acostumbrarse a una cartelera con más estrenos nacionales y, aunado a ello, parecen conservar sus dudas frente al nivel y calidad alcanzados por las películas colombianas (Flórez Vargas, 2016).

En este marco es necesario considerar que, si bien la formación de públicos y la construcción de un pensamiento crítico es escasa en Colombia de cara a la edificación de una visión del cine que se muestra en el país, es necesario considerar también las decisiones de exhibición en Colombia ya que se limitan los escenarios a pocas salas en las ciudades más grandes del país. Este comportamiento responde a dos factores: los exhibidores consideran que no todo público se interesa por consumir dicho "cine de autor", y las películas no resultan rentables para los exhibidores, lo que ocasiona que estas permanezcan en promedio dos semanas en cartelera, esto se debe al análisis que hacen los exhibidores del público asistente y la oferta presentada en las salas de cine, ya que se analiza a los espectadores al momento de elegir el consumo cultural, y

así determinar la manera en que estos se distribuyen (Cortes Acosta y Ospina Bernal, 2018).

Por otro lado, la gran maquinaria comercial “hollywoodense” acapara la distribución en las salas de cine. Cuentan con todo el andamiaje económico para realizar sus campañas de distribución, visibilización y exhibición dentro del circuito cinematográfico de la región. Y Colombia no es ajena a esta situación: pues en el *Top 20* de las películas exhibidas en Colombia en el año 2016, una sola fue de origen nacional, mientras que las otras 19 fueron producciones extranjeras (estadounidenses) (Dirección de Cinematografía, 2017; Arias, Uribe y Miller, 2018).

Frente a los partes positivos que se han dado desde las instituciones nacionales respecto a los avances de nuestro desarrollo cinematográfico, es imperativo tener en cuenta las desigualdades existentes en cuanto a promoción y exhibición por parte de las empresas exhibidoras de cine en el país y los organismos institucionales, que deben trabajar y reevaluar si las actuales condiciones son las mejores para otorgarle a las manifestaciones artísticas del medio cinematográfico los medios necesarios para lograr consolidar la industria cultura que se requiere en la actualidad.

Deviene la necesidad de una dinamización del cine colombiano, en el que la heterogeneidad de sus narrativas sea su fortaleza para desarrollar una diversidad de géneros y temáticas que den cuenta de la capacidad de la industria nacional y sus realizadores para exponer narrativas críticas, en las cuales el cine logre ubicarse de nuevo en los pabellones de festivales internacionales. El cine colombiano ha narrado historias de este país diverso: sus conflictos, y sus carencias, sus paisajes y sus personajes anónimos. A pesar de esto, nuestro cine debe asegurar todavía una diversidad de factores que le permitan mantener o incrementar la producción continua de películas, y que contribuyan a consolidar propuestas de calidad de los directores de mayor trayectoria y a la vez abrir espacios para los nuevos realizadores y sus propuestas. Se debe seguir apostando a proyectos que incorporen una calidad artística reconocida por la crítica especializada y que a su vez puedan encontrar los espectadores a quienes se dirigen (Zuluaga, 2007).

#### **I.4. Tesis para defender**

Este trabajo de investigación busca evidenciar las transformaciones y el direccionamiento que tomó la industria cinematográfica en Colombia, desde la puesta en marcha de las políticas culturales y más propiamente desde la sanción de la Ley de Cine N° 814 de 2003; ley que propone avivar y catapultar las diversas propuestas cinematográficas de los realizadores colombianos fomentando el consumo y el protagonismo de los nuevos relatos que surgen en el país.

De acuerdo con el análisis de esta ley y sus políticas concordantes, se examinó su evolución, como también las diversas posturas y discusiones que surgieron desde los diferentes protagonistas y consumidores en los distintos escenarios donde dichas políticas tuvieron influjo directo en materia de fomento de esta industria cultural.

Esta investigación buscó definir, cómo la sanción de la Ley 814 de 2003 implicó una serie de cambios favorables para la industria fílmica colombiana. Gracias a esta normativa se ha generado toda una estructura e infraestructura para potenciar la producción filmográfica en Colombia, aunque falta camino por recorrer para crear bases sólidas que configuren la industria cinematográfica nacional como una de las más potentes en la región.



## **I.5. Objetivos**

### ***1.5.1. Objetivo general***

Analizar la Ley de Cine N° 814 de 2003 y las políticas culturales concordantes para el fomento del cine en Colombia en el período 2003-2016, para evaluar las particularidades de la gestión desplegada en el transcurso de los 13 primeros años de vigencia y delinear, a modo de propuesta, una perspectiva de gestión para el cine en Colombia que contemple la diversificación participativa dentro del sector audiovisual, la inclusión de todas las salas para promocionar las propuestas nacionales, orientada al logro del protagonismo necesario para gozar de un programa cultural prolongado y constante.

### ***1.5. 2. Objetivos específicos***

- Examinar las narrativas del cine colombiano y sus diferentes tendencias para contextualizar la política cultural cinematográfica en el marco de la Ley del Cine N.º 814 de 2003.
- Analizar las políticas del Fondo de Desarrollo Cinematográfico (FND) y de Proimágenes Colombia, en apoyo del cine colombiano para diagnosticar la situación de la industria fílmica nacional en relación con las políticas que buscan fomentar su desarrollo.
- Describir el modelo de gestión cultural en Colombia para evidenciar su rol —y eventualmente su déficit— en la promoción de la industria fílmica nacional.
- Identificar la percepción del cine entre sus actores y referentes principales en Colombia para detectar su nivel de análisis, crítica y aceptación.
- Delinear una propuesta de gestión cultural alternativa a las problemáticas en las que se ven involucrados los realizadores de la industria para desarrollar sus realizaciones audiovisuales.

**II. LAS NARRATIVAS DEL CINE COLOMBIANO Y SUS  
DIFERENTES TENDENCIAS EN EL MARCO DE LA LEY DE CINE  
COLOMBIANO N° 814 DE 2003**

## II.1. Características de la Ley de Cultura N° 397 de 1997 en Colombia

La Ley de Cultura N° 397 de 1997 se constituyó bajo la premisa de que la cultura y las artes como el cine serían entendidas como la máxima expresión del hombre, y que se debía entender que nuestras diferencias pasajeras no son tan fuertes como nuestras similitudes esenciales y que la cultura es el fundamento de nuestra nacionalidad. Así lo afirmó en aquel entonces presidente de Colombia, Ernesto Samper Pizano.

Respecto a ello el primer ministro de cultura de aquel entonces, Ramiro Osorio, se refería a la naciente industria fílmica, manifestando que:

(...) el cine volvería a tener interlocutor en el Estado, que se crearía la dirección de cinematografía para estimular la creación cinematográfica y su difusión, y en conjunto con otros ministerios trabajarían para darle al cine la dimensión empresarial y comercial que requiere (*El Tiempo*, 1997).

Este discurso demostraba de manera contundente que al cine se le otorgaba un lugar importante dentro del andamiaje de la construcción cultural en Colombia, y que a través del Estado se buscaban caminos para el desarrollo, fomento y producción del cine nacional como se evidenciaba en el artículo 40 de la Ley 397 de 1997.

El artículo 40 de la Ley de cultura 397 de 1997 especificaba que:

El Estado, a través del ministerio de Cultura, de Desarrollo Económico de Hacienda y Crédito Público, fomentará la conservación, preservación y divulgación, así como el desarrollo artístico e industrial de la cinematografía colombiana como generadora de una imaginación y una memoria colectiva propias y como medio de expresión de nuestra identidad nacional.

Entendemos con esto que el Estado ha tenido en su mira al cine como una industria, bajo la visión de que este otorga identidad nacional, que es una fuente promotora de memoria constituyendo una expresión artística con la que es posible dar cuenta de una identidad de país.

Esto concuerda con el artículo 1 de la Ley de Cine N° 814 de 2003:

Por su carácter asociado directo al patrimonio cultural de la nación y a la formación de identidad colectiva, la actividad cinematográfica es de interés social. Como tal es objeto de especial protección y contribuirá a su propio desarrollo industrial y artístico y a la protección cultural de la nación.

Observamos entonces que, de diferentes maneras, las dos leyes buscaron promocionar y divulgar de manera primordial la actividad cinematográfica como una herramienta transformadora del imaginario colectivo del país y por medio de esta fomentar el desarrollo de la industria cultural y su consumo a nivel local.

Esto lleva a catalogar uno de los enfoques de las políticas culturales, y es el denominado desarrollo cultural, que ha sido en los últimos años un soporte fundamental dentro de las consideraciones en torno a las políticas públicas de cultura, ya que fortalece la constitución del audiovisual como un instrumento eficaz en la estructuración de los procesos artístico-culturales en la sociedad.

El Artículo 2 de la Ley de Cultura N° 397 de 1997 consignaba que:

El concepto de industria cinematográfica designa los momentos y actividades de producción de bienes y servicios en esta órbita audiovisual, en especial los de producción, distribución o comercialización y exhibición. Por su parte, el concepto de cinematografía nacional comprende para efectos de esta ley el conjunto de acciones públicas y privadas que se interrelacionan para gestar el desarrollo artístico e industrial de la creación y producción audiovisual y de cine nacionales y arraigar esta producción en el querer nacional, a la vez apoyando su mayor realización, conservándolas, preservándolas y divulgándolas.

El direccionamiento que se le otorgaba realmente al audiovisual en Colombia estaba directamente relacionado con nuestra ley de cine 814 de 2003 (actualmente vigente), concepto en el cual la política cultural se enfoca en la producción, distribución, comercialización y exhibición del cine colombiano; es así como en la normativa se articulan todos los eslabones.

En este punto encontramos una ambigüedad en la ley de cine actual, que se basa en la anterior ley de cultura de 1997, y es, que si bien dentro de la esfera fílmica nacional se impulsa el desarrollo de piezas audiovisuales con medios de producción estatales ofrecidos por el Fondo de Desarrollo Cinematográfico (FDC), son pocas las que cuentan con un trabajo de comercialización y exhibición por parte del sector privado o del Estado como mecenas de estas producciones; parte de ellas, no alcanzan a ver la luz en las salas de cine. En otros términos, si bien la ley de cine se enmarca bajo estas pautas, en los hechos no se cuenta con un organismo que ejecute este último proceso de manera idónea, de modo que el cine pueda cumplir con otros de los objetivos establecidos en la ley que es el de ser retributivo y retroalimentable.

Con la creación de la ley de cultura en 1997 se dio origen a una entidad por parte del Estado que demostró, que existía un interés por el desarrollo de la producción cinematográfica local; la Dirección de Cinematografía. Dicha entidad estuvo enfocada concretamente en tratar las necesidades de la *soñada* industria fílmica nacional y su misión por parte del Ministerio sería la siguiente:

La dependencia encargada de asesorar al Ministerio en el diseño de políticas, programas y planes en materia de cinematografía nacional, y de diseñar los mecanismos para la activación, dinamización, armonización y equilibrio de las diferentes áreas de la cinematografía nacional, en particular en lo relacionado con la infraestructura técnica, formación humana, desarrollo de proyectos, realización de producciones y coproducciones colombianas, promoción del territorio colombiano como escenario de rodaje de películas extranjeras, exhibición, distribución y divulgación nacional e internacional del cine (Sistema Nacional de Información Cultural, citado en Acosta Lara, 2009, p. 24).

Con el inusitado interés por la cultura fílmica del país, se creó un fondo mixto de promoción cinematográfica, el que recibió el nombre de Proimágenes Colombia (2018) aclarar cuyo objetivo se definió de la siguiente manera:

“El Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica "Proimágenes Colombia" es una corporación civil sin ánimo de lucro creada bajo la ley 397 de 1997

(Ley General de Cultura). Proimágenes Colombia busca consolidar y solidificar el sector cinematográfico colombiano, convirtiéndose en un escenario privilegiado para la concertación de políticas públicas y sectoriales, y para la articulación de reglas de juego que concreten e impulsen la industria cinematográfica del país.<sup>1</sup>

A pesar de la creación de estas dos entidades y las normativas expuesta en las políticas culturales direccionadas al cine, la cinematografía colombiana aún cuenta con falencias, ya que los incentivos para el desarrollo de filmes no son del todo claros para los nuevos realizadores y no se cuenta con programas de divulgación y/o capacitación que lleguen de manera efectiva a los públicos emergentes, o a los nuevos realizadores.

Además de esta problemática, los inconvenientes frente a los temas de exhibición, distribución y divulgación del cine nacional siguen siendo tema de análisis.

A pesar del incremento en la realización de filmes nacionales a partir de la ejecución de esta ley en un promedio de cuatro largometrajes a partir del año siguiente a su sanción (1998) y hasta el 2002, el problema persiste en la actualidad.

Proimágenes Colombia que es la entidad encargada de este tema no ha ejecutado de la mejor manera dicha labor, trabajo vital para el sector audiovisual colombiano, en donde la creación y el interés por las nuevas audiencias y la formación de nuevos públicos en el país debe ser tema imperativo y enfático para la sostenibilidad y evolución de la industria nacional.

---

<sup>1</sup> En el marco de sus actividades de administración y manejo del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) y el Fondo Fílmico Colombia, Proimágenes Colombia tiene a su cargo funciones relacionadas con la ejecución de los recursos provenientes de dichos fondos, especialmente a nivel contractual y operacional. Estos procesos no están relacionados con la prestación de servicios a la ciudadanía, sino con llevar a cabo procesos de contratación con los beneficiarios de estímulos del FDC y con los productores cuyos proyectos son aceptados para recibir la contraprestación del FFC, atender inquietudes, requerimientos y gestionar todas las revisiones propias de la gestión contractual. (Ver Proimágenes Colombia 2008. *10 años del cine colombiano en movimiento, 10 años de PROIMAGENES en Movimiento*. Boletín Especial. Bogotá. Proimágenes Colombia. Cfr:

[https://www.proimagenescolombia.com//secciones/pantalla\\_colombia/plantilla\\_libre\\_v1.php?id=7](https://www.proimagenescolombia.com//secciones/pantalla_colombia/plantilla_libre_v1.php?id=7)

## **II.2. Ley de Cine N° 814 de 2003 y sus dinámicas**

La política cinematográfica en Colombia es instaurada desde la concepción y el reconocimiento sobre el cual “el cine constituye una expresión cultural generadora de identidad social” (Decreto 358, 2000), hecho que se hace evidente en análisis académicos como el de Simón Puerta Domínguez donde menciona que el cine ha sido uno de los medios representacionales a través de los cuales se ha enriquecido la indagación colectiva por la identidad nacional (2015). Estos reconocimientos son directos frente a las reflexiones que nos permiten entender el cine, su desarrollo y concepción ya que en ellos se identifican los hechos, situaciones, personajes y conflictos que nos han permitido constituirnos como comunidad.

Por tal motivo el cine colombiano enfrenta en estos momentos una serie de desafíos coyunturales donde busca ser más competitivo frente a las demandas del público actual. Esta situación no es tan solo una problemática local, es una situación que se presenta a nivel global en la industria cinematográfica, esto debido a las nuevas plataformas audiovisuales y su constante producción de nuevos contenidos.

En los últimos años gracias a las nuevas políticas y la ejecución de estrategias para activar la producción nacional, el cine colombiano ha tomado más visibilidad en el mercado nacional como en la cartelera internacional, situación que despierta aún más el interés por generar espacios donde se formulen investigaciones acerca de las políticas públicas y en especial temas que aborden directamente las directrices sobre la Ley de cine sancionada en 2003, ya que esta normativa fue concebida y aprobada a partir del esfuerzo mancomunado de los sectores público y privado de la escena cinematográfica, esfuerzo que ha apostado al reto actual que presenta la industria nacional, tal; el aumento de la calidad de las películas colombianas (Ministerio de Cultura, República de Colombia, 2010, p. 549).

Es importante destacar que a partir de la Ley de Cultura n°397 de 1997, junto con la Ley de Cine N° 814 de 2003, se han unificado esfuerzos para incentivar la producción de cine independiente en el país y el desarrollo conjunto de la

cultura y las artes como industrias culturales y creativas que pueden generar réditos y empleos sustanciales dentro de la industria en el país (Ministerio de Cultura, 2019).

A partir de la Ley de Cine de 2003 el incremento y desarrollo en el país de la producción cinematográfica ha sido un eje fundamental en su política cultural. En el periodo posterior a su puesta en marcha, las películas colombianas han logrado una presencia cada vez más significativa en los festivales internacionales que seleccionan las películas participantes con criterios de calidad, creatividad narrativa e innovación. Estos resultados se han logrado gracias a estrategias de internacionalización del cine colombiano del programa Ibermedia.<sup>2</sup>

Teniendo en cuenta este panorama se abrieron discusiones que germinaron en políticas contundentes cambiando la perspectiva de la industria nacional, y por más de una década el cine fue objeto de nuevas propuestas políticas a largo plazo. Es allí donde la Ley de Cine ubica a esta industria como una expresión de nuestra identidad nacional y percibe a la producción cinematográfica como una oportunidad para evidenciar la pluriculturalidad de la que hacemos parte, dicho aspecto se encuentra incluido en la Constitución Política de 1991, donde se afirma que Colombia es una República de diversidad étnica y cultural y se da especial protección a la cultura como derecho fundamental y factor de desarrollo (Constitución Política de Colombia, [C.P], 1991, art. 70-71).

El arte cinematográfico es considerado el primer arte de masas, es así como este se convierte en un espacio de cohesión y construcción de memoria colectiva, un vehículo para la expresión y manifestación de las particularidades de una comunidad. La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en su conferencia mundial sobre políticas

---

<sup>2</sup> Ibermedia es un programa de estímulo a la coproducción de películas de ficción y documentales realizadas en nuestra comunidad integrada por veintitrés países: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, Italia, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela (Ver Programa Ibermedia, 2022, *El programa Ibermedia es toda la emoción del cine iberoamericano generada por el esfuerzo de creadores y artistas en más de 2.000 películas, a lo largo de 20 años*. Programa Ibermedia, El Espacio Audiovisual Iberoamericano. <https://www.programaibermedia.com/el-programa/> )



culturales realizada en México D.F. en 1982, define las industrias culturales de la siguiente manera:

Existe una industria cultural cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando estrategias de carácter económico (UNESCO, 1982, p. 21). Esta definición se mantuvo desde su concepción, y la comunidad internacional siguió construyendo el concepto de industrias culturales con sus distintas variables hasta que, en 2001, la misma UNESCO mediante sus artículos 9, 10 y 11 hizo parte fundamental a las industrias culturales en su *Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural* (UNESCO, 2001).

Es importante destacar que esta Declaración se aplica de manera directa a Colombia, ya que, siendo un país pluricultural con una diversidad de manifestaciones y expresiones, los derechos culturales son parte fundamental de los Derechos Humanos, universales e indisociables, que hacen parte de nuestro ordenamiento constitucional (Ministerio de Cultura República de Colombia, 2010, p. 496).

Establecer relaciones de asociación entre el sector privado, el sector público y la comunidad civil. Las fuerzas del mercado no pueden, por sí solas, garantizar la preservación y promoción de la diversidad cultural, condición de un desarrollo humano sostenible. Desde este punto de vista, conviene fortalecer la función primordial de las políticas públicas en colaboración con el sector privado y la sociedad civil (UNESCO, 2001).

Es así como para el cumplimiento de esta reglamentación, en el artículo 9 se establece que el Estado puede utilizar los medios que considere para crear apoyos, estímulos, concursos o garantías para la ejecución de estos reglamentos enmarcándolos de la siguiente manera:

Las políticas culturales, en tanto que garantizan la libre circulación de las ideas y las obras, deben crear condiciones propicias para la producción y difusión de los bienes y servicios culturales diversificados, gracias a

industrias culturales que dispongan de medios para desarrollarse en los planos local y mundial. Cada estado debe, respetando sus obligaciones internacionales, definir su política cultural y aplicarla, utilizando para ello los medios de acción que juzguen más adecuados, ya se trate de apoyos concretos o de marcos reglamentarios apropiados (UNESCO, 2001).

En los anteriores términos se evidencia que las leyes creadas favorecen a las empresas que se encuentran en el ámbito hegemónico. Es allí donde el cine debe concebirse desde otra perspectiva, no tan solo como un producto industrial, si no debe otorgársele un valor cultural y su estimación como elemento de creación de identidad.

Es así como el cine, desde la concepción de reproductibilidad técnica de la obra artística, modifica la relación de las masas para con el arte (Benjamín, 1936/1989), proponiendo una expresión artística diversa dentro de un marco de actividad industrial, conjugándola así entre dos dimensiones: el desarrollo industrial y la creación de visiones claras que permitan el pensamiento crítico, la educación, el desarrollo social, económico y cultural de un país. Logrando que el acto creativo de narrativas palpables en las cuales se vean reflejadas las cotidianidades de las diferentes comunidades y sus manifestaciones, ofrezcan la posibilidad de reevaluar, enriquecer y potencializar la industria desde la visión de la realidad social.

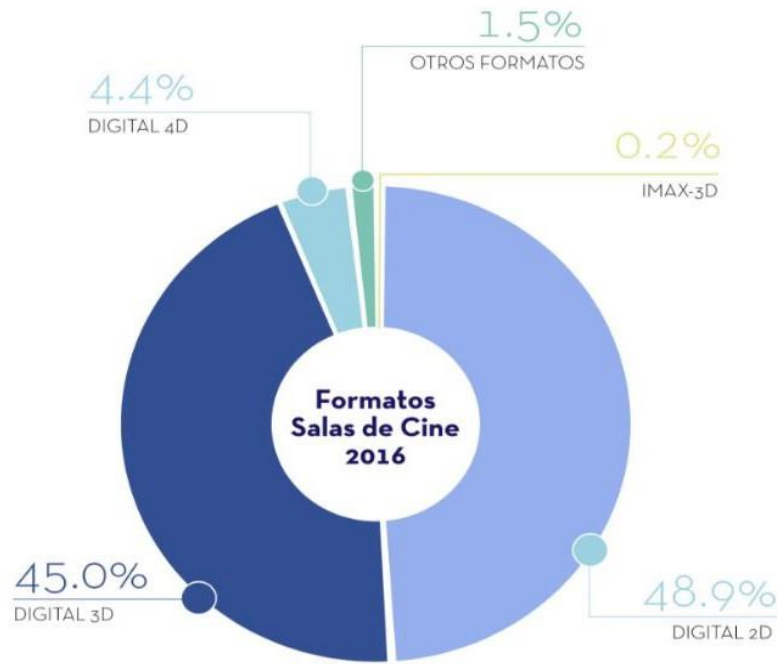
El cine ha sido siempre fundamentalmente dispuesto a la reproducción (Benjamín, 1936), sentido por el cual se formulan políticas dedicadas enteramente al cine y el audiovisual. Se entiende que el Estado ha considerado múltiples aspectos, algunos de ellos inherentes al hecho mismo de la concepción de la obra, su realización y su reproducción enfocándose así en el fortalecimiento de la cadena de preproducción, producción y postproducción, llegado hasta el último eslabón del proceso que es uno de los más importantes ya que es allí donde las obras sucumben en la etapa de exhibición, promoción y difusión de los productos audiovisuales. También se deben contar con otros puntos considerados transversales en la cadena de ejecución de la industria como lo son la investigación y la preservación.

Todo este andamiaje es determinante a la hora de plantear una política integral y sostenible que permita al cine ocupar el espacio que le pertenece en las pantallas nacionales y ante su público que es a quien está dirigido.

### **II.3. El cine y sus transformaciones tecnológicas**

Durante las últimas décadas el cine colombiano se ha enfrentado a una serie de desafíos con grandes transformaciones que han implicado cambios estructurales, desde su concepción narrativa hasta en el andamiaje tecnológico. Con estas configuraciones el cine ha involucrado nuevas tecnologías en los procesos de producción, buscando crear estrategias que dinamicen el consumo fílmico en el país, convirtiéndolo en una industria sostenible y atractiva al momento de convocar nuevos públicos. Esto ha implicado una cuantiosa inversión dentro de la estructura cinematográfica, por ejemplo, la gradual sustitución del material cinematográfico (película), por el material digital. Estos cambios han permitido mejoras en la calidad de los filmes y la reducción de inversión al momento de la restauración del material original; estas inversiones no son perceptibles al público, pero hacen parte de las estrategias implementadas por el Fondo de Desarrollo Cinematográfico (FDC) y la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano.

Entre las estrategias que se han creado para aumentar el número de espectadores, puede mencionarse el establecimiento de grandes formatos como el IMAX, proyección que busca aumentar el impacto visual del filme (Navarro, Patiño y Ospina *et al.*, 2010, p. 500), como también las combinaciones que se hacen de este formato con el 3D y las nuevas ejecuciones tecnológicas que innovan en varias ciudades del país con el formato 4XD. Aunque la inserción de estos nuevos formatos hace la experiencia cinematográfica más interesante y llamativa, su crecimiento en el país ha sido limitado (ver figura 1), no solo por el costo de la implementación de los elementos tecnológicos con las que estas operan y la inversión económica que solicitan, sino también por los altos costos



**Figura 1. Formato de salas de cine en Colombia 2016** (fuente: *Anuario estadístico del cine colombiano- Dirección de cinematografía Ministerio de Cultura 2016* pág. 5)

en la boletería que manejan; hechos estos que ralentizan la implementación de estas nuevas tecnologías en el cine, donde el formato 2D sigue manteniendo su hegemonía.

La llamada era digital en el cine ha implicado un cambio en la estructura, así como en la economía de la producción de películas, esto ha llevado a que la oferta en la producción de filmes haya aumentado gracias a la reducción de costos, fenómeno que se presenta a nivel mundial y al que Colombia no es ajeno. El incremento en la producción de largometrajes de ficción destinados a salas comerciales ha tenido un notable aumento, al igual que en los documentales, cortometrajes, cine arte, experimental y propuestas cinematográficas de todos los géneros; algunos encuentran salidas a través de los canales de televisión institucionales y regionales y otros tantos recurren a festivales que se han multiplicado en el país en los últimos años. Asimismo, otros se han enfocado en espacios alternativos direccionados a audiencias juveniles o del ámbito universitario. Solo unos pocos son exhibidos en las salas de cine comerciales

(Ávila Gómez y Montaña Bello, 2015, p. 43).

Esto nos deja entrever que si bien se desarrollaron estrategias para la dinamización del cine en las pantallas nacionales y con las nuevas tecnologías se abren infinitas posibilidades para el desarrollo de propuestas en diversos espectros de la narración audiovisual, preexisten falencias en la industria tales: déficit en la exhibición y promoción de propuestas independientes (que surgen constantemente de los nuevos realizadores); falta de recuperación y activación de salas alternativas para la exhibición, promoción y divulgación, enfocadas en el cine nacional; escasez de centros culturales que permitan cubrir de una forma más amplia la cuota de pantalla, ofreciendo la oportunidad de una experiencia estética y visual variada y que permita, con esto, seguir sosteniendo el rito social de ir a una sala de cine y tener la experiencia de apreciar la diversidad cinematográfica existente en la pantalla grande.

#### **II. 4. Herramientas de la Ley de Cine n°814 de 2003**

[...] el estado [...] fomentará la conservación, preservación y divulgación, así como el desarrollo artístico e industrial de la cinematografía colombiana como generadora de una imaginación y una memoria colectivas propias (Art. 40 Ley de Cultura 397 de 1997).

Promulgada la Ley de Cine y puesta en ejecución, se entiende que no solo con las proyecciones se pueden poner en marcha los objetivos trazados. Es necesario configurar un cuerpo que contenga los diversos ámbitos y escenarios que una industria tan potente como esta requiere. Es por ello que, a partir de la sanción de la Ley, se creó una serie de subdirecciones, para que desde ellas se pusieran en ejecución los planes propuestos para alcanzar dichas metas, entre ellos —y uno de los que enarbola el espíritu de la Ley de cine— el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC).

Dicha contribución social no ingresaría directamente al presupuesto nacional,

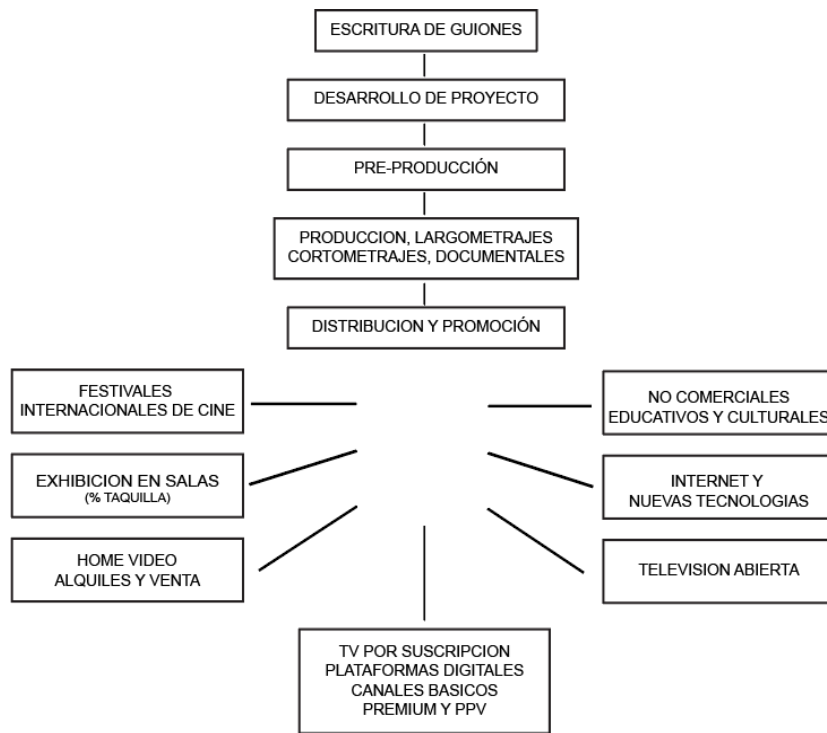
sino que se manejaría directamente desde una cuenta del FDC y bajo la supervisión y dirección de otra institución que trabajó mancomunadamente con el FDC: el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura Cinematográfica (CNACC). Dicho consejo fue creado a partir del año 2001 y reglamentado para incorporarlo bajo el decreto N° 2291 de 2003 para aunar esfuerzos en los objetivos considerados por la Ley de Cine N° 814.

Con la supervisión de dicho Consejo y bajo la tutela de la Ley se determinó que los recursos se dirigieran a la concesión de estímulos y subsidios, considerando que al menos el 70% de estos debían dirigirse a la cadena de creación, producción, postproducción, coproducción y en general a todas las etapas que confieren el desarrollo de material cinematográfico colombiano. Este financiamiento que otorgaba el Fondo se lograba a través de convocatorias anuales por las cuales se buscaba apoyar todas las etapas de los proyectos propuestos.

Estas convocatorias también comprendían otras etapas vitales para la industria como la formación de nuevos realizadores, la formación de nuevos públicos, conformación de nuevos espacios de discusión sobre cinematografía y demás módulos que comprenden la cadena de producción cinematográfica. Dichas etapas subsidiadas por el Fondo están representadas en la figura 2 (Navarro, Patiño y Ospina, 2010, p. 499).

Por otra parte, se estableció una Cuota para el Desarrollo Cinematográfico (CDC) que pagaban todos los exhibidores y distribuidores de películas extranjeras en el país. Su propósito, era recaudar dinero para reinvertirlo en la industria cinematográfica de la siguiente manera: se impuso a los exhibidores una cuota parafiscal del 8.5% de los ingresos, destinada a integrar el que va dirigido al FDC; a los distribuidores una cuota de 7.5% de ingresos por distribución de filmes extranjeros; y los distribuidores de películas colombianas debían descontar un 5% de sus ingresos por los porcentajes registrados en la taquilla.

Posteriormente como medida orientada a cubrir la cuota de pantalla nacional se estableció un porcentaje de reducción de un 6.25% de la cuota para los exhibidores, que proyectaran cortometrajes colombianos antes de las



**Figura 2. Cadena de producción cinematográfica** (Fuente: *Ministerio de Cultura de Colombia*, 2010, p. 32)

proyecciones de los largometrajes en sus salas de cine.

Con esta medida se permitió que tanto nuevos realizadores como los ya reconocidos llegaran a ver en las pantallas nacionales expuestas sus propuestas fílmicas.

Las estrategias y fórmulas para obtener estos estímulos eran determinados en los dos últimos meses del año, con el fin de acordar la recaudación esperada para el año siguiente.

Esta labor la desarrollaba el (CNACC), dependencia que seleccionaba a los próximos beneficiarios de los estímulos mediante concursos públicos y convocatorias nacionales, tarea que se ejecutaba con la contribución de expertos nacionales y extranjeros, quienes procedían a evaluar proyectos para, de esta

manera, destinar los recursos para el desarrollo de las nuevas propuestas cinematográficas nacionales. El ente encargado de realizar la administración de estos recursos era Proimágenes Colombia asociación público-privada, que funcionaba bajo la supervisión del (CNACC).

Una de las ventajas que estableció la nueva Ley de Cine, fue brindarles a los exhibidores que voluntariamente presentaran cortometrajes colombianos bajo los parámetros establecidos de duración, calidad, contenido y renovación, la posibilidad de disminuir sustancialmente el porcentaje de aporte de CDC establecida a su cargo -del 8,5% al 2,25% en cada mes de recaudo- (Ministerio de Cultura República de Colombia, 2019).

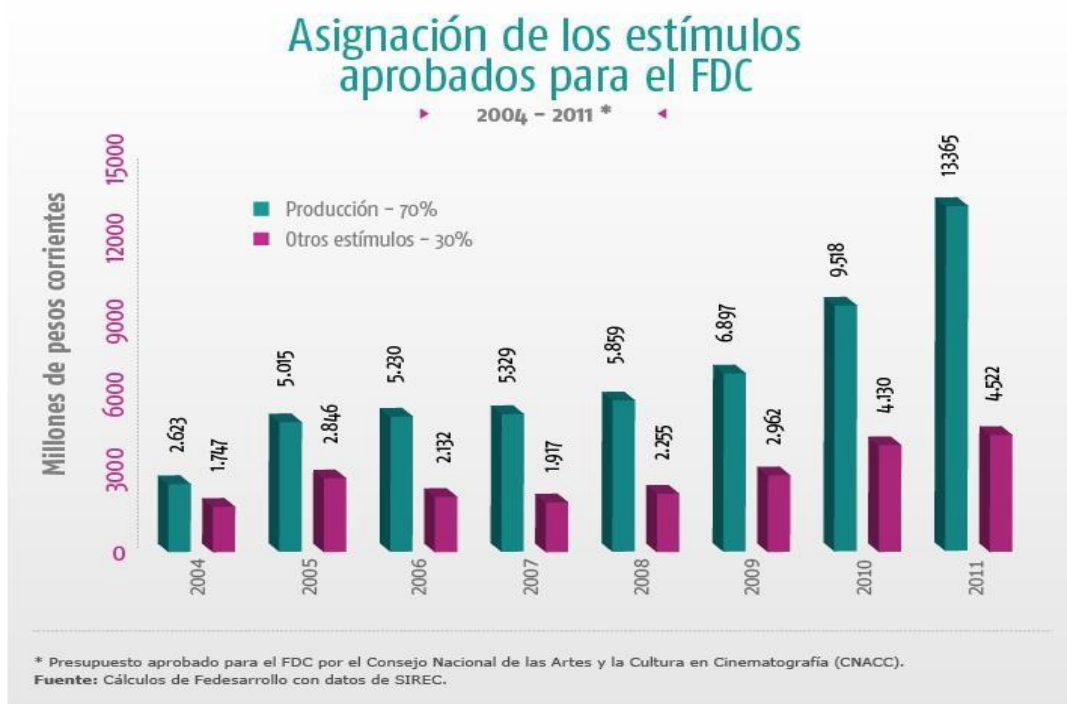
Esta estrategia permitió que la industria cinematográfica se dinamizara de forma progresiva en los últimos años del periodo en estudio, logrando cifras y proyecciones que en otrora solo hubiesen sido soñadas.

En las siguientes gráficas observaremos el desarrollo del cine colombiano a partir de la puesta en marcha de la Ley de Cine. La asignación de recursos para los estímulos (ver figura 3) generaron resultados notorios en el comportamiento de los asistentes a las salas. Con esto se construyó una apreciación sobre el cine nacional y su resignificación en el entorno nacional. Es así como “el arte consiste en espacios y relaciones para reconfigurar material y simbólicamente el territorio común” (Rancièrè, 2005, p.13).

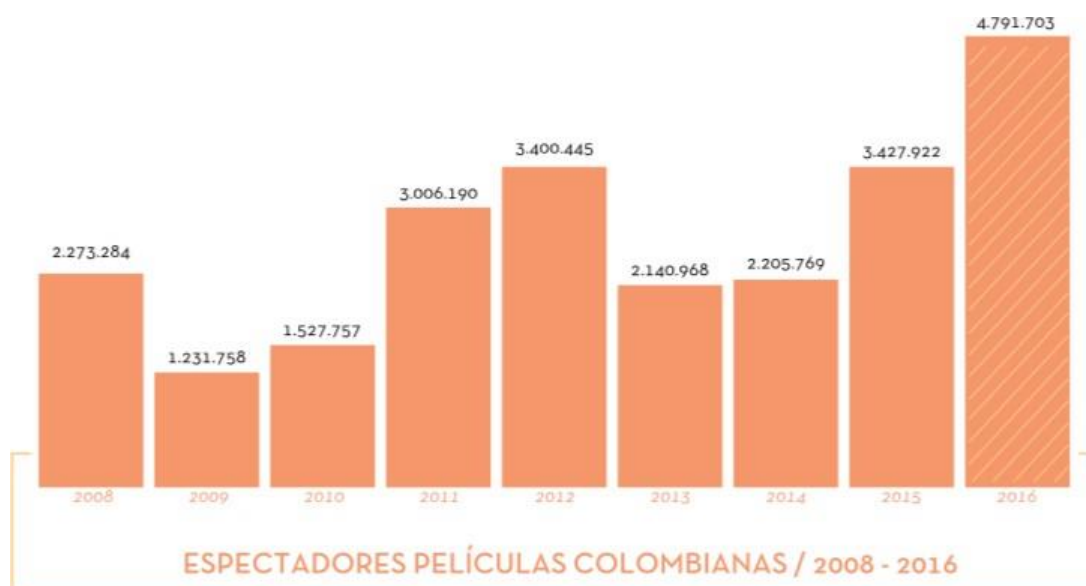
En esta gráfica se observa la asignación de estímulos para la producción de cine nacional, así como para otros recursos de la cadena de creación cinematográfica a partir de la ejecución de la Ley de Cine desde el año 2003 (Fedesarrollo, 2009).

Entre agosto del 2003 y diciembre del 2016 el (FDC) recaudó \$175.012 millones de pesos en asistencias a salas nacionales (equivalentes a (USD \$ 62.833.812,2), y en el periodo comprendido entre 2008 y 2016, ingresaron más de 24 millones de personas a las salas de cine. Durante este último periodo han existido fluctuaciones en los niveles de asistencia de público a salas nacionales en las que se proyectaban cine colombiano presentando picos de crecimiento y puntos de decrecimiento (ver figura 4).





**Figura 3. Asignación de los estímulos aprobados para el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico** (Fuente: Fedesarrollo, 2009. Impacto económico del sector cinematográfico colombiano. Fedesarrollo. Disponible en: [https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/216/Repor\\_Abril\\_2009\\_Reina\\_Zuluaga\\_y\\_Salamanca.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/216/Repor_Abril_2009_Reina_Zuluaga_y_Salamanca.pdf?sequence=3&isAllowed=y))



**Figura 4. Espectadores de películas colombianas, 2008-2016** (Fuente: Ministerio de Cultura Anuario estadístico de cinematografía Proimágenes 2016)

Estas estadísticas muestran un panorama del circuito fílmico y cinematográfico en el país, conformando un escenario que favoreció notoriamente a los realizadores y cineastas, permitiéndoles visibilizar sus propuestas cinematográficas. Aun por encima de sus detractores, gracias a la Ley de Cine la calidad y la cantidad de películas realizadas en el país se incrementó notoriamente, aunque el público y el sector empresarial, contrario a lo que se esperaba, dieron su respuesta de manera parsimoniosa (Rivera-Betancur, 2014).

Esto nos presenta un marco interesante para analizar. La Ley de Cine buscaba afanosamente acompañar e impulsar la realización de los trabajos cinematográficos, pero sin considerar su valor y aceptación en el mercado, aspectos que pueden ocasionar traumatismos en las etapas de distribución y exhibición de las nuevas propuestas. Considerando los datos del período, las cifras son convincentes: el incremento de espectadores a las salas colombianas fue mayor y la cantidad de producciones exitosas creció constantemente.

Simón Puerta Domínguez (2015) ha presentado una perspectiva interesante dentro de este análisis: evoca la época de FOCINE y el dilema que se presentaba en aquel entonces proponiendo su similitud con lo que sucedió en el período en estudio: el fomento estatal si es consciente de las dinámicas que permiten a una película ser visibilizada, y busca una coherencia con esas dinámicas para que cada obra tenga la posibilidad de ser vendida, igualmente las condiciona a la industria cultural y las hace depender de intereses privados (Puerta Domínguez, p 173).

Después de 16 años de puesta en marcha de la Ley de Cine, y de las experiencias ya recogidas a lo largo de 38 años desde la apertura de FOCINE algunos autores determinan el cine colombiano como un cine adolescente (Rivera-Betancur, 2014), un cine que aún no se define claramente. Gracias a los estímulos del (FDC), un filme colombiano puede realizarse en total libertad de creación artística, proponiendo narrativas, personajes y estereotipos novedosos o cotidianos, sin la preocupación por la financiación, pero sí por su consumo. En este caso, es posible preguntarse cómo puede un filme competir en el mercado frente a otras propuestas que tomaron en cuenta estas consideraciones; sus

posibilidades de exhibición pueden ser disminuidas considerablemente.

Un caso interesante en la producción cinematográfica colombiana se presentó en el año 2012. Los estímulos asignados para la realización de producciones cinematográficas se incrementaron notablemente, aumento que se vio reflejado, en los niveles de asistentes a las salas para ver cine colombiano, y hecho que quedó registrado como *récord* en la cinematografía nacional; fue uno de los años más exitosos para el cine en Colombia.

Antes del estreno de *El paseo 2* película del director y libretista Dago García (2012) las cifras para el cine colombiano no eran muy esperanzadoras; este filme fue uno de los más taquilleros en la historia del cine nacional, llevando a las salas a más de 1.200.000 espectadores. Cabe señalar que *The Avengers (Los Vengadores)*, la película más rentable en salas de este mismo año superó los dos millones de asistentes; no obstante, si se la compara con otras cintas nacionales exhibidas ese mismo año, como *La cara Oculta* de Andrés Baíz que alcanzó los 45:000 espectadores o *Apaporis* de Antonio Dorado Zúñiga que obtuvo 600.000, se advierte su alto nivel de recepción entre los films nacionales. Esto hizo que la industria colombiana tuviera un incremento de público del 7,25% este año posicionando el país porcentualmente por encima de otras industrias de la región (Rivera-Betancur, 2014).

El análisis de la actividad cinematográfica para el año 2012, en el cual se estrenaron 22 películas nacionales y de las cuales solo tres fueron relevantes para las cifras del cine nacional, evidencia una imperiosa necesidad de tener en cuenta las exigencias del público, la industria cultural y las opciones de exhibición, divulgación y promoción que otorga la Ley no pueden estar desconectadas de los espectadores. Pues estos factores se van a ver reflejados en la taquilla afectando directamente la sostenibilidad en la exhibición de las propuestas cinematográficas en las salas.

Debemos agregar a estas estadísticas que muchas cintas colombianas no llegaron ni siquiera a los 10.000 espectadores, y que esto afectó a los realizadores que esperaban una recaudación suficiente para seguir financiando sus próximas propuestas cinematográficas; anexo a este panorama, en los

casos en que los filmes no contaron con una campaña de promoción talentosa, los exhibidores no dejaron más de una semana una película en cartelera o lo que es peor, una escasa promoción de estas películas, repercutió en que nunca fueron conocidas por el público ni estrenadas en ciudades del país.

Esto muestra que, en algunos casos por la falta de la cuota de pantalla (que debió ser más efectiva para los trabajos nacionales y gestionada de una forma más idónea por Proimágenes Colombia) hubo obras que jamás llegaron a exhibirse y otras tantas no se proyectaron en el país, mutilando la visión y una de las directrices plasmadas en la Ley de Cine, esto es, que las obras nacionales deben poder gestar una visión de la heterogeneidad, diversidad y de la identidad nacional.

Si existe algo que se puede resaltar de la cinematografía nacional, fue su progresiva, aunque tímida ampliación hacia diversas temáticas y estéticas. Esto fue direccionando al público hacia una nueva percepción de su cine; y aunque la promoción de los títulos nacionales fue dispar, resultó posible ver en cartelera propuestas de autor que buscaron expandir la percepción de la cinematografía nacional o incursionar en temáticas vanguardistas del cine de autor, presentando situaciones dirigidas a modificar la mirada y las actitudes del público con respecto al entorno colectivo, mediante representaciones de situaciones apenas distinguibles de las de la vida cotidiana y representadas en un modo irónico y lúdico más que crítico o de denuncia. De esta manera, puede afirmarse que tendieron a crear o recrear lazos entre los individuos, a suscitar modos de confrontación y de participación nuevos (Rancié, 2005, p. 11), con historias no comerciales que atrajeron a un público amplio, sediento de nuevas experiencias ante las predecibles propuestas que productoras privadas y distribuidoras pretendían imponer en un público que conformaba un mercado en expansión.

## II. 5. Plataformas de exhibición

Es importante dentro de este recorrido por las legislaciones, destacar el entramado de esfuerzos por mantener la cinematográfica nacional en un óptimo nivel comercial y de producción. Los esfuerzos realizados por parte de las entidades estatales, por crear políticas públicas y de cultura que permitieran generar un universo de posibilidades alrededor de la creación cinematográfica nacional, estuvieron orientados a un positivo cambio en la relación que se tiene entre el cine y sus públicos. Esto último es de vital interés para la industria ya que sin públicos que aprecien los relatos producidos por el cine, el cine carecería de objeto.

El dinero que estas *majors* destinaban a sus producciones no solo se invertía en ellas, la parte a la que más se destinaba el capital era al proceso de exhibición, promoción y divulgación, no importando si son eran producciones de altísimos estándares de calidad, o modesto, siempre se contaba con una estrategia de exhibición direccionada a la publicidad los complejos cinematográficos del país o de la región, también a la publicidad en vallas promocionales, carteles, afiches, internet, redes sociales y no menos importante la televisión; esta situación contrastaba con las estrategias de las políticas culturales cinematográficas en Colombia ya que la publicidad y la promoción son elementos fundamentales que contribuyen al posicionamiento de las películas en los mercados. Éste fue un eslabón de la cadena que no dio buenos resultados en los intentos nacionales (Ministerio de Cultura República de Colombia, 2003, p.114). Su acaparamiento fue significativo, los canales privados distribuyeron esta propaganda en todos los horarios incluido el “*prime time*” (que en televisión tiene unos costos altos).

Toda esta estructura debidamente diseñada fue preparada para que estas producciones obtuvieran la captación económica esperada en todos los países, pero tuvo sus repercusiones en las industrias cinematográficas locales, que no contaban con este andamiaje tan preparado para publicitar sus propuestas, haciendo que la cinematográfica local pasara en ocasiones desapercibida por el público, veces los espectadores ni siquiera notaban que existían producciones nacionales en la cartelera.

A toda esta compleja situación se le sumó el consumo cultural por los medios digitales, situación que actuó en pro del producto cinematográfico local. Las plataformas de distribución de cine comercial se multiplicaron en los últimos años del período en estudio, la digitalización de los contenidos y su intercambio en los diversos dispositivos móviles jugó a favor de las industrias y sus realizadores ya que, a través de estos, las producciones cinematográficas tienen mayor visibilidad.

Otras instancias que se desarrollaron para potencializar el cine local y de la región fueron los festivales de cine, plataformas que potenciaron la promoción y exhibición de las distintas creaciones fílmicas de Latinoamérica y con ello, la visibilidad de una identidad y lenguaje propios dentro del esquema audiovisual.

Algunos casos particulares de exhibición de filmes en festivales que lograron destacarse no solo por su producción, sino también por la acogida del público y recaudación sucedieron durante el año 2014. *Cantinflas* logró estrenos casi simultáneos en varios países de la región; en Perú, más de 130.000 personas la vieron. *Relatos Salvajes* (2005) tuvo un recorrido más interesante: en Brasil alcanzó una asistencia de 180.000 espectadores, en Colombia de 100.746 y en el Perú de 47.000 espectadores (Hendrix, 1997, p. 70).

Estos índices de asistencia son interesantes de observar ya que, en los mercados de la región, el hecho de que una producción fílmica contara con la suficiente promoción y divulgación se traducía en resultados a nivel de taquilla; asimismo, si sus narrativas aludían a personajes emblemáticos o contaban con actores reconocidos, funciona como garantía para las proyecciones financieras y de recaudación de las producciones. Es importante destacar la gestión realizada para la promoción de la filmografía de la región en estas plataformas de los distintos Ministerios de Cultura y de Relaciones Exteriores, junto con la inversión económica y la producción publicitaria y de *marketing*, que todos estos procesos conllevan.

Los festivales son interesantes para la promoción, pero también importantes para el cine local y de la región; sin estas plataformas la distribución del cine a nivel región sería casi nula. Para Rivera Betancur (2014, p. 139) sorprendía que

no se hicieran más esfuerzos encaminados a la creación de mercados comunes cinematográficos en América Latina, que tenía, por entonces, un potencial de más de 500 millones de personas con un idioma común.

Esta afirmación de Rivera abre un poco más el espectro ya que no solo el idioma es un tema que se compartía, existían (y aún hoy existen) también códigos comunes que se manejaban a nivel regional y similitudes indiscutibles en las culturas y sus imaginarios que permitían tener una lectura de los filmes más afines ya que los valores, las problemáticas sociales, económicas y políticas eran muy similares, y estas terminaban otorgándonos una identidad común como región.

Otra de las estrategias establecidas para la promoción del cine a nivel regional y aprovechando la influencia de las nuevas tecnologías que ha reconfigurado las formas de consumo audiovisual en esta era son las plataformas digitales. Su aprovechamiento permitió que los países crearan un banco fílmico donde sus obras cinematográficas pudieran verse de forma gratuita y conservando los valores de identidad y memoria.

Tomando como base del estudio de Hendricks (2015) presentamos un panorama de las más importantes plataformas digitales de cine de la región, que son subsidiadas por el estado, los estados o que funcionan a partir de alianzas público-privadas.

**III. PERCEPCIÓN DEL CINE COLOMBIANO ENTRE SUS  
ACTORES Y REFERENTES PRINCIPALES: ANÁLISIS, CRÍTICA  
Y ACEPTACIÓN**



### III.1. Memoria, identidad y estética en el cine colombiano

*“La historia psicológica de una nación puede leerse en sus películas  
Siegfried Kracauer (1947)*

La historia colombiana a lo largo del tiempo ha sufrido incontables cambios, eventos y sucesos que han permitido a artistas nutrirse de estas situaciones. Así, se han conformado relatos documentales o ficcionales en torno a ella, entre ellos los cinematográficos. Es así como, a lo largo de estos 13 años desde la puesta en marcha de la Ley de Cine, hemos visto en pantalla *films* relacionados a toda clase de situaciones y sus saberes, que permiten resignificar las identidades y estéticas de los pueblos, como las historias vividas en la contemporaneidad y que hacen de Colombia un compendio de historias que nos ofrece retratarlas a cada instante.

La primera inclinación del cine fue captar y reproducir la realidad (Osorio, 2010, p. 10). Esas historias y relatos conjuntos que se desarrollaron desde una determinada visión de la realidad son los que permitieron recordar sucesos que, a partir de las imágenes en movimiento, evocaban aquellos escenarios y permitieron configurar una identidad que a través de los años ha permanecido desdibujada por las intervenciones de producciones foráneas y los *Blockbusters* norteamericanos. En la actualidad, a partir del interés del Estado en proyectar de manera más dinámica las producciones nacionales, estas memorias han comenzado a reconocerse con más fuerza, estableciendo una estética propia entre las narrativas expuestas por los nuevos directores nacionales

El público colombiano ha forjado el camino hacia una transformación pensando en su cine desde miradas un poco más críticas y entendiendo el panorama de representación y creatividad que debe abordar el cine nacional para nutrir sus relatos. Si bien el cine colombiano ha sido caracterizado reductivamente por su tendencia a la representación de la violencia, la prostitución, el narcotráfico y las drogas, esta observación no dista de la realidad del país. Colombia ha sido un país atravesado por estas situaciones. Y aunque han sido llevadas a la pantalla

grande como radiografía de nuestras realidades, tampoco se debe desconocer que no todos los relatos se centran en estas temáticas. Internamente, en dichas narraciones también se crean historias que apuntan hacia nuestros sentimientos y evocan al espíritu de la armonía y la esperanza que suele vivir en el ser humano.

Como destacamos anteriormente, de las producciones cinematográficas que se han realizado posteriormente a la promulgación de la Ley de Cine, solo un porcentaje ha abordado directamente estos tópicos. El que estas producciones sean las que queden plasmadas y sean las más recordadas y por ende las que el público juzgue como particularidad o tendencia del cine nacional, quizás es más responsabilidad de las compañías exhibidoras, las que históricamente han promovido este tipo de cine, estimulando su consumo y con ello inserción en la memoria de los connacionales.

En este panorama cinematográfico algunos realizadores y directores han comenzado a crear nuevas tendencias alejadas de estas narrativas de violencia, nutriendo así sus relatos de tramas emocionales y sentimentales enfocadas en el sentir humano, otorgando al cine nacional otras opciones.

En efecto, en los albores de las primeras películas realizadas en Colombia en el siglo XX, las narraciones se centraban en el sentir de los ciudadanos por medio de historias que daban cuenta de la vida de la época en medio de paisajes rurales, tramas sencillas y melancólicas y en ocasiones partiendo de la literatura denominada “costumbrista” (Rivera-Betancur, 2011). De este cine narrado desde las vivencias del colombiano de aquel entonces, quedaron pocos rastros ya que muchos filmes se perdieron o se deterioraron por la falta de cuidados. Entre estas producciones puede mencionarse *Garras de Oro* (1926),<sup>3</sup> producción de cine mudo dirigida por Alfonso Martínez Velasco mejor conocido como “PP Jambrina”. Este *film* perdido durante años fue recuperado y restaurado por el Fondo de Patrimonio Fílmico en asociación con el Departamento Fílmico del Museo de Arte de Bogotá. Esta película, como otras piezas desaparecidas o destruidas y

---

<sup>3</sup> El tema principal evidenciaba las circunstancias que rodearon la separación del territorio panameño de Colombia.

conocidas sólo por datos en periódicos de la época, dan cuenta de los incipientes esfuerzos que se desarrollaban en Colombia por comenzar a formar una cinematografía que representara y retratara los acontecimientos que sucedían en la sociedad de esta época.

En las décadas posteriores la cinematografía colombiana intentó tomar otros rumbos y mostrar el país apelando a su gran diversidad paisajística, mediante un tipo de cine sin argumento ni profundidad e ignorando las reglas de la narrativa que toda buena película debe tener: personajes, acciones y conflictos (Rivera-Betancur, 2011).

Años después, entrada la década de los 70 el cine colombiano tomó otros matices y comenzó a centrarse en las historias de los anhelos y las aspiraciones de las clases populares; historias que retrataban las vivencias cotidianas del ciudadano de a pie, llevando sus temáticas y personajes. En paralelo a estos relatos que comenzaron a difundirse en Colombia por el mismo tratamiento que daban a sus temáticas, se emprendió también un cine más profundo y con algo de sentido social, buscando evidenciar las problemáticas que se desarrollaban en el acontecer nacional, el conflicto armado, el desplazamiento o la violencia (temáticas recurrentes en la filmografía de la época).

Es así como a lo largo de la construcción del cine en Colombia y desde que los hermanos Lumière retrataron la llegada de la locomotora o la salida de los obreros de la fábrica, el cine es una representación de los sucesos que se viven dentro de las comunidades, que se nutre de las vivencias y experiencias anecdóticas de quienes con sus relatos forman universos complejos para representar los hechos que atraviesan las sociedades. Es así como evoluciona el cine en sus narrativas, pues con ellas dispone de nuevas formas de entablar un conflicto o un deseo y nos lleva por un entramado de situaciones que nos exponen desde diversas perspectivas las situaciones por las cuales se determina el carácter de una sociedad; convirtiendo al cine en un instrumento de denuncia, y alejándolo del sentido comercial.

Pasada la época de los años 80 y entrando a los 90 el cine colombiano irrumpe en un discurso interesante dentro de sus narrativas. El abordaje temático del

narcotráfico y los *capos* de la droga. Y es que este discurso implementado en varias propuestas cinematográficas, está fundamentado por personajes que fueron protagonistas de eventos en el país, y que sirvieron para nutrir el imaginario de grandes relatos ficcionarios.

De esta manera dichos personajes empiezan a tener relevancia dentro de las estructuras narrativas de la cinematográfica nacional, los directores observan como las situaciones que rodean a los *capos* de la droga y sus universos golpean de manera inclemente la sociedad colombiana, transformándola, y encuentran la forma de relatar estos sucesos, desde su perspectiva. Películas como *Rodrigo D No Futuro*, de Víctor Gaviria (1988); *Nieve Tropical*, de Ciro Duran (1993); *La Vendedora de Rosas*, de Víctor Gaviria (1998); *La toma de la Embajada*, de Ciro Duran (2000); *La Virgen de los Sicarios*, de Barbet Schroeder (2000); *Los archivos privados de Pablo Escobar*, de Marc de Beaufort (2003) y *María Ilena eres de Gracia*, de Joshua Martons (2003) son algunas producciones que en este tránsito fílmico retrataron los eventos que se vivían en la Colombia de aquel entonces.

A partir de la Ley de Cine, estas temáticas siguen siendo tomadas desde diferentes ángulos, estas producciones han sido recordadas en el público colombiano por su excelente producción fílmica y por el despliegue que se le ha dado a nivel local, por el andamiaje de producción y divulgación que se les ha otorgado a estas piezas cinematográficas. Es posible que algunos sectores del público tengan esta imagen: que el cine nacional solo toma estos abordajes en consideración para elaborar sus narrativas.

Al observar el incremento en las producciones cinematográficas desde la entrada en vigencia de la Ley de Cine (ascienden a 233 *films* hasta el periodo analizado del 2016) podemos advertir que tan solo el 13% tiene como tema narrativo el conflicto armado, la prostitución y el narcotráfico, también se debe considerar que algunas de las propuestas cinematográficas que abordan estas temáticas son las más taquilleras en Colombia. Entonces, ¿Por qué, estas producciones se encuentran en los *tops* de taquilla nacional, si el público está cansado de ver estas historias?, ¿Será que este andamiaje publicitario y la promoción mediática que reciben estas producciones estimula al espectador y hace que el nivel de

convocatoria sea más grande que con otras producciones?, o, ¿El público solo busca satisfacer el morbo sobre estos personajes y el universo que los rodea?

Dentro de estas narrativas que se gestan en el audiovisual colombiano, no solo las temáticas sobre violencia, narcotráfico y drogas son las más recordadas. En los últimos años se ha retomado un género del cine que tuvo auge y exploración en la década de los años 70: la comedia. Esta temática resulta recurrente en la producción nacional desde que se ejecutó la Ley de Cine. Las producciones han contado con bastante aceptación por parte del público, apelando a lo que se podría definir como popular. El lenguaje es cotidiano y las situaciones presentadas allí, aunque distan bastante de la realidad, sirven como estímulo para que las personas que asistan a consumir este tipo de cine se sientan satisfechas con lo presentado en la pantalla.

Esta trivial satisfacción que se presenta en el público que consume estos contenidos, es manifestada por que las narrativas de estas cintas son “tele novelescas”, y apelando a los anhelos y sueños de las clases trabajadoras, casi bordeando lo ridículo en sus planteamientos, pero que en realidad se apartan de la realidad social, relatos como *Lecciones para un Beso*, de Bustamante (2011), o *El Colombian Dream* de Felipe Aljure (2006), se convierten en historias más cercanas y que pueden llegar a representar con su estructura narrativa las exploraciones y nuevas formas de simbolizar situaciones que se acercan a las vivencias y la identificación que pueden vivir los jóvenes actualmente.

Otro género que se ha venido explorando en los últimos años y que poco a poco han logrado consolidarse dentro del público nacional es el *Thriller*. De las películas exhibidas en el periodo, más del 35% tiene presente en su narración alguna de las marcas reconocidas de este género: crimen, investigación, pistas, suspenso, etc. (Rivera-Betancur, 2014).

Para algunos académicos la construcción de los relatos en la filmografía nacional está basada en anécdotas, y partiendo de ello se comienzan a nutrir y entretejer las historias con lugares y personajes que dan vida a un universo nuevo dentro de la creación ficcionaria. Pero si observamos detenidamente, así siempre ha sido el cine no solo a nivel local. El cine es una representación evanescente de

memorias populares representadas en la tradición oral y las canciones (Zuluaga, 2013, p 106) o en el relato escrito, evocando a leyendas o mitos locales, donde se desarrolla en toda narración una acción y este evento le ocurre a uno o varios personajes, y lo sucedido se representa en un escenario. Es con estos tres factores, que se desarrollan las historias, todas en general, la variación es como se desenvuelve la trama o se narra el relato dentro de estos universos establecidos, pero en cuestión de forma, ésta siempre debe cumplir esa estructura para crear una atmósfera propicia para enmarcar la historia.

Al proyectar los relatos cinematográficos locales, es pertinente reconocerlos como parte esencial de nuestra identidad cultural. Pensar en la cinematografía colombiana como industria, basándose en la Ley de Cine como cimiento de toda la estructura y el andamiaje audiovisual que se gesta en el país, no solo implica la producción fílmica a escala para posicionar el cine nacional a nivel mundial, también es pensar el relato audiovisual como un cuerpo viviente, la historia, los personajes, el argumento, el conflicto, la música, y el montaje son la fuente de éxito para una pieza audiovisual (Díaz y Hamman, 2011).

En la estructura audiovisual la historia y los personajes son el eje central para el desarrollo de la narrativa, en las historias nacionales, el tratamiento se da como se dijo anteriormente por anécdotas, o representaciones de hechos de la historia nacional, o de personajes que han sido relevantes en el devenir de los sucesos en Colombia.

Es así como para algunos autores los abordajes con temáticas de violencia en el cine nos encaminan a un cine de denuncia que estanca la cinematografía nacional en torno a estos relatos, y para otros solo se reduce a la verificación histórica de lo representado en los filmes sin abordar análisis de fondo (Rojas Osorio, 2010).

Desde estas posturas podemos analizar que, si bien la temática de violencia en la filmografía nacional se aborda desde diversos frentes, ésta no es el centro narrativo de la mayoría de las producciones, como se aclaró anteriormente.

Adicionalmente, se debe entender, que el recurso que más ha utilizado este

tópico narrativo ha sido la televisión. Como lo afirma Felipe Montoya, Coordinador de programación del *Bogo short*: “El abordaje en el cine colombiano sobre violencia o conflicto armado no es, y la mala imagen y el abuso que se ha tenido sobre este tema ha sido promovido por la televisión u otros formatos, más que por el cine”.<sup>4</sup>

Y es que, si es cierto que se han tocado estas temáticas en la filmográfica, no es secreto para nadie que han existido eventos y hechos que han sido relevantes a lo largo de la historia del país como para ignorarlos, escenarios como el sucedido en el Bogotazo; la violencia bipartidista, el desplazamiento forzado, el narcotráfico, y la guerra de mafias son temas que no son aislados. Se convierten en un referente contextual al momento de la creación audiovisual de los directores y artistas del país.

Y es que esta práctica narrativa en el cine nacional se ha convertido en una forma de mencionar los hechos y eventos históricos a través de miradas que ofrecen una visión. La memoria se convierte en un espacio de legitimación en la cual el cine como herramienta, se convierte en un instrumento de reconstrucción de la historia y la memoria colectiva del país.

Este fenómeno cinematográfico que busca la representación de la violencia, el conflicto y la marginalidad ha llevado a los directores y productores por caminos que buscan asegurar la aceptación del público y así lograr la recaudación para sus filmes, y el éxito comercial.

Otro de los discursos emblemáticos dentro de la filmografía colombiana que ha buscado referirse a la identidad nacional esta vez no enmarcándose en los sucesos históricos o contemporáneos del país, sino aludiendo a lo popular en sus relatos han sido las películas de comedia.

En esta parte de nuestro análisis encontraremos que, si bien el cine de ficción acude a los eventos históricos y a la representación de la realidad desde la visión del director, la comedia en la filmografía nacional acude a elementos populares

---

<sup>4</sup> Comunicación personal 28 de agosto 2018.

para entablar sus escenarios.

Como lo habíamos enunciado antes, el cine colombiano durante toda su historia ha recurrido al folclor, la música, la idiosincrasia, el patriotismo y el paisaje (Osorio, 2018, p. 115), como elementos representativos de la identidad nacional. Estos extractos unificadores que enaltecen el espíritu de lo que se supone es la colombianidad. Estos factores han marcado el derrotero en la filmografía nacional —en este género— creando controversias en sus personajes, representando a la némesis en el otro: el rico y el pobre, el campesino y el ciudadano, el viejo y el joven, el honesto y el delincuente. Es mostrar con humor las contradicciones que se representan en la pantalla.

Todos estos universos enfrentados dan como resultado situaciones cómicas, que develan parte de las costumbres en la sociedad colombiana y que despiertan risas entre los consumidores de estas historias, que sin más preámbulos generan una empatía con lo expuesto en pantalla.

Lo popular en el marco del cine no dista de la definición que nos ofrece la Real Académica de la Lengua Española (RAE) de su significado, y es que el universo de estos personajes se construye a base del discurso de lo cotidiano; ese lenguaje cercano que es fácilmente identificable entre el público, la jerga común, con términos que denotan el nivel socio cultural de los personajes, es el lenguaje que de manera recurrente se encuentra en las películas de comedia que se presentan en Colombia. Así ha sido el camino de los personajes de las comedias colombianas, personajes que rayan la ridiculez y que exaltan su poco conocimiento de la cultura, pero que se equiparan con su gran espíritu y otras características que le otorgan los guionistas, pero que no podrían estar más lejos de la realidad de la clase trabajadora de la cual todos hacemos parte.

En esta efervescencia por hacer cada día más cine nacional y en la cual se patrocinan filmes con distintas temáticas, la comedia se ha convertido en otra muy buena estrategia de recaudación, como se mencionó anteriormente. El humor inteligente que no sea concebido bajo la agresión física o el doble sentido está “mandado a recoger”. Ese humor es realmente el que vende dentro de la estructura comercial del cine local. Ha quedado evidenciado no solo en los



índices de taquilla de los últimos años, sino en producciones que hacen alarde del manejo de los códigos populares del lenguaje y el comportamiento de lo que se denominaría como “el colombiano de a pie”. Así, propuestas cinematográficas como las de Gustavo Nieto Roa<sup>5</sup> en el *Inmigrante Latino* de 1980, y *El Taxista Millonario* de 1979, son remanentes y precursores del cine de comedia de la actualidad, y que con tan buena fórmula han seguido directores y guionistas como Dago García y Harold Trompetero. Directores de producciones que trasladan el formato televisivo y lo llevan a la pantalla grande, generando grandes éxitos en taquilla.

Y es que dentro de estas producciones la línea de lo popular y el populismo como elementos de identidad nacional se desdibuja, ya que, si lo popular tiene que ver con todo aquello que consumen las clases populares, lo populista, se concibe como un tipo de discurso que puede valerse de la cultura popular, pero que está caracterizado por el tratamiento de los temas al apelar al chiste fácil, al melodrama, al sentimentalismo, a los estereotipos, a la caricatura, y a la parodia (Osorio, 2018, p. 118). Estas comedias de ligero consumo buscan evidenciar la cotidianidad en la cual se desenvuelven los personajes, los sueños y amores, que son parte esencial de la trama que se maneja, y que busca una convocatoria masiva en la cual el público encuentra elementos reconocibles. Han existido cánones para exaltar el sentir patrio y evocar a la identidad nacional. Ahora la fórmula agrega unos cuantos ingredientes más solo cambiar las temáticas y darle al espectador nuevas referencias con las cuales sentirse relacionado: el fútbol, el matrimonio, la entrada a un motel, los paseos familiares, y las borracheras (Ibíd), se convierten hoy en elementos vitales para desarrollar las tramas que crearan estas piezas fílmicas que son elaboradas para un público que considera al cine tan solo como una industria de entretenimiento.

Y es que, si todos estos elementos funcionan para elaborar una representación exagerada de los comportamientos de las clases populares, y logran su cometido dentro de la industria cinematográfica, queda la duda si realmente bajo estas interpretaciones de lo que podría llamarse “idiosincrasia colombiana” se está

---

<sup>5</sup> Director, Productor, Guionista, productor ejecutivo, director de cámara y director de arte, colombiano. Fuente Proimágenes Colombia.

representando realmente al colombiano. Dentro de los factores que se encuentran en las comedias nacionales, existe un carácter que prevalece en su diseño y es el sentimentalismo. Esta emoción es la que acompaña a todos los personajes en su camino y aventura de la historia, como rasgo distintivo, y al cual hacen referencia como elemento idiosincrático en este tipo de cine. Esto hace de este un cine *líquido*, haciendo referencia a que este tipo de narrativas son de fácil interpretación y no requieren de un análisis profundo de la trama para el consumo de las masas.

Pero, ¿por qué el cine de comedia en los últimos años ha tomado las carteleras colombianas y ha tenido tanta aceptación dentro del público? Aparte de que este no toca directamente los tópicos de la problemática interna del país, y si los llega a tomar como elementos narrativos, los sugiere desde una postura sarcástica y satírica, este cine cuenta con dos factores importantes para su consumo. En primer lugar, estas piezas cinematográficas por lo general no tienen actores naturales, actores espontáneos y sin previa preparación, como si los tienen filmes de autor y que circulan por festivales. En segundo lugar, estas películas convocan mayor público porque sus actores hacen parte del *star system* criollo. Por ejemplo, películas como *Muertos de susto* (2007), *Dios los junta y ellos se separan* (2006), *El paseo* (2010), *El paseo 2* (2012), *Mi gente linda mi gente Bella* (2012), *De Rolling por Colombia* (2013), *Todas para uno* (2014), *De Rolling 2: por el sueño Mundialista* (2014), de Harold Trompetero; *Infraganti* (2009) de Juan Camilo Pinzón, *El jefe* (2011); *El cartel de la papa*, de Jaime Escallón (2015), *Mamá tomate la sopa*, de Mario Rivero (2005), *El paseo 3* (2013), *Uno al año no hace daño 1 y 2* (2014; 2015), *El Coco* (2016); *El paseo 4*, de Juan camilo Pinzón (2016), *Nos vamos pal Mundial*, de Andrés Orjuela (2014); *Se nos armó la gorda 1 y 2* (2015) *Usted no sabe quién soy yo* de Fernando Ayllón (2016), *Guelcom tu Colombia* Ricardo Coral (2015); *Agente Negro Negro 7*, de Gabriel Casilimas (2016).

En todas estas propuestas se ven los actores famosos de las telenovelas que se emiten en los canales de televisión, y esto ya genera una familiaridad con el público que sin lugar a duda, quiere ver a sus actores y actrices interpretar nuevos personajes.

Esto atrae más publicidad y promoción a estas piezas fílmicas que contaron con un nivel de asistencia a salas entre 27.164 y 1.154.386 espectadores,<sup>6</sup> ya que estos intérpretes son íconos reconocidos y por lo tanto cuentan con un andamiaje previo de publicidad.

Al momento de formar realmente a un público que pueda apreciar otras interpretaciones y su cine, existen producciones audiovisuales que enfocan sus historias en formatos que parecen rozar más el lenguaje televisivo con todo lo que esto implica: los actores mantienen los mismos esquemas, los movimientos de cámaras y los encuadres se sustituyen por el ping-pong del plano contra plano, los estereotipos prevalecen sobre la construcción del personaje y la iluminación tiene más un uso funcional que expresivo (Osorio, 2017). Es así como este tipo de cine termina por despojar al espectador menos ilustrado de la interpretación en el lenguaje cinematográfico, creando en ellos una tendencia que los incline a ver solo el cine comercial y sesgando la oportunidad de apreciar un tipo de cine más crítico y profundo en el cual se pueda construir un público que sepa apreciar no solo el cine independiente y de autor, sino también este cine comercial.

Todas estas producciones financiadas por el FDC y comercializadas de manera tan masificada en la era de la Ley de Cine demuestran que la comedia hace parte importante de la construcción de identidad en la cultura colombiana. La representación de los códigos comunes, la cohesión alrededor de situaciones tan simples como los deportes, la familia y las fiestas donde los excesos terminan por crear situaciones controvertidas se, han convertido en la fórmula perfecta para convocar públicos que dan resultados en taquilla.

Ya no solo se apela únicamente a los antiguos códigos que reflejaban el patriotismo y sentir nacional. Ahora nuevos lenguajes e interpretaciones se manifiestan en el cine creando estas películas —que si bien no son del gusto de todos los espectadores— si realizan una gran convocatoria por las estrategias comerciales que se tejen alrededor de estas propuestas cinematográficas, y que

---

<sup>6</sup> Datos Ministerio de Cultura, Histórico de Películas, 1996-2016.

demuestran una vez más que la visibilidad y la promoción de un producto cinematográfico o cultural es la mejor vía para alcanzar los porcentajes económicos propuestos. Incluso, la convocatoria necesaria para una formación de públicos óptima, en un país con una industria cinematografía en formación.

Además de estos marcos de referencia en el cine colombiano que acuden a recursos de interpretaciones —tanto de los eventos históricos que han sido relevantes dentro de la historia del país, o de los códigos comunes y formas de socialización que se enmarcan dentro de las comedias del cine nacional— también se crean cinematografías alrededor de los deportes y la música como iconos de la identidad nacional; no es menor el tratamiento y la relevancia que se les ha otorgado a estos temas películas como: *Cartas al gordo* de Armando García (2006), *De Rolling por Colombia 1 y 2* y *Nos vamos pal mundial* son evidencia de esto,. al igual que películas que apelan a la música vallenata y el misticismo que se rea alrededor de su cultura como símbolo de identidad nacional, han sido relevantes dentro de la filmografía nacional en la construcción de este ideario, *El ángel del acordeón* de Camila Lizarazu (2008), *Los viajes del viento*, de Ciro Guerra (2009), *Vivo en el Limbo*, de Dago García (2015), son evidencia de este tratamiento.

A lo largo de estos 13 años de puesta en marcha la Ley de Cine N° 814 de 2003, se puede decir que el cine colombiano ha tenido una muy buena producción y que poco a poco la filmografía nacional dentro de sus procesos de aceptación de los connacionales se va afianzando. Producciones de comedia y producciones que han tocado los tópicos de situaciones relevantes en el país van explorando las necesidades de un público que aún sigue renuente a las producciones nacionales, pero que poco a poco con las articulaciones y trabajos que se llevan a cabo desde las entidades nacionales y el gobierno, con sus estrategias, se va proyectando un mejor panorama para la cinematografía del país.

Aunque no hay que olvidar que existe este otro cine que es relevante dentro de la construcción histórica y de memoria en la filmografía nacional: un cine de denuncia; es ese cine que al parecer —como se dijo anteriormente— no se quiere promover a gran escala, esa *cinematografía de guerrilla* que es elaborada

con recursos propios y que no es muy bien recibida por los exhibidores y por la crítica nacional, y a la que ésta última, no le da mayor apoyo y pretende invisibilizarla ya que aborda realidades que se enmarcan en un sentido crítico-social.

Esta cinematografía, con una cartografía que mapea las problemáticas sociales generalmente cuenta con muy poca promoción de parte del Estado y pocas oportunidades en las salas para lograr su exhibición. Por ejemplo, piezas como la *Sierra*, de Margarita Escallón (2004), *Los Huéspedes de la guerra* de Priscilla Padilla (2006), *PVC-1*, de Spiros Stathoulopoulos (2007), *Bagatela*, de Jorge Caballero (2008), *Tumaco Pacífico*, de Samuel Córdoba (2008), *Testigos de un etnocidio: memorias de Resistencia*, de Martha Rodríguez (2009), *Silencio en el Paraíso*, de Colbert García (2011), *Todos tus Muertos*, de Carlos Moreno (2011), *Illegal.co*, de Alessandro Angulo (2012), *Réquiem NN*, de Juan Echavarría (2013), *El pescador*, de Sebastián Cordero (2013), *Desterrada*, de Diego Guerra (2014), *Gente de Papel*, de Andrés Vásquez (2014), *El jardín de las Amapolas*, de Juan Carlos Melo (2014), *Tierra en la Lengua*, de Rubén Mendoza (2014), *Violencia*, de Jorge Forero (2015), *Paciente*, de Jorge Caballero (2016).

Toda esta filmografía da cuenta de que existe otro cine en Colombia que se encarga de realizar observaciones de su entorno social y que utiliza este lenguaje para enmarcar críticamente problemáticas sociales. En estas realizaciones se cuentan documentales y producciones de ficción que son basadas en hechos reales. De estas producciones ninguna alcanzó los 6.000 espectadores, y el más bajo aforo a apreciar una de estas películas fue de 7697 espectadores —cifras preocupantes— teniendo en cuenta el afán por la educación de un público que consume toda clase de cinematografía y que sea consciente de que el cine también es un instrumento de información

Martha Rodríguez<sup>8</sup> afirma que al documental se le han quitado garantías y que por parte del estado se han recortado los recursos para la producción de estos temas de denuncia. Cada vez es más complejo realizar documentales en Colombia, debido al poco apoyo financiero del que se le da a esta clase de

---

<sup>7</sup> Datos Ministerio de Cultura, Histórico de Películas, 1996-2016.

<sup>8</sup> Cineasta, productora y documentalista colombiana.

producciones por parte del Estado y que la promoción para estas producciones es mínima, debido a los contextos y argumentos que abordan.<sup>9</sup>

Las estadísticas evidenciadas por el FDC para los primeros 8 años de puesta en marcha la ley de cine 814 concuerdan con la afirmación de Rodríguez, ya que para el año 2011 se otorgaron 7.550 millones de pesos para la producción de cine en el país, de esta suma se otorgaron 2.250 millones de pesos que fueron destinados para tres objetivos que fueron: la realización de documentales, realización de cortometrajes y la escritura de guiones (Proimàgenes, 2011), es así como podemos apreciar, que el monto destinado para la producción de otras narrativas cinematográficas supera por mucho el destinado para la realización documental, ya que el rubro para estos fines se ve dividido en varios objetivos, y esto reduce las posibilidades (*Ibidem*) (figura 5).

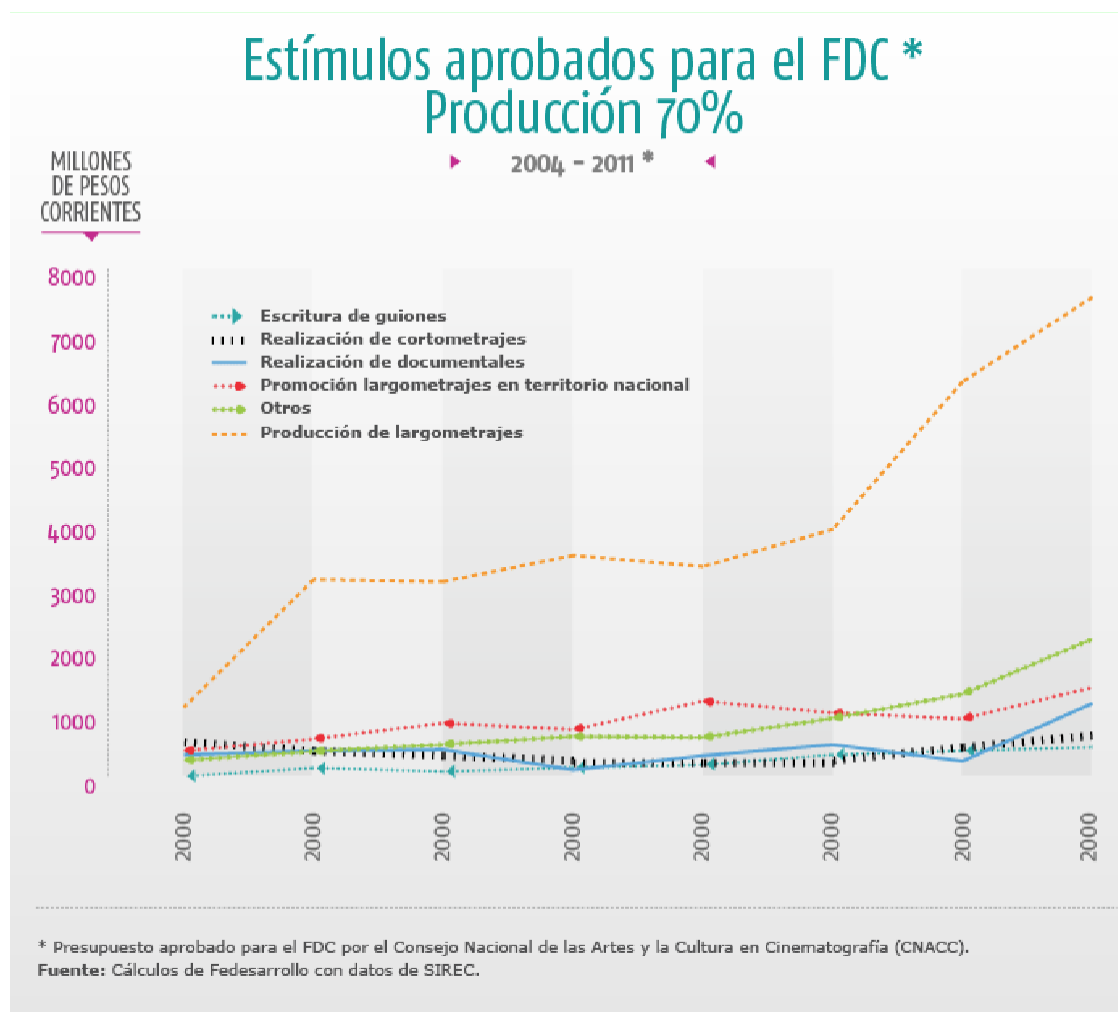
Oswaldo Osorio (2018) nos pone de cara a una realidad que también hace parte de la cinematografía nacional, y es la censura frente a los contenidos de realizadores que se esfuerzan por hacer evidentes otros panoramas que hacen parte del ecosistema nacional, y que no es algo nuevo en Colombia: un país de auto censuras que busca evitar la educación e información del público frente a temas referentes con el paramilitarismo, la corrupción política y la negligencia del Estado por atacar estos flagelos que son negocios a nivel interno y se manejan desde las altas esferas del poder político.

Roberto Flores es uno de los directores que se atreve a abordar este tema directamente en su filme *Heridas* de 2008. Aunque no fue estrenado comercialmente, en buena medida como consecuencia de su temática (Osorio, 2010, p. 42).

Así se evidencia en Colombia, que el cine y la filmografía tienen otras caras y ofrecen otros matices al espectador. Este cine y sus lenguajes también pertenecen y hacen parte de la memoria, la identidad y la estética de un país que no puede dejar de lado las problemáticas relevantes, que ayudan a nutrir los relatos expuestos en las pantallas. Estas propuestas que cuentan con poco apoyo o terminan censuradas son producciones que también pueden pertenecer

---

<sup>9</sup> Comunicación personal 20 de febrero 2020.



**Figura 5. Asignación de los estímulos aprobados para el FDC producción cinematográfica** (Fuente: Fedesarrollo, 2009. Impacto económico del sector cinematográfico colombiano. Fedesarrollo. Disponible en: [http://proimágenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/2011\\_1/espanol/indicadores-fomento-cine-colombiano.html](http://proimágenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/2011_1/espanol/indicadores-fomento-cine-colombiano.html) )

al cine comercial siendo de autor o independientes, ofreciendo otros panoramas y posturas, como lo hace *Violencia* película que contó con tan solo 2.85210 espectadores en salas y que también aborda estas temáticas.

Se convierte en una directriz importante hacer relevancia en estas narrativas y comenzar a dejar de lado las producciones más mediáticas y extranjeras que acaban por diluir la identidad y la memoria propias de los pueblos. Como lo diría Néstor García Canclini, “importar y traducir para construir lo propio ha sido rasgo característico de la cultura latinoamericana desde hace tiempo y en el campo de

<sup>10</sup> Datos Ministerio de Cultura, Histórico de Películas, 1996-2016.

los medios audiovisuales se ha manifestado con especial fuerza” (citado en Rueda Gomes 1999, p. 246). De esta manera se logra junto a ello, desdibujar la identidad y los intereses locales. Esto es lo que en el resurgimiento de la industria cinematográfica actual se busca con la Ley de Cine: reconstruir una identidad y estética de lo nacional a través del cine nacional.

### **III.2. Festivales de cine**

Las producciones cinematográficas desde su creación siempre han necesitado de festivales de cine. Estas plataformas sirven para alcanzar nuevos mercados, grandes públicos y seguir promoviendo la cultura alrededor de la creación del audiovisual. Es importante destacar que no solo en los festivales de cine se realizan muestras de *films*. Son mercados alternos: una ventana de divulgación de las cinematografías y la cultura de los países involucrados en tales eventos. Estos logran expandir las oportunidades de crecimiento de sus industrias culturales. A su vez, se convierten en una gran oportunidad para la creación de alianzas, la formación de públicos y como lo vimos anteriormente, para la distribución de filmes a niveles de región.

Colombia ha sido gran participante de estos certámenes, ya que es uno de los países pioneros en la región en poner a disposición festivales de índole cinematográfica. El *Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias* (FICCI), es el más antiguo en Latinoamérica cuya primera edición se realizó en 1959. Este festival ha servido como plataforma para impulsar y dar muestra de las producciones nacionales e internacionales que se producen en torno al mundo del audiovisual.

Los festivales de cine tienen su origen en la respuesta necesaria que se presentaba al tratar de ofrecer y otorgar una alternativa de cine diferente. Una plataforma para visibilizar el cine de los países en respuesta a la industria *hollywoodense* que acapara el mercado mundial.



En Colombia el primer festival cinematográfico fue el FICCI, seguido a esto otros festivales comienzan a surgir. Entre los más importantes y de recorrido se encuentra el *Festival de Cine de Bogotá*, evento de talla internacional que nació en 1984 que, como otros festivales, nace de la necesidad de reconocer la producción cinematográfica nacional, y así, premiar el logro al esfuerzo de los realizadores que en aras de la cultura se lanzan a la creación de contenido en imágenes en movimiento. Este festival es particularmente importante dentro de la industria y el desarrollo de la cinematografía nacional, por su interés en promocionar los filmes de vanguardia y a sus realizadores, sus primeras producciones u operas primas. Es un espacio para los nuevos directores y funciona como catapulta para dar comienzo a sus carreras cinematográficas, ya que por la importancia de haber participado en un festival de esta categoría y trayectoria estos realizadores se posicionan dentro del espectro de la cinematografía nacional e internacional.

A lo largo de los años este festival se ha reinventado al igual que otros y después de la promulgación de la Ley de Cine y el extraordinario despliegue de ofertas fílmicas producidas a nivel local. El festival tuvo que extender sus miradas a nuevas propuestas y crea nuevas categorías que permiten la incursión de piezas fílmicas que exploran el audiovisual como nunca.

El Documental Social es un género que despierta bastante interés entre los nuevos realizadores, ya que nos ofrece una radiografía de los personajes y eventos que suceden y pasan desapercibidos en el país, pero que son determinantes dentro de las comunidades y se convierten en relatos cotidianos que generan identidad en una sociedad.

Otras categorías que ha ofrecido el festival —en su proyección de crecimiento— para dinamizar la industria fílmica nacional son: Documental sobre Arte, Muestras de Animación, el Premio Alexis, que busca reconocer a los nuevos creadores menores de 18 años; Documental sobre Medio Ambiente; la Muestra de Cortometrajes, categoría es muy importante dentro del andamiaje cinematográfico del país. En 2006 se instaura esta categoría, y no es en el único lugar que se muestra interés sobre este formato audiovisual. En Bogotá existe un festival que cuenta con una larga trayectoria y experticia en propuestas de

ese formato y es el *Festival Bogo short*,<sup>11</sup> que analizaremos más adelante por su trayectoria y aportes en la industria audiovisual.

El *Festival de cine de Bogotá* también ofrece la primera categoría en el país con temática sobre Cine Sagrado, agregada en 2011. Esta categoría, otorga la oportunidad de promover relatos que giren en torno a las religiones y prácticas espirituales.

Por último, la categoría Muestra Infantil, agregada en 2006, ofrece a los niños y niñas de todo el mundo la oportunidad de presentar sus nuevas propuestas audiovisuales, creando así, un interés por la cultura del relato visual desde la infancia (Bogocine, 2022).

Y es en este último punto se concuerda con la visión de Daniel Téllez, asesor de comunicaciones de Proimágenes Colombia, al preguntársele por los programas de formación de públicos. Desde su análisis comenta que tenemos que ver cine desde la infancia para entendernos, contarnos y despertar el interés de quienes somos como país, y así apreciar verdaderamente el cine nacional. El cine les da una relevancia a nuestras historias, y solo el cine puede mostrar de una forma particular estas realidades.<sup>12</sup>

Sosteniendo el argumento presentado por Téllez, existen también otras entidades, grupos de cineastas y festivales de cine locales que se preocupan por insertar la cultura y la apreciación de las imágenes en movimiento en la primera infancia, no solo con la idea de entretener y divertir si no con un enfoque más educativo, apreciativo y crítico.

Para Felipe Montoya, jefe de Programación del Festival de cortos de Bogotá *Bogo short*, es importante construir un público infantil alrededor del audiovisual,

---

<sup>11</sup> El Festival de Cortos de Bogotá BOGOSHORTS (en inglés: *Bogotá Short Film Festival*) se hace una vez por año en Bogotá, Colombia; premia la realización y producción de cortometrajes de rango nacional e internacional. Su propósito es el de ofrecer a los nuevos realizadores audiovisuales una oportunidad de exhibir sus obras y hacerlas conocer en el medio; a la par busca expandir un público que apoye y valore la cultura del séptimo arte y además se convierta en crítico de la industria y sus contenidos. (Ver Bogoshorts, 2022. ¿Qué es Bogoshorts? Bogoshorts. Disponible en:

<https://festival.bogoshorts.com/interna.php?int=XG3C6fwmX0tDUvwBXG3C6fwm>

<sup>12</sup> Comunicación personal 19 de octubre de 2018

ya que en torno a estas manifestaciones se puede cimentar idearios y pensamientos más analíticos y críticos entorno a cine y a la sociedad.<sup>13</sup>

Se reflejan en estas posturas no solo desde los festivales, las entidades y sus representantes, sino desde agrupaciones independientes, el interés por el fortalecimiento de la apreciación del cine colombiano para construir una mirada crítica que salga de los cánones ya impuestos por otras industrias que han desdibujado la identidad nacional saturándonos de relatos foráneos. De esta forma logran transformar los relatos nacionales en temas subvalorados para el público local en comparación a la apreciación que se tiene de las historias presentadas por la maquinaria norteamericana.

Para Rivera Betancur (2011) el cine colombiano no está hecho para vender a nuestro país en el exterior, si no para contar nuestras historias, aquellas a las que ni la fuerte maquinaria hollywoodense puede tener acceso ya que las tenemos más cercanas y son parte de nuestra cotidianidad y sus relatos nos construyen como sociedad.

Se entiende entonces, la imperante importancia que tiene la realización de festivales de cine en el territorio local, puesto que permiten la congregación de espectadores que aprecian el cine (nacional e internacional) en todas sus dimensiones. Asimismo, posibilita generar reflexiones y apreciaciones de nuestra contemporaneidad e identificarnos con nuestra historia como país, ya que, en los festivales, sus categorías conforman memorias de la historia, sus personajes o de situaciones vividas. De esta manera el cine colombiano puede verse representado en sus distintas etapas de la historia nacional, y sus relatos han desde lo local, hacia lo regional y global (Arias y Miller, 2018, p. 119).

En 2016 en Colombia se registraron ante la dirección de cinematografía del Ministerio de Cultura una total de 78 festivales de cine a nivel nacional, en 19 departamentos y 24 municipios (figura 6). El 48.1% fueron realizados en la ciudad de Bogotá, el 14.3% en el departamento de Antioquia, el 10.4% en el departamento del valle del Cauca y el 27.2% restante en el resto del país

---

<sup>13</sup> Comunicación personal 28 de agosto de 2018



**Figura 6. Festivales Cinematográficos. 2016** (Fuente: *Anuario estadístico de cinematografía*, 2016 pág. 9)

(Proimágenes, 2015).

Según las estadísticas presentadas por el *Anuario estadístico del Ministerio de Cultura*, en enero y febrero no se registra actividad de festivales. Sin embargo, este panorama cambia en los meses de agosto hasta noviembre, ya que es cuando el circuito se activa y se presentan la mayor cantidad de muestras en el territorio colombiano.

Además, se observa que los festivales realizados en el territorio colombiano son bastantes, y cada uno con intereses particulares. Así como mencionamos el *Festival de Cine de Bogotá* y sus categorías, otros festivales como el de *Santa Fe de Antioquia* se centran en realizar casi todas sus muestras al aire libre de tal forma que crean un teatro bajo las estrellas. Este festival se destaca por su trabajo en los talleres creativos sobre guion, dirección y producción.

Al igual que otros festivales importantes alrededor del país como lo son el *Festival Internacional de Cine de Barichara*, el *Bogotá Internacional Film Festival*, el *Creative Commons Colombia*, el *Festival Internacional de Cine de Barranquilla*, el *Festival Internacional Ojo al Sancocho*, *Indie Bo*, o el *Festival Internacional de Cortometrajes Cine a la Calle* estos encuentros se han

convertido en importantes referentes para fomentar el desarrollo fílmico en el país, esto por nombrar tan solo algunos de los más representativos entre toda la oferta cinéfila del país.

Esta extensa programación y agenda cultural que se desarrolla desde el Ministerio de Cultura durante todo el año, busca promocionar la cultura fílmica en el país. Asimismo, la mayoría de estos festivales tienen en común, que tuvieron sus primeras ediciones después de la promulgación de la Ley de Cine N° 814 de 2003. De este modo, estos eventos se orientan a catapultar las nuevas propuestas de los realizadores emergentes y buscan con sus programas alternos, crear talleres para la formación de públicos y nuevas audiencias que aprecien el relato nacional en sus diversos formatos y que comprendan que la cinematografía de nuestro país es una parte vital de la construcción de memoria.

La programación fílmica de estos festivales garantiza de forma directa que las películas allí exhibidas tengan mayores posibilidades de recuperar su inversión y durar más tiempo en las pantallas de las grandes exhibidoras del país. Asimismo, se garantizan que estos filmes puedan estar en los circuitos internacionales, logrando mayor difusión del cine nacional, y con ellos abriendo mercados comerciales que sirven como ventana para nuevas propuestas artísticas y de intercambio, escenario que sirve para lograr más inversión y alcanzar una mejor dinámica dentro del circuito cinematográfico colombiano.

En aras de construir una cultura que promueva, aprecie, contribuya y fortalezca la industria cinematográfica del país, es de interés describir un festival que ha tenido un recorrido interesante no solo por su propuesta, sino también por los talleres que realiza y las actividades que semana a semana prepara en conjunto con distintos teatros de la capital, estimulando la producción cinematográfica del país, entre públicos, realizadores aficionados, estudiantes y profesionales.

El *Festival de Cortos, Bogotá Short Film Festival* (BOGOSHORTS) ha tenido una evolución constante en el andamiaje y construcción de la producción cinematográfica a nivel nacional, promocionando la cultura del audiovisual en formato corto (cortometraje). Esta iniciativa surgió en el 2003 con el nombre de “Invitro visual”, y aunque coincidió en el mismo año de aprobación de la Ley de

Cine, este proyecto no tuvo relación alguna. La dinámica de este festival se centraba en promover los cortometrajes de los diferentes participantes todos los martes. Así sucedió durante varios años, creando alrededor de esta cultura del cortometraje los premios llamados “Invitro Visual” que otorgaban una estatuilla de la Santa Lucía<sup>14</sup> como galardón. En 2012, desde el comité directivo, se cambió el carácter de la propuesta. En adelante comenzó a celebrarse *Bogo short: Festival de Cortos de Bogotá* durante el mes de diciembre, el que en su edición de 2013 contó con mayor cantidad de escenarios. En 2016 se creó una sección llamada “Bogo short Films Market”, cuyo objetivo fue crear un mercado para la promoción comercial en niveles internacionales de contenidos en formato corto. Con todas estas transformaciones el ritual de presentar cortometrajes cada martes sigue vigente. Este encuentro tiene como nombre “Bogo short Session” desarrollado en cine Tonalá, Chapinero, Bogotá.

Otra estrategia destinada a la formación de públicos es la Ruta Colombia, que consiste en llevar una selección de los mejores cortometrajes a lugares donde no existen espacios de apreciación audiovisual. Junto a este proceso también se abren espacios educativos para el análisis de las imágenes en movimiento, y existe el “Bogo short Word Tour”, que consiste en llevar selecciones de cortometrajes a diversos festivales en Colombia y en el mundo.

Dentro de los procesos que ejecutan los festivales nacionales y su esfuerzo por crear audiencias en torno a las artes y la cinematografía, se evidencia un patrón muy importante para destacar, y es que, los esfuerzos para fomentar el acceso al cine nacional se han llevado a cabo con estrategias y propuestas que buscan democratizar y reanimar el acceso a las producciones locales en todo el territorio nacional no solo en el entorno de los festivales, sino también en las salas de cine. Se aprecia que el consumo cultural está directamente asociado al aspecto socioeconómico.

---

<sup>14</sup> Virgen de los cineastas, ciegos y soñadores, es la estatuilla oficial del *Bogotá Short Film Festival / Festival de Cortos de Bogotá*. BOGOSHORTS, 2022 *¿Qué es Bogoshorts? Bogoshorts*. Disponible en: <https://festival.bogoshorts.com/interna.php?int=XG3C6fwmX0tDUvwBXG3C6fwm> Es una representación del poder de la fe que existe en nuestra idiosincrasia, la misma fe que implica hacer cine en Colombia.

Los festivales de cultura y cinematografía van dirigidos a personas de niveles socioculturales medios y altos. Aunque también se realizan eventos en los distintos escenarios que existen en Bogotá, en donde los espacios alternos y libres juegan un papel importante en las muestras y apreciaciones audiovisuales abiertas al público.<sup>15</sup> Podemos coincidir con la apreciación que nos ofrece Felipe Montoya, quien afirma que es necesario que el público que asiste a los cines tenga un cierto grado de educación frente a las producciones cinematográficas, ya que el público en Colombia aprendió a ir a cine, pero no a verlo, pues no es capaz de apreciar en estos relatos respuestas, preguntas y sueños que cuestionen y motiven, trascendental y profundamente a las personas (Cortes y Ospina 2018, p. 256). Este dictamen al parecer resulta concordante con lo expuesto anteriormente por Daniel Téllez, quien aseguraba que para aprender a apreciar el cine nacional el espectador debía educarse en cine desde la infancia y así tener un proceso de formación en el cual se sienta identificado con situaciones presentadas en un entorno con un lenguaje común.

Los festivales de cine se convierten en las primeras plataformas de exhibición para las obras cinematográficas de los realizadores, garantizando que estas divulguen y promuevan la distribución de estos filmes a gran escala, para que luego lleguen a la cartelera nacional y sean apreciados por los connacionales, terminando así su ciclo de vida en las pantallas de los complejos cinematográficos del país.

Podría decirse entonces que, para impulsar el consumo de cine nacional, los festivales se convierten en una buena solución para que el público se acerque a ese “buen cine” el *cine de autor*. Este cine que se presenta casi de culto no es más que el cine de las situaciones cotidianas que surge de las observaciones y el análisis de la cultura nacional, es un cine de relatos constantes que sirve no solo para la reflexión y el análisis de las problemáticas contemporáneas, también se convierte en un espacio sociocultural que nos examina como comunidad y cuestiona nuestros imaginarios, se convierten entonces en la radiografía de nuestra sociedad.

---

<sup>15</sup> Comunicación personal 28 de agosto de 2018. Felipe Montoya, jefe de Programación del Festival de cortos de Bogotá *Bogo short*.

**IV. ROL DEL MODELO DE GESTIÓN EN COLOMBIA Y SUS  
DÉFICITS EN LA PROMOCIÓN DE LA INDUSTRIA FÍLMICA  
NACIONAL**



#### **IV.1. Un panorama de las resoluciones y de la promoción del cine**

En la década de los noventa el cine colombiano sufrió una aparente muerte. No existían legislaciones por parte del Estado que avalaran y patrocinaran el mercado y la producción nacional, pero si existía el espíritu para desarrollar historias, y desde esta precariedad, directores resueltos se arriesgaron y buscaron formas para la realización de los pocos filmes que produjo esta década.

Algo interesante al momento de indagar en esta época de la historia cinematográfica nacional son las particularidades de los filmes producidos. Piezas narrativas con carácter que se convirtieron en hitos del cine colombiano, y que comenzaban a descollar en el escenario mundial, evidenciaron que en Colombia había directores con talento y oficio, y a su vez, se comenzaba a construir una propuesta estética y una expresión que denotaba un cine con identidad.

Es así como el cine nacional devela cambios no solo en su forma de producción, también en la manera de formular sus historias, se convierte en un cine que desea explorar desde otros horizontes sus realidades y ficciones, ya que estas están muy ligadas en la construcción del cine colombiano.

Después de este tránsito de la cinematografía colombiana, al concebir la ley de cine, nacen con ella nuevas formas que patrocinan la industria fílmica: concursos, convocatorias, festivales, manifestaciones que auguran una era próspera para la cinematografía y su naciente industria, y los alicientes estímulos que se ofrecen por medio del Fondo de Desarrollo Cinematográfico permite impulsar los proyectos de los nuevos realizadores y acercar a los directores de trayectoria con sus nuevos relatos y propuestas. Los filmes nacionales han tenido que atravesar diversas problemáticas para no solo salir a la luz, si no para poder sostenerse en la taquilla y que el público asista a sus funciones y aprecie estas manifestaciones que buscan compartir las expresiones artísticas de cineastas que tiene diversas formas de contarnos su visión crítica, cómica, dramática o documental de la sociedad colombiana.

Es así como frente a estas problemáticas que enfrenta la producción

cinematográfica de Colombia y la región, nace el fondo Ibermedia. Este programa es de estímulo a la coproducción de películas de ficción y documentales realizados en la región integrados por veintiún países.

<sup>16</sup> Su misión, es trabajar para la creación de un espacio audiovisual iberoamericano por medio de ayudas financieras y a través de convocatorias que están abiertas a todos los productores independientes de cine de los países miembros de América Latina, España, Portugal y el recientemente incorporado Italia (Programa Ibermedia, 2022).

El interés por la creación de este programa surge a raíz de las limitantes que presenta Latinoamérica para poder contarse en historias. La narrativa y la forma de presentar las situaciones de los realizadores latinoamericanos es única. Los veinticuatro cuadros por segundo en su función técnica trabajan igual para todos los cineastas, pero el registro único de imágenes en movimiento es notable en los relatos latinoamericanos. Es así como Colombia involucrada desde el comienzo con estos tratados y después de vivir épocas casi desoladas en su cinematografía, se reinventa en el camino de la realización audiovisual, propone nuevas historias que retratan desde distintas visiones el acontecer nacional. Ya no es solamente por sus temáticas sociales o por la voluntad de denuncia de algunas de ellas, si no por que han conseguido construir otro país a través de las tomas de voz y de imagen de parte de su realidad (Mora, 2015, p.18).

Es entonces como nacen los nuevos relatos de la cinematografía colombiana: historias de nuevos directores que, osados, se lanzan en pro de desenmarañar el entramado de historias que esperan a ser contadas, y de esta manera buscar la oportunidad de ofrecer sus visiones al mundo.

Estas visiones, a las que nos referiremos más adelante, son resultado de la configuración de una nación que se ha visto traspasada por múltiples y complejos eventos a lo largo de su historia. Han permitido el florecimiento de nuevos idearios representando la noción de nación que compartimos y que de alguna

---

<sup>16</sup> Países que conforman el fondo Ibermedia: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, España, Guatemala, Italia, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

forma es el relato de casi toda la Latinoamérica. Es por ello, que no deben ser invisibilizados y deben dársele la exhibición y promoción necesaria ya que son retazos de la memoria colectiva de un país.

Es entonces cómo el relato del cine en Colombia nace de la construcción de una narrativa representada en sus realidades cotidianas y alimentada por el imaginario, creando así universos que dan cuenta de nuestra idiosincrasia y cultura popular. Estos registros visuales que hacen parte de las memorias del cine colombiano han emergido como prueba fehaciente de los eventos del país marcados por sucesos de diversos caracteres. Como los fastos de violencia que terminaron siendo parte de la vida cotidiana en una época de nuestra historia donde confluyeron la alianza entre el narcotráfico, la política tradicional y el emergente paramilitarismo en una guerra declarada contra la sociedad colombiana (Ordóñez Ortega, 2015, p. 12).

Y es en el tiempo de la misma Ley de cine N° 814 de 2003 que estas memorias encuentran diversos matices para referirse a estos sucesos con más fuerza. Es aquí donde aparecen relatos que acarician estos tópicos. Un claro ejemplo es el de *María llena eres de Gracia* de Joshua Marston (2003), la cual cuenta la historia de una mujer que lleva droga en su estómago a los Estados Unidos.<sup>17</sup>

Otro ejemplo, como pieza interesante de los sucesos históricos del país, y traída a las artes cinematográficas es la película *El Rey* de José Antonio Dorado (2004). Este es un filme que remite a los eventos que tuvieron lugar en la Colombia de los años setenta. A partir de la historia de un colombiano que escala rápidamente en el narcotráfico. En el año 2005 se estrenaron *Rosario Tijeras* de Emilio Mallé, *Sumas y restas* de Víctor Gaviria y *Perder es cuestión de método* de Sergio Cabrera.

Estas piezas audiovisuales tienen en común un trasfondo narrativo: el narcotráfico, la corrupción política, la prostitución y el dinero fácil. Estos ejes narrativos terminan por crear una estética sociocultural de lo que sería la impresión de una parte de la sociedad colombiana. A pesar de que estos filmes

---

<sup>17</sup> A este tipo de personas se las calificaba bajo el adjetivo de mula, en el lenguaje popular una persona que contrabandea drogas.

recibieron diversos premios en festivales internacionales y fueron las películas colombianas con más registro en la taquilla de esos dos años, no fueron bien recibidos por la crítica, ni la opinión pública (ver anexo 1) (Promimágenes en Movimiento, 2016).

En los años siguientes se aprecia en la producción colombiana un aumento de filmes que es destacable, teniendo en cuenta la producción fílmica de los años anteriores que no fue tan prolífera. Para el 2006 y 2007 se producen en total 20 filmes entre los cuales se destacan por su andamiaje de producción, exhibición y taquilla: *Soñar no cuesta nada* de Rodrigo Triana, *Karma* de Orlando Pardo y *El Colombian Dream* de Felipe Aljure, *BLUFF* de Felipe Martínez, *Satanás* de Andi Baiz y *Esto Huele Mal* de Jorge Ali Triana. Estas cintas siguen teniendo como hilo dentro sus narrativas las características ya antes mencionadas, pero el tema del narcotráfico se comienza a desdibujar y las tramas que se tocan, si bien siguen abordando este tema u otros relacionados de manera paralela, no son ya el eje central de las historias.

En estos años comienza una exploración interesante de otro lenguaje audiovisual, que se centra en relatos anecdóticos, en la comedia negra o en la adaptación de *Bets Sellers* como en el caso de la novela *Satanás* del escritor colombiano Mario Mendoza, (2002) y cuya película estrenada en 2007 lleva el mismo nombre. La historia se basa en este escrito, también tiene un total contenido de documento histórico y memoria por los eventos perpetrados por Campo Elías Delgado,<sup>18</sup> en el restaurante “Pozzeto”, en la ciudad de Bogotá (ver anexo 2) (Proimágenes en Movimiento, 2016).

Para los años siguientes se evidencia un muy buen nivel de producción fílmica en el país. Los años 2008, 2009 y 2010, presentan más de diez propuestas fílmicas en la cartelera nacional. En 2008 *Paraíso Travel* de Simón Brand, retrata, el típico sueño americano y la travesía que deben pasar migrantes atravesando la frontera mexicana por el “*rio bravo*” para incursionar en este país de manera

---

<sup>18</sup> Asesino colombiano, y veterano de la guerra de Vietnam. El 4 de diciembre de 1986, asesinó a 19 personas (entre ellas su madre) e hirió a 15 más en tres sitios de Bogotá: un edificio al norte donde dictaba clases particulares de inglés, el edificio donde vivía y el restaurante *Pozzeto*. El crimen se conoce como la *Masacre de Pozzeto*.

ilegal y alcanzar sus sueños. Esta producción, que toca fibras de la experiencia humana y bordea los tópicos de la prostitución, fue la única película que se aproximó al millón de espectadores con un total de 932.166 asistentes a salas. Las demás propuestas escasamente se acercaron a los 300.000 espectadores, otras propuestas estuvieron muy por debajo de estas cifras.

El 2009 fue un año que reflejó apatía con relación al cine nacional, con producciones interesantes, películas como *El Arriero* de (Guillermo Calle), film que nuevamente tiene como contenido narrativo el narcotráfico y las *mulas*, pero esta vez hacia Europa, es quien tiene la mayor convocatoria en salas, con 286.884 espectadores. *La Pasión de Gabriel* de (Luis Alberto Restrepo) contó con 220.983 y *Los Viajes del Viento* de (Ciro Guerra), 167.286 espectadores. Observamos en estas cifras la deficiente convocatoria a salas que tuvieron estas propuestas fílmicas. Un tema preocupante si hablamos de promoción y exhibición de la cinematografía nacional (ver anexo 3) (Proimágenes en Movimiento, 2016).

Para el 2010 se hace evidente un cambio en los niveles de taquilla. A pesar de que es el año con menos producciones fílmicas de los tres contemplados, este año rompe *récords* en taquilla y ofrece una línea cinematográfica que tiempo después se convertiría en fórmula para disparar los niveles de taquilla y asistencia a las salas del país.

*Sin tetas no hay paraíso* de Gustavo Bolívar, obtuvo 326.247 espectadores (ver anexo 4) (Proimágenes en Movimiento, 2016). Lo interesante de este filme es que aborda la temática social en el área del eje antioqueño donde el anhelo del grueso de la población femenina adolescente es mejorar su estética para llamar la atención de los nacientes capos del narcotráfico o pandilleros de la ciudad, y de esta manera mejorar su posición económica

Esta propuesta nace de una novela literaria que tuvo su adaptación para televisión, y luego fue vendida a otros países para su producción.

Esta realización obtuvo una gran polarización en el país; se argumentó que la producción promocionaba antivalores y que sus abordajes sobre la violencia no

eran adecuados. Sin embargo, abrió el camino a una línea de producción televisiva a gran escala no solo en el país si no a nivel hispanoamericano que ahora se conoce con el nombre de “Narconovelas”.

Una película que marcó un hito en la filmografía nacional es *El Paseo* de Harold Trompetero, filme que batió cifras en asistencia a las salas alcanzando 1.189.607 espectadores, en su estreno (Proimágenes, 2011). Esta comedia financiada por Caracol Televisión y escrita por Dago García,<sup>19</sup> sostiene un formato de narrativa televisiva que la hace muy familiar y agradable para el público.

Esta propuesta cinematográfica al igual que *Infraganti* de Juan Camilo Pinzón (2009) dan cuenta del tipo de cine que habitualmente convoca las salas en Colombia. Si bien genera números en la taquilla son comedias sin argumentos complejos, ni gran despliegue tecnológico; filmes que aluden al folclor, la música y el paisaje para afirmar el sentido de nación e identidad presente en las películas del siglo pasado. Por otra parte, evidencian la existencia de un público al cual convocar y al que se le podrían ofrecer propuestas cinematográficas más diversificadas.

Esta película abrió el camino para generar una fórmula que vendiera y dejara notorios réditos para la industria, pero también creó un culto anual en espera de esta clase de cine: la entrega de la película del 25 de diciembre para ver en familia. Como diría Anita de Hoyos en su columna del periódico *El Espectador* no se trata de hacer lo que hacen Dago o Trompetero, personajes que entre otras cosas tienen sus méritos y son difíciles de imitar, sino que se trata de reconocer el camino que ellos abrieron y que se puede recorrer de otra manera para llegar al mismo público, que es el único público posible. Películas familiares, que transmitan un mensaje simple y esperanzador (Rivera-Betancur 2014).

Es así como el cine colombiano cambiaría sus esquemas de promoción ya que en los años siguientes se centraría en este género más que en ningún otro con el propósito de conseguir números en la taquilla.

---

<sup>19</sup> Dago García. Destacado guionista de teatro y la televisión colombiana, quien ha incursionado en diversas ocasiones en la cinematografía nacional como productor y director.

Para el 2011 el número de producciones ascendió a dieciocho, este año la temática fue otra y los números también. Nuevos realizadores se lanzaron a promover otra clase de cinematografía. Películas como *Los Colores de la Montaña* de Carlos Cesar Arbeláez, narrada desde la poética visión de unos niños en el campo y que esboza el tema del conflicto armado en Colombia. La cinta alcanzó los 379.525 espectadores; cifra muy cercana a la que logró *El Páramo* de Jaime Osorio Márquez, un *thriller* de suspenso que obtuvo tan solo los 326.040 espectadores (ver anexo 4, Proimágenes en Movimiento, 2016).

Hay que tener en cuenta que en Colombia las cifras hablan y que para la industria cinematográfica una película que no logre sobrepasar notablemente los 300.000 espectadores genera pérdidas. Es particular notar que esta clase de producciones independientes o denominadas de autor no cuentan con gran relevancia dentro del ámbito local, pero a nivel internacional tienen bastante reconocimiento y como es el caso de *Los colores de la montaña*,<sup>20</sup> ganadora de diversos premios y reconocida a nivel internacional.

El 2012 se presenta como un año muy próspero en cuanto a producción cinematográfica se refiere, en este año se estrenaron 23 filmes y nuevamente el género de comedia encabezó las cifras de asistencia a salas y taquilla. En este año se registra un notable aumento en la asistencia a salas a apreciar cine nacional. Comedias como *Mi gente linda mi gente bella* y *El paseo 2*, de Trompetero, con temáticas familiares que evocan de manera exagerada la concepción de lo “popular” y lo que podría ser la idiosincrasia nacional, son las que lideran los índices de taquilla en este año.

Curiosamente en 2012, año de mayor índice de producciones nacionales y con filmes independientes y de autor de altísima calidad, la película que fue escogida

---

<sup>20</sup> Taiga de Plata (Siberia Price «Silver Taiga» for the debut film), Festival Internacional de Cine Debutante Spirit of Firme, Rusia, 2011.-Premio Kutxa Nuevos Directores, 58º Festival Internacional de Cine de San Sebastián, España, 2010.- Premio del Público y Mención Especial del Jurado, Festival Internacional de Ronda "Cine político para el siglo XXI", España, 2010.- Premio Cine en Construcción 17, 22º Rencontre cinémas D'Amérique Latine de Toulouse, Francia, 2010.- Estímulo para coproducción del Programa Ibermedia, 2009. Proimágenes Colombia. 2011 Los colores de la montaña. Proimágenes Colombia. Disponible en: [https://www.proimágenescolombia.com//secciones/cine\\_colombiano/peliculas\\_colombianas/pelicula\\_plantilla.php?id\\_pelicula=1893](https://www.proimágenescolombia.com//secciones/cine_colombiano/peliculas_colombianas/pelicula_plantilla.php?id_pelicula=1893)

para representar a Colombia en los premios “Oscar” de la académica norteamericana de cinematografía fue *El cartel de los Sapos*<sup>21</sup> de Carlos Moreno, con un alcanzando un aforo de 447.647 espectadores (ver anexo 5) (Proimágenes en Movimiento, 2016), producción realizada por Caracol Televisión. Este filme refiere a circunstancias vividas en el cartel de Cali y posteriormente a situaciones entorno al narcotráfico del norte del departamento del Valle, en Colombia.

Para el 2013 las cifras de producción bajan a 17 audiovisuales, pero la disposición del público a consumir contenidos de humor se mantiene y como se dijo anteriormente, el rito se repite con *El paseo 3* de Juan Camilo Pinzón, cinta que alcanza los 825.353 espectadores, recaudando 5.805`845.050 millones en taquilla (Proimágenes, 2014). Seguida estuvo *El Control* de Felipe Dorothea, que obtuvo 259.019 espectadores (ver anexo 6) (Proimágenes en Movimiento, 2016).

El 2014 es otro año de alta producción en el país con 28 filmes, se acude a la misma fórmula de años anteriores: películas de comedia que rinden tributo al rito de diciembre y dejan un alto margen de ganancia y asistencia a salas (por ejemplo, *Uno al año no hace daño* de Juan Camilo Pinzón) que obtuvo una asistencia en salas de 501.803 espectadores (ver anexo 7) (Proimágenes en Movimiento, 2016).

Los años 2015 y 2016 son los más representativos en niveles de producción cinematográfica en Colombia: 36 filmes para el 2015 y 41 para el 2016 demostraban que la Ley de cine rendía sus frutos. La recaudación por parte del FDC se dirigía en su mayoría a procesos de producción cinematografía. En tan solo dos años, 77 piezas audiovisuales son un número inédito para la industria nacional, que busca por medio de la ley y sus resoluciones posicionarse no solo en Colombia sino llamar la atención de la industria cinematográfica mundial.

El 2015 es un año particular en términos de género para la cinematografía colombiana. Una gran producción de largometrajes de comedia inundó las

---

<sup>21</sup> La película, al igual que la serie de Caracol TV de 2008 *El cartel*, está basada en la novela de 2008 del mismo nombre de Andrés López López, alias *Florecita*, un ex narcotraficante que, mientras estuvo en prisión, escribió la historia ficticia de sus experiencias en el Cartel de Cali y de lo que sucedió dentro del Cartel del Norte del Valle.



propuestas de este año, secuelas de filmes anteriores fueron el *plato servido* para los espectadores que asistieron a observar estas propuestas sin reparos. Nuevamente como rito y fórmula la comedia abanderaba las taquillas del cine nacional.

En este año se estrena una película que pasa casi desapercibida en las salas del país, pues solo alcanza los 111.481 espectadores; el rango típico de tiempo de exhibición para una producción nacional (una a dos semanas), no ofrece garantías para alcanzar las cifras esperadas de recaudación, y menos si no se cuenta con una promoción adecuada. La producción de esta cinta llegó a los 1.4 millones de dólares, así parecía fracasar una de las mejores producciones que se han creado en Colombia: *El Abrazo de la Serpiente* de Ciro Guerra.

Al anunciarse las películas nominadas a los premios *Oscar* como mejor película extranjera y estar entre las nominadas, volvió a posicionarse en la cartelera nacional y esta vez en su corta exhibición alcanzó un poco más de 120.000 espectadores en total desde su primer estreno (Guerra, 2016).

El anterior diagnóstico nos permite observar un patrón. Si bien al público le agrada la comedia con contenidos y argumentos simples también existe una deficiencia en la labor de promoción y exhibición del cine nacional. No sería pertinente decir que el público nacional no asiste a salas a apreciar un cine de autor o que participe en circuitos de festivales, ya que *El abrazo de la serpiente* antes de ser estrenada en salas tuvo su debut en el *Festival de Cine de Cannes*, y pasó por diversos festivales a nivel mundial.

Al parecer la visibilidad del cine nacional resulta ser un tema de apreciación, no solo del público, también de las *majors* de exhibición que operan en el país.

Un ejemplo de ello es *La Tierra y la Sombra* de Cesar Acevedo (2015). Película que contó en la taquilla con tan solo 53.798 espectadores, (ver anexo 8) (Proimágenes en Movimiento, 2016) y dentro del circuito nacional no superó la primera semana en cartelera, pero a nivel internacional tuvo bastante renombre

y acogida en su paso por los festivales mundiales,<sup>22</sup> logrando la cámara de oro en el *Festival de Cannes*.

Este cine naciente, ocupado por nuevos directores con narrativas novedosas, que se alejan de los temas recurrentes, o que tocan de manera transversal esta parte de la historia de Colombia, son quienes realmente están construyendo una imagen de la cinematografía nacional en el exterior. Y son radiografía de una grave problemática que se presenta, a nivel local, el déficit en la distribución y exhibición del cine a nivel nacional.

En el 2016 la balanza cinematográfica sigue inclinándose hacia la comedia producciones como *El Coco* de Juan Camilo Pinzón, *Agente ñero ñero 7* de Gabriel Casimilas; *Usted no sabe quién soy yo* de Fernando Ayllion y *El paseo 4* de Juan Camilo Pinzón, son producciones que cuentan con el aval de canales privados como RCN y Caracol Televisión. De esta manera, les permite contar con los niveles de exhibición y promoción apropiados para lograr una masificada convocatoria a las salas de cine, consiguiendo índices de asistencia desde 563.766 espectadores hasta 1.154.386 (ver anexo 9) (Proimágenes en Movimiento, 2016). Así se demuestra que, si se cuenta con un buen socio en la estructura de la promoción o si se existen estrategias sólidas para esta parte del proceso de producción, los resultados indudablemente serán otros al momento de la recaudación.

Se advierte entonces, que, si bien los contenidos de estas producciones son frívolos, lo que convoca a las salas de cine y hace de estos filmes un atractivo para el público en general, es el andamiaje de producción del que disponen. Una elaborada estrategia de posicionamiento abarcando todos los medios de

---

<sup>22</sup> Premios internacionales: Cámara de Oro, Festival de Cannes, Francia, 2015. Le Grand Rail Don, Semana de la Crítica, Festival de Cannes, Francia, 2015. Premio SACD, Semana de la Crítica, Festival de Cannes, Francia, 2015- France 4 Visionar Ward, Festival de Cannes, Francia, 2015.- Premio Hubert Vals Fund para Desarrollo, Festival de Cine de Rotterdam, Holanda, 2013.- Mención de Honor, Foro de Coproducción Europa - América Latina, Festival de San Sebastián, España, 2013.- Premio Hubert Vals Plus para Producción, Festival de Cine de Rotterdam, Holanda, 2014.- Estímulo de Producción, Fondo Ibermedia 2014.- Beca Desarrollo de Proyectos Cinematográficos, Casa de Las Américas, Fundación Carolina, España, 2013. Información obtenida de Proimágenes, 2022, La tierra y la sombra. Proimágenes Colombia. Disponible en: [https://www.proimagenescolombia.com//secciones/cine\\_colombiano/peliculas\\_colombianas/pelicula\\_plantilla.php?id\\_pelicula=2116](https://www.proimagenescolombia.com//secciones/cine_colombiano/peliculas_colombianas/pelicula_plantilla.php?id_pelicula=2116)

consumo lleva a seducir al espectador hasta convocarlo al consumo del producto.

En este panorama sobre las producciones de cine colombiano que han sido vanguardia en asistencia y taquilla desde el 2003 hasta el 2016 se observa que son producciones que han contado con las garantías de la ley de cine, otras han contado con el apoyo del fondo Ibermedia, y otras más, han sido ganadoras de las convocatorias del FDC, anexo a esto, algunas producciones han contado con el apoyo de canales privados y esto ha sido un factor determinante al momento de su visibilidad en la cartelera nacional. Su promoción ha sido gestada desde el momento de la inversión, y a través de pautas publicitarias que catapultan estos *films*, ganado terreno y garantizando una gran calidad visual y de producción. Además, al ser producciones protagonizadas por actores de renombre dentro el *star system*<sup>23</sup> colombiano, garantiza altos niveles en la taquilla.

Todo este andamiaje que ejercen los canales privados por medio del marketing funciona como elemento seductor para el público en general, que encantado por toda esta publicidad y sobreinformación se ve predispuesto a acudir a ver estas producciones.

Y aunque las estrategias funcionan para dinamizar el consumo y catapultar estos filmes, en el panorama de exhibición cinematográfico se puede observar que existe una sobre oferta de productos fílmicos extranjeros, que ocupan los horarios de exhibición en las salas, y como consecuencia relegan las propuestas nacionales, ocasionando que muchas películas no sean promocionadas ni exhibidas produciendo un detrimento de la recaudación y consumo fílmico colombiano.

En el año 2006 se realizó el acuerdo 007, que quedó consignado dentro de los estatutos de la Ley de cine N° 814 de 2003. En sus resoluciones se habla de la cuota de pantalla por parte de las empresas exhibidoras, distributoras y productoras del país, no tocando frontalmente la cuota de pantalla en las salas

---

<sup>23</sup> Estrategia de estudios cinematográficos u otras empresas mediáticas, que consiste en promocionar sus espectáculos o productos centrándose en las estrellas que los protagonizan.

de cine, —como lo habíamos expuesto anteriormente— casi pareciera limitarse a la exhibición de cortometrajes nacionales antes que las producciones cinematográficas internacionales. Dichos acuerdos se trasladan directamente al ámbito televisivo a la cuota de proyección de material cinematográfico en sus parillas, esto se encuentra consignado en el artículo dos en su primer párrafo que enuncia lo siguiente:

Las modificaciones realizadas en el Artículo 4 (Ley 680 de 2001) exponen que estas condiciones las deben cumplir todos los operadores nacionales de forma trimestral, con porcentajes mínimos de emisión de producción nacional de esta manera dispuestos:

- De las 19:00 horas a las 22:30 horas (triple A), el 70% de la programación será producción nacional.
- De las 22:30 horas a las 24:00 horas, el 50% de la programación será de producción nacional.
- De las 00:00 horas a las 10:00 horas, el 100% de la programación será libre.
- De las 10:00 horas a las 19:00 horas el 50% será programación de producción nacional.
- PARÁGRAFO. En sábados, domingos y festivos el porcentaje de producción nacional será mínimo del 50% en horario triple A. (Ley 680, 2001, art. 4)

Los canales señalados a participar dentro de esta política son aquellos operadores públicos o de televisión abierta, nunca se llaman a la obligatoriedad a los canales privados, que son quienes tienen las más altas cifras de *rating* en sintonía, y que por razones empresariales se van a interesar en los productos por ellos financiados. El resto de las producciones cinematográficas que son el grueso de las propuestas filmicas del país, se ve obligado a ejecutar acuerdos que quizá no sean los más lucrativos y provechosos para los realizadores, y que a partir las políticas públicas no encuentran una garantía que permita que sus películas se presenten con un tiempo prudencial para exhibirse en las pantallas de teatros nacionales. Por ello, los productores y realizadores de películas independientes deben realizar estrategias desde la misma concepción de la

obra: preproducción producción y postproducción en cuanto a exhibición y promoción de su *film* se refiere. La creación de un diseño comercial para establecer alianzas con las que puedan conseguir que la pieza audiovisual obtenga un proceso más eficiente es fundamental para conseguir resultados económicos favorables; de esta manera no quedará sometida a acuerdos que sesguen sus mercados o a limitantes con empresas exhibidoras que no den la importancia necesaria para la visibilidad del producto audiovisual.

**V. FONDO DE DESARROLLO CINEMATOGRAFICO Y  
PRO-IMÁGENES COLOMBIA: DIAGNÓSTICO,  
POLÍTICAS Y FOMENTO**

## **V.1. Exhibidores, salas y taquilla**

El arte de narrar con imágenes en movimiento nace con la misma intención de la fotografía: retratar realidades, ser un observador diligente de la cotidianidad de los entornos y con estas miradas proponer puntos de vista en los cuales se enmarquen situaciones y personajes particulares que lleven a desarrollar historias tan fascinantes y fantásticas que en nuestra imaginación puedan vivir eternamente. Contenía entonces el arte cinematográfico una concepción ritual, el acto de vivir historias dentro de ese entorno y se convertía en algo sublime. Toda una experiencia única a los ojos del espectador.

El arte cinematográfico se fue desarrollando desde diversas perspectivas, porque con el correr del tiempo las tecnologías y los cambios en la historia hicieron más fácil la reproducción de éste y con ello se diversificaron las narrativas. También cambió la manera de concebir el mismo arte, ya que encuentra esta forma de expresión en la reproductividad técnica, una forma de instaurarse en las sociedades. Además, generar una industria que cambiaría la visión de las masas creando un entramado de sueños que poco a poco se fuese materializando en formas de capital para los grandes emporios, que luego dominarían la industria a nivel global. Para Walter Benjamín (1936) este acto reproductivo despoja a la obra de arte de su aura, transformándola en una pieza de exhibición que se descompone alejándola de su valor ritual.

La obra cinematográfica, aunque carece de un valor ritual o de culto, tiene un valor transformador. Estas representaciones contienen en sí un valor emancipador para el espectador: una secuencia de imágenes que le permite al asistente de una proyección reconocerse y reconocer los códigos comunes que lo representan y configuran una sensación de identidad dentro de la construcción de un modelo de nación.

Es así como el acto del cine a través del tiempo se hace ritual. Un instante donde la proyección transporta a nuevas dimensiones al público que inmerso en estos universos busca su propia representación.

La industria cultural de la cinematografía ha entendido bien este concepto y por

ello ha desarrollado estrategias para mantener vivo este acto ritual como forma de cohesión social. La producción filmica colombiana no es ajena a estas estrategias. Por esto, dentro de sus formulaciones para sostener la cinematografía nacional crea tácticas para que su cine siga vivo y retroalimentable.

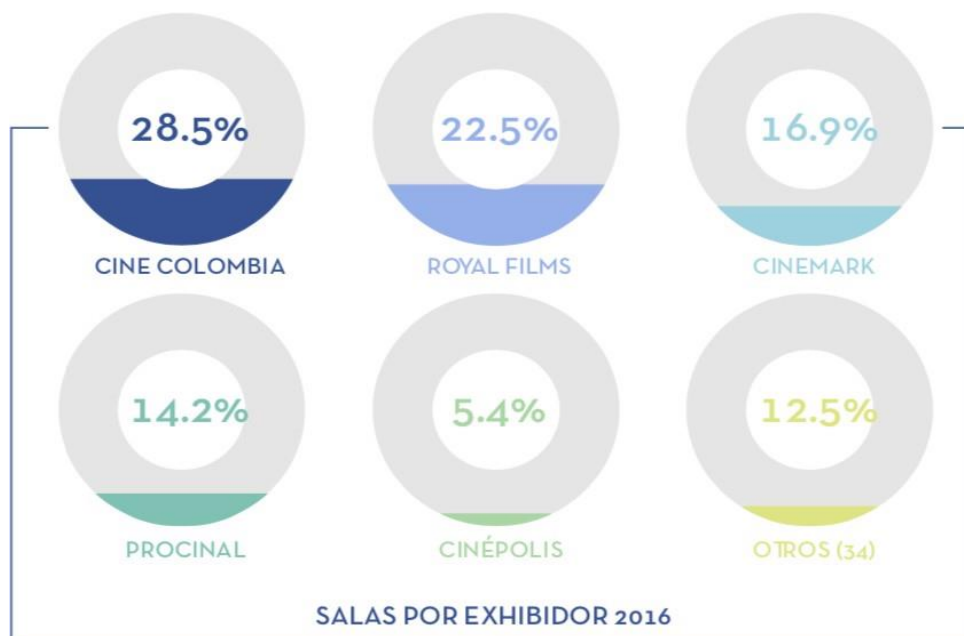
De esta manera es como se asegura que el público asista a las salas de cine a consumir las propuestas de cine nacional. Cuando se desarrolla la presentación de una producción, se convierte en el camino directo para la obtención de capital económico para recuperar la inversión realizada en una producción cinematográfica. La venta de boletería es la recepción en dinero que no solo solventará la deuda adquirida para la realización de dicho *film*, sino que sirve de plataforma para solventar e incrementar la producción de nuevas propuestas cinematográficas.

Este incremento en los montos de recaudación e inversión en la industria filmica nacional se hace evidente en la taquilla y en las audiencias para la apreciación del cine colombiano, que año a año se incrementan debido a las crecientes producciones y su presencia cada vez más constante en las salas de todo el país.

En la programación cultural de la cartelera nacional a partir de la ejecución de la ley de cine se ha visto un incremento de los públicos congregados alrededor de las cintas nacionales. Evento que queda registrado en la taquilla y en los índices estadísticos realizados por Proimágenes en su página web, en el área de cine en cifras (Proimágenes, 2002b). Dentro de los análisis que se presentan alrededor de la industria cinematográfica se concluye que el negocio de la exhibición es la parte más rentable del ejercicio cinematográfico, contando que en Colombia existen cinco grandes monopolios dedicados a esta tarea (Cine Colombia, Cinemark, Royal films, Cinopolis y Procinal) y un minoritario grupo de salas alternas.

Dichas compañías exhibidoras en el año 2016 como se puede apreciar en la figura 7 abarcaron el 91.6% de las salas del país con un total del 91.4% de sillas, sumando en total 921 salas y 165.416 sillas en todo el país. En total al cierre del





**Figura 7. Salas por exhibidor en el año 2016** (Fuente: *Anuario Estadístico Cinematográfico 2016* pág. 7)

año 2016 en Colombia se llegó a 1.006 de salas disponibles. Salas que estuvieron distribuidas en 60 municipios y en 24 departamentos. En Bogotá reunió la mayor cantidad de pantallas y sillas del país: 275 salas y 52.726 sillas. El crecimiento en complejos dispuesto para la cultura cinematográfica del país ha venido creciendo exponencialmente año a año, no solo en las grandes ciudades, también en municipios como la Ceja (Antioquia), Villeta (Cundinamarca), el Archipiélago de San Andrés, providencia y santa Catalina, (Primágenes, 2016) quienes cuentan con dos salas, gracias a la ejecución de programas de la política cultural como él (PAN).

Otra de las alternativas y programas que se encuentran bajo la estructuración de la ley de cine y que se ejecutan de forma paralela a las grandes cadenas de exhibición ya antes expuestas, son las salas alternas de cinematografía. Circuitos conformados por universidades, centros culturales, bibliotecas, cineclubes, y cajas de compensación.

Estos espacios son dispuestos para que no solo se exhiba cine, también funcionan como espacios para construir una apreciación del mismo y donde la apertura de foros de discusión se gesten, a fines de fomentar el análisis crítico de la creación de historias narradas con imágenes y el entendimiento del cine en sí.

Como se aprecia en la gráfica anterior, la tendencia es la desaparición de dichos espacios ya que las inversiones en infraestructura de exhibición cuentan con un incentivo según el cual los productores, exhibidores y distribuidores que capitalicen o reserven las utilidades de un año fiscal para reinversiones nuevas en las mismas actividades tienen derecho a una exención tributaria del 50% sobre las sumas reservadas para reinversiones nuevas en las mismas actividades (Navarro *et al.* 2010, p. 533 ; (Ley 397, art. 6, 1997 ; Ley 814, art. 15, 2003). Bajo esta directriz la tendencia es la desaparición paulatina de las salas alternas y el fortalecimiento de los grandes exhibidores.

Los grandes complejos de exhibición han centrado sus esfuerzos en las urbes del país y eventualmente expandiéndose a medianas ciudades en forma progresiva como lo vimos anteriormente, ubicándose en sectores económicos de clase media, media alta y alta (Ministerio de Cultura, 2009c, p. 15), creando con ello un circuito cerrado donde mantienen la hegemonía en cuanto a la exhibición de cine, obstruyendo aún más la oferta cultural de cine independiente.

Marcela Trujillo y Ramiro Arbeláez en *“El arte de la exhibición cinematográfica”* (2004) manifiesta que además del lucro financiero, una sala alterna tiene objetivos adicionales a los que definen a las salas conocidas como “teatros comerciales”.

La sala alterna tiene propósitos culturales, artísticos o educativos, explícitos o implícitos; le interesan las ganancias económicas en la medida en que le ayuden a mejorar el cumplimiento de este otro tipo de objetivos (Ibidem).

Las salas de cine alternas brindan ofertas cinematográficas específicas, donde se encuentran películas de cine independiente, cine de autor, también cine arte,



**Figura 8. Compendio circuito salas alternas a nivel nacional 2016** (Fuente: *Anuario Estadístico Cinematográfico 2016* pág. 8)

cine periférico y tercer cine (*ibidem*).<sup>24</sup>

Esta oferta cinematográfica recibe una apreciación minuciosa en las muestras cinematográficas independientes donde sus valores de exhibición se priorizan, ya que este tipo de producciones están direccionadas con fines de apreciación artística, educativa y cultural.

Con el propósito de fomentar e impulsar el desarrollo de este circuito cinematográfico, desde el Ministerio de cultura y la Dirección de Cinematografía se crea el programa de salas alternas (figura 8); programa que ha venido adelantando estrategias que se basan en tres ejes temáticos:

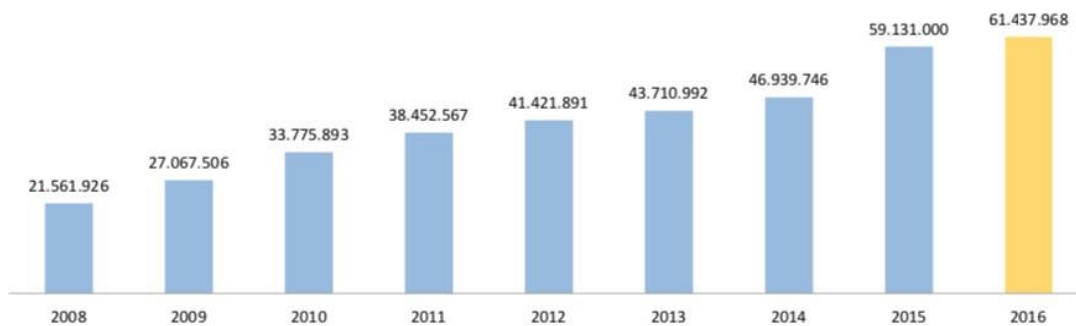
<sup>24</sup>Cine independiente: cuando los realizadores no necesariamente se rigen por los estándares económicos o de producción del mercado. Cine de autor: cuando expresa el universo propio y reconocible de un director. Cine periférico: cuando cultural, geográfica o económicamente se realiza al margen de los principales centros de producción cinematográfica en el mundo. Tercer cine: fue una expresión muy usada en los años sesenta para identificar a un cine de militancia política, realizado en países cultural y económicamente dependientes, especialmente de África y Latinoamérica.

- Inventario y diagnóstico.
- Acompañamiento y capacitación de gestores de salas.
- Apoyo al fortalecimiento de un circuito de exhibición alterna (Trujillo y Arbeláez, 2004).

El proyecto de salas alternas bajo la tutela del FDC ha aunado fuerzas en su interés por desarrollar estos procesos vinculándose con el proyecto de la Fundación Red Nacional de Salas Alternas *Red Kaymán*.

El objetivo de la red es buscar la promoción interna y desarrollar la gestión y el impulso de estrategias para formación de públicos. Esto, en torno al fortalecimiento y análisis de las artes audiovisuales. También se procura una sistematización de las taquillas en dichas salas en el Sistema de Información y Registro Cinematográfico (SIREC), ya que en él se lleva un sistema de registro confiable de la asistencia de públicos. Además, la Red Kaymán pretende ser pionera en el aprovechamiento de las oportunidades que abre el entorno de la distribución y exhibición digital, mediante el fomento de redes de distribución y exhibición que pueden suponer una eficaz estrategia cultural y económica para la difusión del cine nacional e internacional (Trujillo y Arbeláez, 2004).

En los balances anuales donde se presentan estadísticas a nivel de taquilla en Proimágenes Colombia, el panorama resulta ser alentador. Año tras año los niveles de aforo y participación de los espectadores al congregarse en salas para apreciar su cine cada vez es más alto. Esto presenta un aliciente a los realizadores y productores nacionales que cada vez presentan con más astucia sus propuestas para hacerse al patrocinio del FDC. Las metas propuestas por la Ley de Cine al parecer dan fruto, destinando el mayor porcentaje del recaudo a la producción de cine nacional. Así, bajo esta visión, tal como sostenía Walter Benjamín “la cantidad se ha convertido en calidad: el crecimiento masivo del número de participantes ha modificado la índole de su participación” (1936/1989, p. 52). Y es, que en los números se presentan panoramas alentadores para las nuevas financiaciones de proyectos y réditos recaudados por la industria cinematográfica colombiana, al igual que en el escenario de la formación de públicos el horizonte es igual de alentador (figura 9).



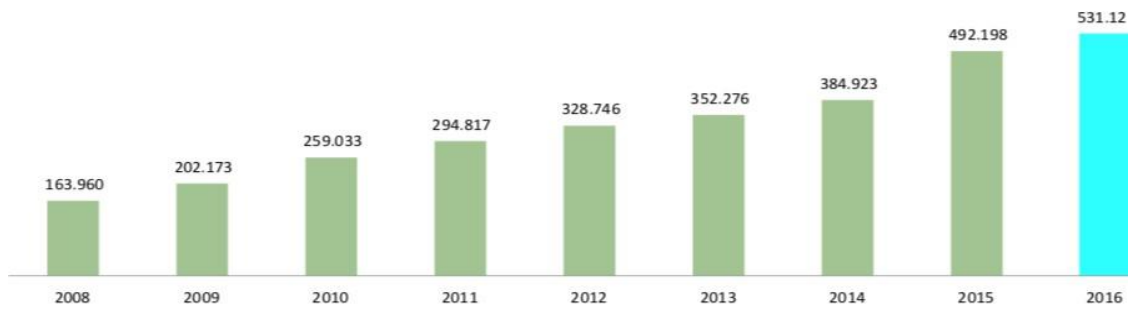
AÑO	ESPECTADORES
2008	21.561.926
2009	27.067.506
2010	33.775.893
2011	38.452.567
2012	41.421.891
2013	43.710.992
2014	46.939.746
2015	59.131.000
2016	61.437.968

**Figura 9. Histórico del sector cinematográfico** (Fuente: Ministerio de Cultura histórico del sector cinematográfico en Colombia, documento en línea disponible en: <https://docer.com.ar/doc/xex8n15>)

El comportamiento en la línea de crecimiento es constante y la cantidad de asistentes a salas crece de la misma manera que se abren complejos cinematográficos por todo el país. Los números en la taquilla también se ven atractivos. La asistencia a las salas de cine del país aumenta aproximadamente en 5000 espectadores por año lo que indica que es una buena proyección en cuanto asistencia se refiere para la cinematografía del país.

El panorama económico es igual de favorable frente al ingreso de capital que se observa. El público colombiano asiste con notable frecuencia a las salas de cine, teniendo como cifra final al cierre del 2016 el valor de \$531.121 millones de pesos. (figura 10).

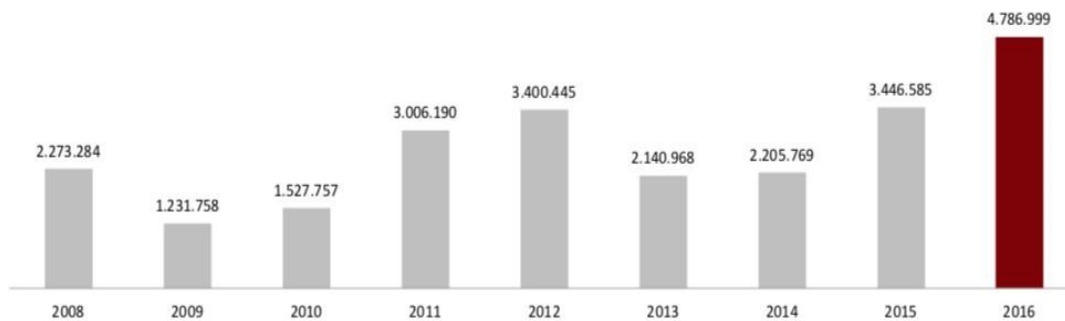
Una cifra bastante buena para los proyectos futuros a producir y financiar por el FDC.



AÑO	TAQUILLA Millones \$
2008	163.960
2009	202.173
2010	259.033
2011	294.817
2012	328.746
2013	352.276
2014	384.923
2015	492.198
2016	531.121

**Figura 10. Taquillas en salas de cine en el período 2008-2016** (Fuente: Ministerio de Cultura histórico del sector cinematográfico en Colombia, documento en línea disponible en: <https://docer.com.ar/doc/xex8n15>)

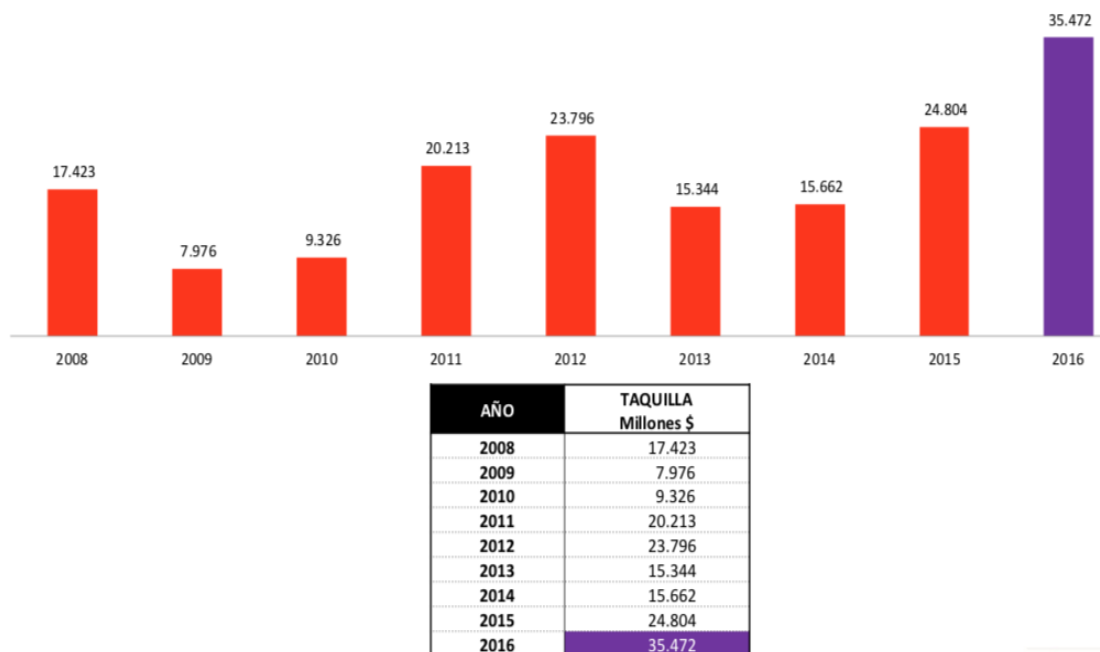
Ahora en el comparativo con la asistencia y la taquilla de las películas colombianas, descubrimos una brecha—significativa de público y de dinero (figuras 11 y 12).



AÑO	ESPECTADORES
2008	2.273.284
2009	1.231.758
2010	1.527.757
2011	3.006.190
2012	3.400.445
2013	2.140.968
2014	2.205.769
2015	3.446.585
2016	4.786.999



**Figura 11. Espectadores de Películas Colombianas, período 2008-2016** (Fuente: Ministerio de Cultura histórico del sector cinematográfico en Colombia, documento en línea disponible en: <https://docer.com.ar/doc/xex8n15>)



**Figura 12. Taquilla en películas colombianas, período 2008-2016, expresado en millones de pesos** (Fuente: Ministerio de Cultura, histórico del sector cinematográfico en Colombia, documento en línea disponible en: <https://docer.com.ar/doc/xex8n15>)

En Colombia las cifras de producción cinematográfica aumentan cada año y esto haría parecer que en cuanto más cantidad de producciones realizadas mejor calidad de cine se está realizando. Sin embargo, según algunos académicos existe una coyuntura que es que “el aumento en la producción no tiene ninguna incidencia en el aumento del público y si contradictoriamente en su disminución” (D’abbraccio Krentzer, 2015, p 43).

Con respecto a esta aseveración, hay que tener en cuenta la enunciación de Benjamín en la segunda parte de su frase, ya que esta alude a que, si existía o existe un interés por la filmografía nacional, al espectador se le ha cambiado la imagen, y no se siente identificado con ella y por tal motivo se ha distanciado.

Otras observaciones hacen parte de este panorama, como la de la investigadora Liliana Castañeda López (2011), quien afirma que más allá del género, las narrativas actuales representan otra fuente importante de conflicto entre los principios de apoyo oficial y lo que se ve en la pantalla. Los críticos de cine han

señalado el énfasis de los largometrajes respecto de la recreación de temas de la clase media, urbana, popular, masculina y tradicionalista que no sólo ha excluido propuestas innovadoras en cuanto a la estética y a los guiones, sino a grupos sociales que no se sienten representados debido a su género, religión, clase social, cultura u orientación sexual. Los retos que se presentan en la industria cinematográfica actual no son menores. No atañen tan solo a los niveles de producciones y exhibición, la formación de públicos es indispensable para que la cinematografía nacional sea auto sostenible, la enseñanza por la apreciación de la cinematografía nacional y su mensaje es primordial.

Una de las razones de ser del cine es su capacidad de interpretar historias y reproducir realidades, en una geografía y una sociedad determinadas. Todas las situaciones que se plantean dentro de la pantalla recrean personajes llenos de valores, esperanzas y conflictos, que configuran una identidad nacional, pero esta complejidad debe advertir a que público se le están ofreciendo dichas propuestas. Estas representaciones en algunos casos están viciadas por relatos monotemáticos que no son del gusto del espectador que acude a las salas. Para Rivera Betancur (2011) un sector del público ve con malos ojos las películas colombianas y hablan mal de su cine con base en el reconocimiento de muy pocos títulos. La responsabilidad no es solo de público. La mala relación se basa en experiencias anteriores con películas de mala calidad, problemas de exhibición y falta de formación de públicos (Rivera-Betancur, 2014, p. 136).

Estas características son las que generan una evaluación *a priori* sobre el desarrollo y las temáticas de la industria cinematográfica en Colombia, sesgando los procesos de identificación con los relatos locales. Por tanto, es de vital importancia que la industria cinematográfica, apoyándose en las legislaciones creadas siga desarrollando una cultura audiovisual en su público, incrementando el valor por la producción local, que sienta afinidad y se identifique con el mismo, y de esta manera lograra develar los intereses del público y la relación inherente entre cine y espectador.



## **VI. GESTIÓN Y DESARROLLO DEL AUDIOVISUAL EN COLOMBIA**

## **VI.1. Programas y estímulos**

La apuesta por la dinamización de la industria fílmica nacional, junto con la ejecución de la ley de cine, han llevado a una transformación sobre la percepción de nuestros valores y los códigos de comunicación propios que se ven representados en las historias desarrolladas a nivel interno por los realizadores. Esto ha generado un fortalecimiento en la producción nacional y el consumo de cine local.

Debido a la implementación de las distintas herramientas y organismos con lo que cuenta la ley de cine para llevar sus proyectos a cabo, el Plan Nacional Audiovisual (PAN) realiza uno de los procesos más visibles desde la aprobación de la ley.

El objetivo del PAN es desarrollar una serie de iniciativas a largo plazo con las cuales se puedan ejecutar procesos de formación de la cultura audiovisual a nivel regional, a través de los cuales se impulse el desarrollo social de las comunidades por medio de la realización de piezas audiovisuales que den cuenta de sus identidades, costumbres y formas de representación, alcanzando con esto una radiografía de los códigos y valores culturales de cada región.

Con esto el PAN desde 2007 se adhiere al espíritu de la ley, logrando la exposición y visibilización de la pluriculturalidad con la que cuenta el territorio colombiano.

El PAN como estrategia de fortalecimiento de la cultura audiovisual en el país, ofrece a los pobladores de diversas comunidades la posibilidad de obtener estímulos y becas en diversas áreas de formación del audiovisual para narrar sus historias desde una mirada crítica generadora de sentido social. Entre las estrategias del PAN se encuentran las iniciativas como “La maleta de películas” y “Cine en el cerebro”, tácticas con las cuales el Ministerio de Cultura ha logrado insertarse a lo largo de diez años y con las cuales ha permitido que el acceso a la cultura y el material cinematográfico sea más diverso.

El PAN consta de tres líneas de acción con las que brinda la posibilidad a las

comunidades de verse y pensarse desde lo local a través del quehacer audiovisual.

1. Oferta integral de estímulos y becas.
2. Seguimiento y acompañamiento a los procesos de producción, formación de públicos y formación de realizadores.
3. Estrategias de sensibilización y comunicaciones.

Éstas, a su vez se desglosan de la siguiente manera:

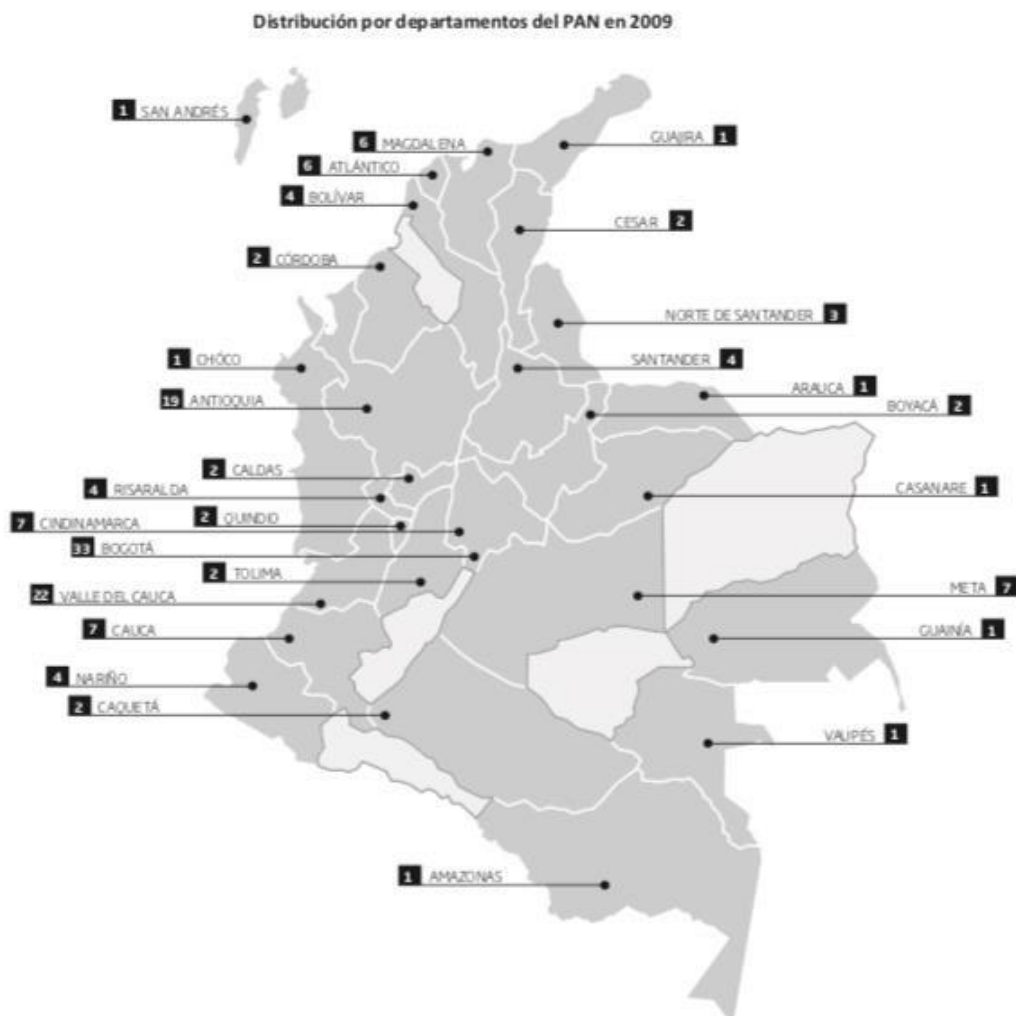
1. Investigación, becas de Investigación.
2. Realización de obras, becas de coproducción convocatorias FDC.
3. Formación de nuevos realizadores, Programa *Imaginando Nuestra Imagen* (INI).

En el transcurso del año 2008 y 2009 se presentaron 880 proyectos (figura 13), 192 fueron aprobados y se les otorgaron estímulos. Asimismo, estaban distribuidos en 28 departamentos del país. Se advierte que el proyecto PAN como iniciativa de promoción de la cultura audiovisual hace aparición en lugares del país donde no se cuenta con una presencia del Estado para la promoción de la cultura cinematográfica (Ministerio de Cultura República de Colombia, 2010).

De acuerdo con otras ejecuciones propuestas por el proyecto PAN en la región Caribe y del Pacífico se instauraron dos observatorios audiovisuales con el fin de dar cuenta de la diversidad de la región y hacer evidencia de su identidad, culturas y costumbres. La finalidad de este proyecto es la de realizar estudios acerca de las prácticas del audiovisual en estas regiones, y con ello adherir estas muestras a los calendarios anuales cinematográficos que muestren las diversidades locales, y cómo estas conforman la identidad y la memoria histórica de la región.

Esto coincide con la postura que destaca que el cine es un importante mecanismo de transmisión y construcción de posturas sociales, económicas y políticas. Y que, además debería a través de las producciones autóctonas, buscar la creación de una identidad latinoamericana, en la que se propongan formas distintas al desarrollo propuesto por otras sociedades (Sierra Duque, 2013, p.106).

PROYECTOS PAN 2008-2009		
	Presentados	Apoyados
2008	353	43
2009	535	149
<b>Totales</b>	<b>880</b>	<b>192</b>



**Figura 13. Proyectos PAN 2008-2009** (Fuente: *Ministerio de Cultura, república de Colombia, 2010, p. 519*)

En este marco, el audiovisual por su impacto mediático se convierte en una vitrina para fomentar distintos mensajes a través de narrativas donde se pongan en evidencia los diversos modelos de producción para las imágenes en movimiento. Así quienes se vinculen a estos proyectos, se convierten en

expositores y exploradores de narrativas donde la situación local permite reevaluar y reconfigurar su visión del entorno local por medio de expresiones autóctonas, generando a través de la cinematografía la reconfiguración códigos de identidad propios.

## **VI.2. Proimágenes, FDC y sus directrices**

Desde el modelo de gestión del Ministerio de Cultura se propone que el FDC; bajo la supervisión del Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC), tenga tres lineamientos para el desarrollo de la industria cinematográfica:

1. El financiamiento de proyectos audiovisuales y sus diversas propuestas en pos del desarrollo de la industria nacional.
2. El otorgamiento de estímulos tributarios para donaciones a proyectos cinematográficos.
3. La titularización de proyectos cinematográficos.

El modelo de financiamiento se da por medio de una cuota recaudada por los pagos de los exhibidores, distribuidores y productores como resultado de la exhibición de obras cinematográficas en las salas del país. Dichos recursos deben reinvertirse en el mismo desarrollo del sector. Estos recursos pertenecen a las arcas públicas y son objeto de vigilancia por parte de organismos del Estado; en cuestión de los temas de control financiero se encuentra a cargo la Contraloría General de la Nación.<sup>25</sup> Las posibles evasiones de aportes están supervisadas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).<sup>26</sup>

El destino de estos recursos administrados por el CNACC y distribuidos por el

---

<sup>25</sup> La Contraloría General de la República (CGR) es el máximo órgano de control fiscal del Estado. Como tal, tiene la misión de procurar el buen uso de los recursos y bienes públicos y contribuir a la modernización del Estado, mediante acciones de mejoramiento continuo en las distintas entidades públicas.

<sup>26</sup> La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) es un organismo adscrito al Ministerio de Hacienda y Crédito Público del Gobierno colombiano. Una entidad gubernamental técnica y especializada que tiene como objetivo coadyuvar a garantizar la seguridad fiscal del Estado y que goza de personería jurídica propia.

FDC se realiza por medio de convocatorias públicas en varios escenarios. Los proyectos beneficiados son los seleccionados por comités de evaluación nombrados por el mismo consejo.

Los recursos se discriminan de la siguiente manera: el 70% se destina a la producción cinematográfica de las obras por medio de subvenciones no reembolsables, esto propuesto por el Ministerio de Cultura a través del FDC. Para acceder a estos beneficios se realizan concursos públicos a través de las convocatorias desarrolladas por el Fondo. Dichas convocatorias se realizan de forma anual y están abiertas a todas las propuestas y a todas las etapas que se encuentren en proceso de producción, llegando hasta la etapa de promoción y exhibición.

Con esta propuesta en la política de cine, la ley busca fomentar de manera integral proyectos cinematográficos colombianos en todas sus etapas, desde el desarrollo de guiones y proyectos hasta la producción, postproducción y finalmente la promoción, distribución y exhibición de las piezas filmicas nacionales, aspecto que explicaremos más adelante en este texto en cuanto a la última etapa de la inversión de los estímulos.

Según lo establecido en la Ley de Cine, para la mejor distribución de los recursos estos se asignarán en dos formas: los estímulos se entregarán de forma automática y por concurso, y se otorgarán de forma anual a través de concursos en dos modalidades fundamentalmente:

- Para la promoción de largometrajes en el territorio nacional.
- Para la participación internacional; en este campo se incluyen tanto participación de largometrajes en festivales, como la participación de proyectos en encuentros y talleres (Acosta Lara, 2009, p. 26).

Dentro de la propuesta política estipulada por la Ley, el 30% restante de los estímulos se otorgan a un campo más amplio de aspectos del sector cinematográfico donde se invertirá desde la escritura de guion de investigación para documental, para producción y realización en todas las áreas, para formación para el sector cinematográfico, también en programas de formación de públicos y productores, preservación de la memoria histórica audiovisual y

otras áreas.

Para el otorgamiento de estímulos tributarios para inversiones y donaciones a proyectos cinematográficos, se propone la disminución en los impuestos de donantes e inversionistas, contribuyentes del tributo a la renta. Estos pueden deducir de su base gravable el 125% del valor invertido o donado.

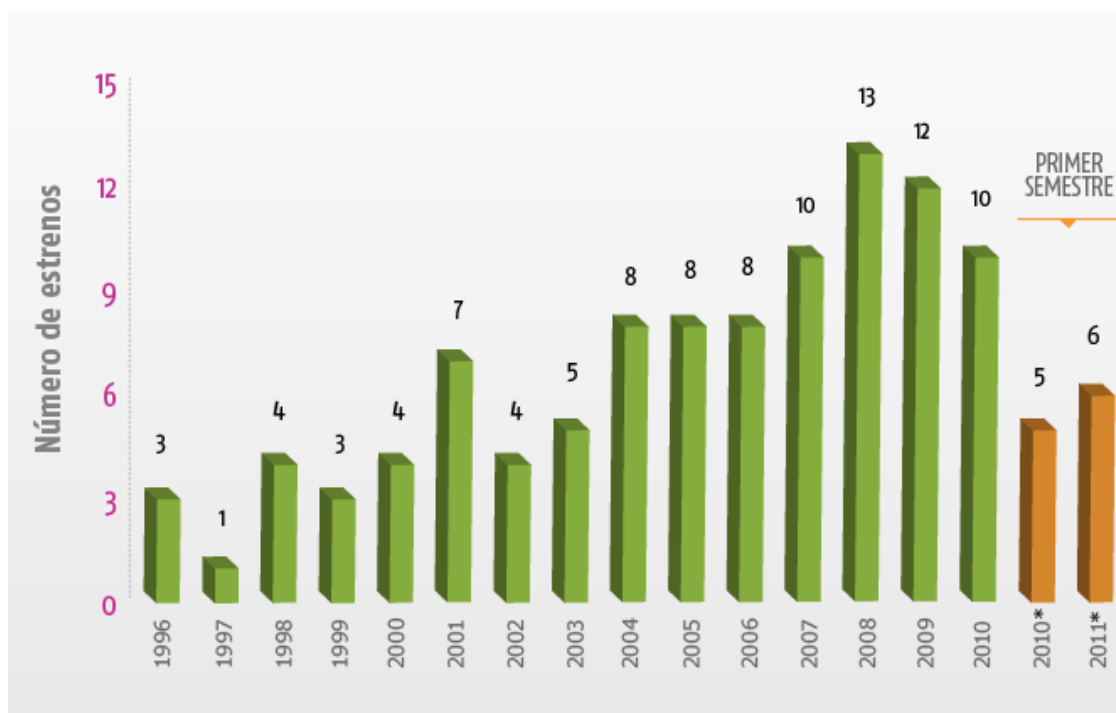
Para que esto sea posible el plan debe tener el reconocimiento como proyecto nacional. Para la titularización de las propuestas cinematográficas, el productor puede tramitarlo en el mercado de valores para que pueda ser transado como activo financiero por parte de los particulares. Las ganancias que se obtengan en la taquilla y otras ventanas de exhibición serán distribuidas proporcionalmente entre los accionistas (Acosta Lara, 2009, p. 27).

### **VI. 3. Producción cinematográfica**

Desde la creación de la Ley de Cine, se han mostrado avances tanto en la cantidad como en la calidad de las representaciones audiovisuales de la industria colombiana.

Desde la promulgación de la Ley de Cultura N° 397, de 1997 hasta el 2003 (año en que nace la Ley de Cine) se estrenan en total 28 producciones colombianas. Después de la puesta en marcha la Ley de Cine, se observa un incremento progresivo en la realización de producciones nacionales. La cartelera nacional en sus tres primeros años mantiene un margen estable con 8 producciones en estreno anual, con excepción de los años 2008 y 2009 donde se presentaron dos picos interesantes: 13 películas nacionales en 2008, y 12 películas nacionales, respectivamente y entre ellos, dos documentales (figura 14).

Estas cifras siguen creciendo entre los años 2011 hasta el 2016, en los que se estrenaron en total 161 películas nacionales, dejando en evidencia que la producción fílmica nacional goza de un momento saludable para la proposición



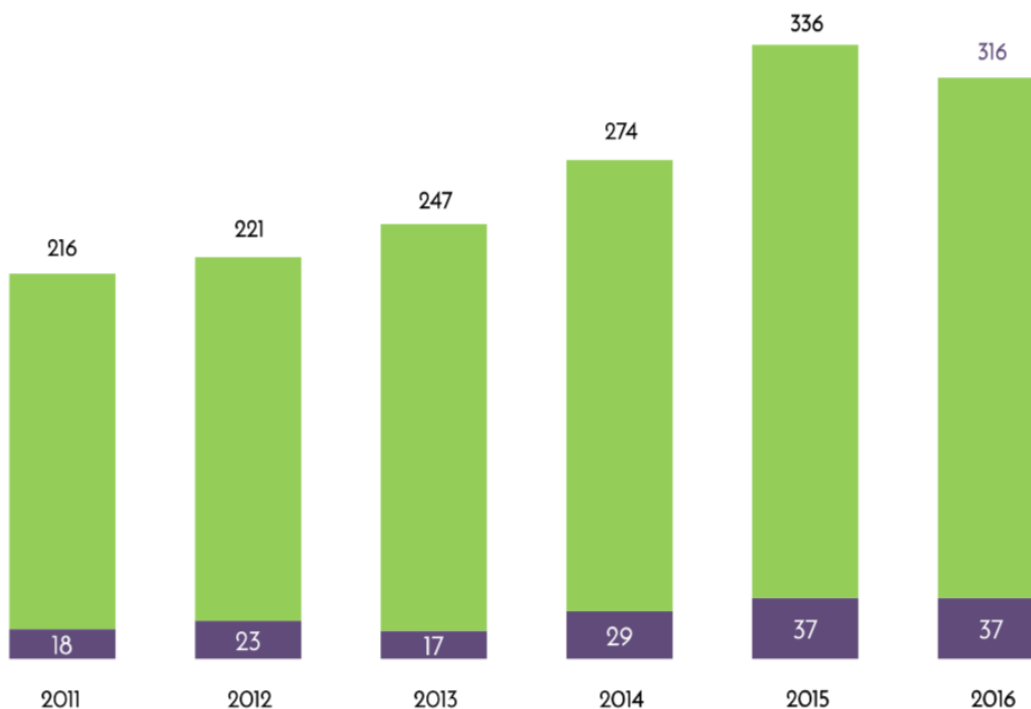
**Figura 14. Estadística, estrenos películas nacionales Periodo 1996 a 2010** (fuente: Fedesarrollo, grafica tomada de *Pro-imágenes Colombia*, documento electrónico en línea: [https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/216/Repor\\_Abril\\_2009\\_Raina\\_Zuluaga\\_y\\_Salamanca.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/216/Repor_Abril_2009_Raina_Zuluaga_y_Salamanca.pdf?sequence=3&isAllowed=y))

de nuevas narrativas en géneros, y la formulación de historias.

En comparación a los estrenos anuales de cine a nivel internacional, la industria colombiana comienza a hacerse notar dentro del espectro, a nivel de estrenos y taquilla en las salas nacionales. Así lo muestra el siguiente gráfico (figura 15).

Los datos demuestran que las propuestas en políticas hacia la cultura y el cine están dando resultados visibles dentro de la producción. Inciden además en la búsqueda economía de un sector cinematográfico más dinámico en relación al estreno de producciones que se proponen postular en la cartelera de forma anual. De esta manera, se otorga un reconocimiento local y se posiciona a la industria fílmica nacional a nivel de la región.





**Figura 15. Estadística estrenos nacionales versus estrenos internacionales, años 2011-2016** (Fuente: Informe industria cinematográfica, Cine Colombia)

Teniendo en cuenta la información anterior, también podemos realizar una evaluación después de la entrada en vigor de la Ley de Cine, haciendo foco en la producción de largometrajes. Sin embargo, para ahondar en este campo debemos analizar la producción cinematográfica más a fondo, teniendo en cuenta aspectos relacionados a la divulgación y exhibición de filmes y cómo la carencia de estos dos factores a ocasionado que algunas piezas cinematográficas que han sido relevantes en el exterior, haciendo presencia en festivales internacionales logrando gran reconocimiento, han pasado casi desapercibidas a nivel local, obteniendo tiempos cortos de exhibición, baja promoción y divulgación en medios, estos factores son primordiales para conseguir los réditos suficiente en las taquillas que permitan seguir dinamizando la industria y la educación de públicos.

Por otro lado, desde la concepción y ejecución de la Ley de Cine, se han presentado notables inversiones y recursos económicos para la producción y gestión de la industria cinematográfica, gracias al modelo de recepción que

AÑO	RECAUDO (\$ COL)	RECAUDO (\$ USD)
2003 (Ago - Dic)	1.851.018.568	643.273
2004	6.394.926.619	2.435.031
2005	5.816.758.144	2.506.391
2006	6.317.277.050	2.679.105
2007	6.569.619.586	3.160.978
2008	6.907.736.033	3.513.135
2009	9.846.234.133	4.566.285
2010	13.780.502.720	7.260.960
2011	15.629.752.488	8.456.880
2012	15.867.630.786	8.824.027
2013	17.139.009.816	9.170.640
2014	18.818.198.453	9.407.547
<b>TOTAL</b>	<b>124.938.664.396</b>	<b>62.624.253</b>

**Figura 16. Recaudación** (Fuente: *Anuario estadístico cine colombiano 2014* / Ministerio de cultura - Dirección de cinematografía 2014 / SIREC - Ministerio de cultura - Dirección de cinematografía. Corte 31 de diciembre de 2014)

ofrece el FDC; junto con la captación de capital privado la industria cinematográfica ha logrado niveles de producción y audiencias jamás contemplados.

Arrancando en el año 2004 con una inversión de \$ 6.394.926,619 millones de pesos colombianos, totalmente destinados al diseño de producción y andamiaje de exhibición, para el año 2014 esta cifra de inversión se triplicó con un monto que correspondió a \$18.818.198,453 millones de pesos colombianos (Ministerio de cultura, 2014).

En poco más de una década de estar en marcha la Ley de Cine, la recaudación del FDC para el 2014 llega a una cifra de \$124.938.664,396 millones de pesos, esto serían USD 62.624.253 de inversión para la producción y exhibición de la industria fílmica nacional (Flórez Vargas, 2016) (figura 16).

**VII. PROBLEMÁTICAS DE LOS REALIZADORES Y SUS  
NUEVAS PROPUESTAS EN EL MARCO DE LA NACIENTE  
INDUSTRIA**

## VII. 1. Estrategias y formas para dinamizar el cine

Una de las dificultades a la que se ven enfrentados los directores y los nuevos realizadores al tratar de promocionar y posicionar sus obras cinematográficas, es la falta de renombre. Si bien dentro de la Ley de Cine y sus políticas concordantes existen programas y festivales que catapultan o dan prelación a las óperas primas, la falta de reconocimiento es un elemento que juega en contra al momento de convocar espectadores para apreciar estas producciones.

Para Felipe Montoya coordinador de programación del Festival de Cortos de Bogotá "*Bogo short*", la forma de hacerse conocer y crear un camino dentro del sector audiovisual es por medio del cortometraje. Narrar historias en formato corto permite un acercamiento con nuestras realidades y sus personajes. Además de ofrecer la oportunidad de participar en festivales y así hacerse conocer dentro de la esfera del audiovisual,<sup>27</sup> la elaboración de estas producciones de formato corto sirve para promocionarse dentro del sector, pues es una alternativa económica que permite a los realizadores demostrar sus capacidades técnicas. Es necesario considerar que los cortometrajes son fáciles de distribuir (Cepeda Palacios, 2018, p. 120), sea por las redes sociales, portales digitales o en festivales.

Una de las estrategias del mercado fílmico colombiano —y que es muy común no solo en el ámbito local sino también en el internacional— es la búsqueda de apoyo en mercados internacionales o las llamadas coproducciones.

En la década de los 90 en la cual el cine colombiano no poseía garantías para la realización de alguna propuesta fílmica, esta fue la luz y la vía para los osados cineastas que no sucumbieron ante la falta de apoyo estatal y se aventuraron a buscar financiamiento fuera de las fronteras. Esta práctica se ha impulsado con más fuerza en el país teniendo en cuenta que para los inversionistas locales, hacer cine en Colombia aún sigue siendo una empresa riesgosa y prefieren antes de invertir, observar quien va a ser el director, o si la propuesta fílmica cuenta con una plantilla de actores de renombre que respalde dicha inversión. De no

---

<sup>27</sup> Comunicación personal 28 de agosto de 2018

presentarse este escenario, prefieren hacerse a un lado en un mercado que se considera incierto y peligroso.

Este riesgo ha sido tomado por inversionistas y productores foráneos, y esto ha llevado a que la mayoría de las producciones locales puedan tener una mayor y mejor exhibición en el exterior, logrando presentarse en festivales y en salas a nivel internacional.

Esto ha pasado con varios de los 233 filmes que se han producido en Colombia hasta 2016 a partir de la entrada en vigor de la Ley de Cine. Y aunque para algunos sectores de la industria cinematográfica internacional preexiste el temor a invertir en una producción fílmica de habla hispana, ya que sigue representando un riesgo en los mercados internacionales gracias a la hegemonía de la filmografía anglo, (Cepeda Palacios, 2018, p. 121). Esta postura ha comenzado a cambiar, ya que las producciones latinoamericanas y colombianas están dotadas altos estándares de calidad en sus producciones. Los abordajes temáticos se han diversificado y han tomado otros enfoques y matices, lo que ha permitido que este cine tenga más reconocimiento en los circuitos del cine mundial.

En el caso particular de Colombia, la nueva generación de cineastas se ha construido junto con las nuevas tecnologías, han tenido la oportunidad de formarse en el exterior y esto les ha permitido ampliar su espectro creativo y abordar las temáticas desde nuevas perspectivas, comenzado a crear lo que podría decirse que es una nueva línea del cine colombiano.

Estas creaciones cinematográficas que ha catapultado la producción cinematográfica en el país a un nivel casi industrial deben su nivel de producción e incentivos a una resolución promulgada en el año 2008, bajo la denominada Ley 1262 de 2008, llamada “Acuerdo Iberoamericano de Coproducción cinematográfica” (Ley 1262, 2008, art. 1). Este acuerdo que opera bajo la supervisión de la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica (CACI), tiene como objetivo apoyar coproducciones cinematográficas entre los países de Iberoamérica y el Caribe; también se enfoca en impulsar la inversión de otros países no aliados dentro de estas propuestas artísticas, esto se hace

expreso en el Artículo 2 de la Ley que señala:

Las obras cinematográficas realizadas en coproducción de conformidad con lo previsto en este acuerdo serán consideradas como nacionales por las autoridades competentes de cada país coproductor, y gozaran de pleno derecho de las ventajas e incentivos fiscales que resulten de aplicación a la industria cinematográfica, que estén en vigor o pudieran ser promulgadas en cada país [...] (Ley 1262, 2008, art. 2).

Hay que tener en cuenta que, para ser partícipes del tratado, los países no miembros no podrán tener una participación mayor al 30% de inversión. En términos creativos y económicos, el productor mayoritario debe ser uno de los países miembros (Ley 1262, 2008, art. 3).

Para llevar a cabo estas reglamentaciones y su correcta ejecución, la entidad que supervisa que estos acuerdos se lleven a feliz término es la Secretaría Ejecutiva de la Cinematografía Iberoamericana (SESI).

De esta manera, observamos que, a la puesta en marcha de la Ley, la filmografía nacional comienza a verse más interesante para los mercados internacionales y sus inversionistas encuentran una forma de producir sus propuestas a más bajo costo y con una altísima calidad.

Es por esto que, si observamos atentamente las producciones cinematográficas a nivel nacional antes del 2008 —fecha en la cual entra en vigor esta Ley— advertimos que solo cinco coproducciones se habían realizado hasta esa fecha y desde la promulgación de la Ley de Cine. Después del año 2008, entre toda la filmografía nacional se encuentran 68 producciones realizadas bajo el amparo de esta resolución; 68 producciones que se realizaron en coproducción, con países dentro del tratado de la CACI y con países invitados.

Entre las coproducciones realizadas con Colombia con países fuera del tratado, se destacan Francia y Alemania con los cuales se han realizado diversas producciones y que con esta fórmula han llevado al cine nacional a galardonarse en los grandes festivales de Europa.

En la región, los países con los que Colombia han desarrollado la mayoría de las coproducciones son México y Argentina, países con los cuales se ha trabajado en múltiples ocasiones para lograr exponer las visiones sobre su cine y la identidad común que en estos se presenta.

En Colombia, como se había advertido anteriormente, la cartelera se ha hecho cada año más extensa. Esto debido al interés que se ha puesto en promocionar la industria cultural cinematográfica por parte del Estado. La multiplicidad de producciones promocionadas, que cuentan historias de la cotidianidad, y que dan cuenta de nuestra identidad, siendo ganadoras de estímulos a nivel local e internacional ha sido variada, pero contrasta con las cifras de recaudo y aforo por parte de las empresas exhibidoras, ya que muchos de estos filmes han pasado casi inadvertidos para el público. Películas como *La sangre y la lluvia* de Jorge Navas (2009); *Los Viajes del viento*, de Ciro Guerra (2009); *El vuelco del Cangrejo*, de Óscar Ruiz Navia (2010); *La Sirga*, de William Vega (2012); *La playa D.C.*, de Juan Andrés Arango (2012); *Pescador*, de Sebastián Cordero (2013); *Hongos*, de Oscar Ruiz Navia (2014); *Tierra en la Lengua*, de Rubén Mendoza (2014); *Las tetas de mi Madre*, de Carlos zapata (2015); *La tierra y la Sombra*, de Cesar Acevedo (2015); *No todo es Vigilia*, de Hermes Paralluelo (2016); *Magallanes*, de Salvador del Solar (2016), presentan las mismas características: buenas propuestas, nuevos directores, coproducciones internacionales, premios internacionales, pero también baja asistencia de público, poca taquilla y muy pocos días en las salas de cine del país. Por estas razones los exhibidores consideran que no todo el público se interesa por consumir “cine de autor”, y que las películas no resultan rentables. Esto ocasiona que permanezcan en cartelera apenas un par de semanas en promedio o en algunos casos menos (Cortes Acosta y Ospina, 2018, p. 256). En contradicción con el panorama antes expuesto, estas propuestas en el exterior son recibidas como un cine novedoso y atrevido que es galardonado con múltiples premios y que representa al país en innumerables festivales.

En este punto es necesario cuestionarse que pasó con todas estas buenas propuestas cinematográficas: ¿No hubo suficiente divulgación y promoción para garantizar una buena exhibición en las salas por parte del Estado?

Se debe considerar si antes de comenzar la grabación del *film* en la instancia de la preproducción se pensó en una propuesta de promoción o una campaña de expectativa. También, si durante su grabación y en el término de la postproducción se realizó una buena estrategia de divulgación, un “voz a voz”. Dinámicas de promoción que vayan más allá de la exhibición de un “*teaser*” para promocionar la película, o un “*tráiler*” propagandístico ya finalizada la producción.

Sin todo este proceso y andamiaje promocional que debe existir para alcanzar los objetivos y que corre por cuenta del productor o los productores, lo más probable es que existan estos resultados presentados en la taquilla por cuenta de estas producciones cinematográficas. También cabe examinar si existió el debido acompañamiento por parte del FDC, para catapultar, promocionar y divulgar las cintas a nivel local, de modo que se genere un interés por parte del público y que de esta manera se convoque a las salas por medio de campañas mediáticas que desemboquen en réditos económicos más sustanciales para el sostenimiento de la industria.

Sumado a esto, si el *film* ha ganado premios internacionales o estímulos del fondo Ibermedia que certifiquen que la producción tiene altos estándares de calidad, y que cuenta con personajes reconocidos dentro del *star system* internacional, se constituyen entonces, un conjunto de elementos que servirán para maquinar estrategias que permitan impulsar la pieza fílmica. De este modo se establecerá una curiosidad más potente dentro del mercado interno, incrementando los números en espectadores y taquilla, construyendo así, una cultura más interesada en su cine y en las dinámicas que se gestan alrededor del mismo.

De igual manera logra conquistar al público, que interesado podrá convocarse en masivamente para apreciar sus historias. Así, se generan sentidos desde los relatos que enmarcan realidades palpables que suceden en su territorio y en su entorno. Relatos que dan fe de su problemática social, revelando su cotidianidad, costumbres e identidad, eliminando ese “sin sabor” que veces deja en el público una producción nacional. De esta forma, alcanza la satisfacción en el espectador, al sentirse identificado con los entornos y las situaciones presentadas en la pantalla y sintiéndose a gusto y motivados al apreciar su cinematografía.



## VII.2. Colombia un territorio para la producción cinematográfica

Bajo la emprendedora consigna de crear identidad nacional a través de la cultura y el territorio, y en pos de originar un cambio en la imagen de Colombia en el extranjero, las políticas públicas nacionales iniciaron un proyecto para gestar la idea de crear la marca país.

Este proyecto que inició en el 2005 aspira enaltecer los recursos naturales, paisajísticos, culturales y demás características que tiene Colombia como país latinoamericano para ofrecer al mundo. Exaltando estas características se inició esta campaña bajo el slogan *“Colombia es Pasión”*. La campaña tenía en ese entonces un objetivo: atraer más inversión en los sectores turísticos y de las exportaciones y bajo sus líneas de acción se buscaba que se hablara bien de Colombia ante el mundo. Por medio de esta estrategia se comenzará a cambiar la imagen que por años se había establecido de Colombia en el extranjero.

Uno de los desafíos significativos que emprendió *“Colombia es Pasión”* fue lograr posicionar la marca país a nivel local y más aún a nivel internacional, buscando el reconocimiento de toda la comunidad. Para lograr este objetivo se valieron de estrategias mediáticas donde se invitaron a varios periodistas de diversas partes del mundo para que *“descubrieran”* Colombia bajo el slogan de *“Colombia el riesgo es que te quieras quedar”*. De esta manera, los invitados se convertirían en voceros de Colombia ante el mundo, estrategia que dio muy buenos resultados dejando el nombre de Colombia en alto frente a la comunidad internacional.

De esta manera el mensaje por cambiar la imagen de Colombia dio sus frutos logrando transformaciones a nivel local, consiguiendo que los nacionales se sintieran más orgullosos de su tierra. En materia económica, se vio reflejado en la confianza de los inversionistas extranjeros, que comenzaron a ver en Colombia un potencial en cuanto a temas de inversión.

Esta campaña de posicionamiento del país por medio de la marca llegó a su fin en el 2011, pero con el constante afán de seguir mejorando la imagen de Colombia en el extranjero y buscando posicionarla en todos los flancos, surge

de forma paralela una iniciativa en el sector cinematográfico. Así, en el año 2012, “*Colombia es pasión*” es transformada por una nueva campaña que ofrecía la imagen de una Colombia más progresista, y en la cual, la reunión de todos los atributos del país se convertía en bandera de la nueva campaña de marketing para posicionar a Colombia. Esta campaña llevaría el slogan de “La respuesta es Colombia”, (Marca país, 2022, párr. 1), valiéndose de todas las particularidades y características que ofrece el territorio nacional. Desde el Ministerio de Cultura, en conjunto con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se venía gestando una ley que vincularía todo este andamiaje promocional con la escena cinematográfica. Es así como nace la llamada segunda Ley de cine, Ley 1556 de 2012, la cual fomenta el territorio colombiano como escenario para el rodaje de películas internacionales.

Gracias a la implementación de esta Ley que se promulgó el 9 de julio de 2012 y que entró en vigor en el 2013, se han aprobado 15 producciones de las cuales 13 ya fueron rodadas en Colombia como escenario fílmico. Esta iniciativa se llevó a cabo con recursos del Presupuesto General de la Nación con un objetivo concreto: devolver a los productores que ejecuten trabajos cinematográficos en el país un porcentaje del valor que gasten en los servicios necesarios para el rodaje de las películas, y así potenciar el papel de Colombia como un destino fílmico internacional (La República, 2018). El Artículo 1 establece que:

Bajo el amparo de esta Ley se crea al Fondo Fílmico Colombia (FFC), quien estará a cargo de regular los aportes económicos, las donaciones, transferencias y aportes de cooperación internacional que reciba por parte de los productores que quieran invertir en realizaciones dispuestas en territorio colombiano. La entidad administradora de todos los recursos destinados para el FFC será el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, así como ha quedado dispuesto en el Artículo 4 de la Ley 1556 (La República, 2018).

Para la aprobación, revisión y control de los contratos que se celebren entre productores internacionales y el FFC se crea el Comité Promoción Fílmica Colombia (CPFC), 1 entidad que se encontrará a cargo de áreas como la aprobación del presupuesto y los gastos que se generaran para la producción y

verificará el control y la administración de los mismos. Estará a cargo de la aprobación de los proyectos de filmación en Colombia y se encarga de verificar la legalidad de los contratos entre el administrador y el productor cinematográfico. Por último, aprobará y verificará los proyectos para la promoción del territorio nacional y sus actividades cinematográficas (Ley 1556, 2012, art. 6).

Para la verificación y correcta ejecución de estas normas dentro del comité de promoción fílmica Colombia dispondrá con dos representantes del sector cinematográfico que cuenten con una amplia trayectoria, el representante del CNACC y el director de cinematografía del Ministerio de Cultura. Con esto se busca garantizar que se tenga un amplio conocimiento en las labores de preproducción, producción y postproducción de la obra cinematográfica desarrollada en el país y que este comité no esté precedido por personas que no entiendan el contexto del desarrollo cinematográfico. Con ello se sanciona una óptima designación de recursos.

Para la aprobación de los proyectos presentados al CPFC, el productor o la productora debe garantizar que realizará una inversión en territorio colombiano como mínimo de mil ochocientos salarios mínimos legales vigentes (1.800 SMLV). Esto sería una variable ya que el salario mínimo se incrementa de manera anual. El manejo de estos recursos se debe realizar por medio de una fiducia, y ésta será administrada por medio de una fiduciaria vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia, que constituya y pague el productor respectivo (Ley 1556, 2012).

El Artículo 9 de la Ley 1556 de 2012, es uno de los puntos más atractivos y la que hace que realmente impulse el interés de las productoras extranjeras. Es que, si la Ley busca enteramente impulsar el territorio, la cinematografía nacional, el aprendizaje en el desarrollo cinematográfico, la industria y el turismo, este punto garantiza que todos ganen. Se garantiza que las empresas productoras que rueden obras cinematográficas de forma total o parcial en el país recibirán una contraprestación del 40% de valor total de los gastos realizados en el territorio, por concepto de servicios relacionados directamente con la producción cinematográfica. Pero no queda solo aquí, también recibirán

una contraprestación del 20% por gastos de alimentación, hotelería y transportes, siempre y cuando se presenten los soportes de los gastos realizados y que estén relacionados con la producción y el rodaje de la producción fílmica. Estos soportes los presentará la productora a la CPFC y ellos a través del FFC verificarán la documentación y realizarán el proceso de remuneración de los recursos invertidos.

Esto se convierte en un “gana gana” para todos y en el principal atractivo de la Ley, ya que al 2015 las productoras han recibido contraprestaciones por las producciones rodadas en el país por un valor de \$COL 22.500 millones de pesos por parte del FFC. Además, para las productoras se ven los dividendos y también se fomenta la producción fílmica del país. Se garantiza la capacitación del personal técnico en el manejo de equipos, la contratación de extras y figurantes, cifra que en el tiempo de ejecución de la Ley asciende a 2850. El aporte artístico también se ha visto beneficiado, ya que se han contratado a 1823<sup>28</sup> personas con responsabilidades artísticas y técnicas para el desarrollo de las producciones cinematográficas que se han rodado en el país, bajo los convenios que otorga esta Ley.

Es así como por medios de estrategias y políticas públicas se comienzan a gestar nuevos proyectos y la forma de la industria cinematográfica va adquiriendo más fuerza cada día. Dentro de los *films* que ya se han realizado en el territorio, las principales ciudades que han encontrado beneficios por la puesta en marcha de la Ley han sido Bogotá, Medellín, Cartagena, Santa Martha, y Guajira. Estos escenarios han servido para nutrir el imaginario de los relatos ficcionarios.

Muestra de ello son producciones como *Los 33*, de Patricia Riggen (2015) grabada en las minas de Nemocón, pueblo ubicado al norte de Bogotá, que cuenta la historia de los 33 mineros que se vieron atrapados a 700 metros de la superficie en una mina en Chile. O la serie *Narcos* dirigida por (José Padilha, (2015) que produjo Netflix y que habla sobre la vida de Pablo Escobar y que

---

<sup>28</sup> Cifras suministradas por Proimágenes Colombia, y extraídas del periódico *El Espectador* con fecha de 26 de agosto de 2015, disponible en: <https://www.elespectador.com/entretenimiento/agenda/cine/peliculas-extranjeras-filmadas-colombia-han-dejado-8300-articulo-581823>

contó con diversas locaciones del territorio nacional; también la película *Mena* de (Doug Liman (2017) cinta rodada en Medellín; *The Boy*, de (William Brent (2016) coproducida por “*Spectrelevision y Dynamo*” en conjunto con la productora *Contenido Films*, que fue rodada en Santa fe de Antioquia, ciudad que cuenta con uno de los festivales de cine más importantes del país y que ha sido protagonista y beneficiada por esta Ley. También *Blunt Force Trauma* (Kent Sanzel, 2015) cinta rodada en Bogotá, Choachi y sus alrededores; *Abducted* (Conor Allyn, 2015) como la película anterior rodada en Bogotá, así como *Corazón de León* (Emiliano Caballero, 2015). Otro film, *Palmera de la Nieve* (Fernando Molina, 2015) coproducido por Nostromo Pictures y Dymano fue rodado en Valledupar, Santa Martha y Bahía Solano. Por último y no menos importante, *En el nombre del hijo* (Oliver Peray, 2015) y *Zambo Dendé* (El Espectador, 2015) producida por 7glab y FoxTelecolombia que se encuentra en desarrollo. Estas son algunas de las producciones más relevantes que se han realizado y rodado en Colombia bajo los parámetros de la Ley 1556.

Con todo este andamiaje de producción, el interés por cambiar la imagen del país y proyectar la industria cinematográfica en la región y ante el mundo, también busca evidenciar que existe un país lleno de diversos escenarios que puede estar a la altura de cualquier lugar del mundo, ofreciendo las mejores garantías para la realización de piezas audiovisuales de alta factura, contando con un capital humano capacitado en la realización audiovisual y con empresas que tiene la capacidad de respaldar estos productos.

Para la realización y el soporte de esta maquinaria que se comenzó a desarrollar a partir de esta nueva Ley, el Estado puso a disposición para las contraprestaciones un monto de \$25.000.000.000 que fue aprobado y dispuesto por el presupuesto nacional. Así, el valor inicial que soportaría la inversión extranjera llegaría a un monto de 42.000.000.000 USD para el año 2013. Esto sirvió como garantía para que las productoras e inversionistas extranjeros vieran en Colombia un proyecto prometedor, asegurando de esta manera que las producciones y sus reembolsos se realizarían conforme a lo establecido en la Ley 1556.

Con estos estímulos y la seguridad del cumplimiento de la Ley en el año 2015,

se estrenó en Colombia una película que batió todos los *récords* en taquilla: *Colombia magia salvaje*, de Mike Sele. Esta producción convocó a 2.370.239 espectadores y llegó a posicionarse dentro del *Top 10* de las películas más vistas en ese año (Proimágenes, 2015). Fue coproducida en su totalidad por empresas del sector privado como el grupo Éxito, la Fundación Ecoplanet y la productora británica Off The Fence, y aunque no contó con el apoyo de Proimágenes Colombia, fue una pieza documental distribuida y exhibida en todas las salas del país. En ella, se muestran las riquezas paisajísticas, así como la flora y fauna del territorio nacional. Estas formas de representación vuelven a exaltar el sentido patrio y de identidad nacional, pero con una directriz enfocada en el cuidado ambiental y la recuperación de los ecosistemas colombianos.

La cinematografía nacional apoyada en sus resoluciones, en políticas públicas y en estrategias cambiantes de promoción busca encaminar la industria cinematográfica nacional, y así, consolidarla en los años venideros como referente a nivel mundial, Es por esto por lo que la naciente Ley 1556 de 2012 en su Artículo 18 proclama que "...a partir de su publicación y hasta por termino de 10 años y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias" (Ley 1556, 2012, art. 18).

La corta duración de esta ley plantea un reto según opina el Cineasta Felipe Aljure: "uno de los retos es que la norma dura diez años y en ese lapso debemos revertir la mala imagen del país ante los potenciales inversionistas y suplir las carencias tanto en equipos como en cultura cinematográfica (El País, 2013).

Esta preocupación del cineasta –aunque valedera– contrasta con las cifras que expone Proimágenes Colombia y con las opiniones optimistas de su directora Claudia Triana, quien afirma que se han logrado beneficios económicos y de inversión no solo en el desarrollo cinematográfico, también en los reportes de la industria hotelera que registran 53.843 noches de hotel y los tiquetes aéreos en agencias de viajes nacionales que corresponden a 70% de viajes nacionales y un 30% a destinos internacionales, cifras estadísticas del 2018 (La República, 2018).

De esta manera, pasados tres años de la puesta en marcha de la Ley, el impacto

que ha generado el Fondo Fílmico Colombia<sup>29</sup> en la industria cinematográfica resulta contundente; el nivel de las cifras de inversión, la filmografía, el aumento en la taquilla y la producción de películas, son evidencia de que Colombia es un destino viable y prometedor para el desarrollo de las propuestas audiovisuales, satisfaciendo las expectativas de cualquier producción fílmica de carácter nacional e internacional.

### **VII.3 Formación de públicos**

La formación de públicos en Colombia ha estado de la mano de colectivos que, desde universidades, barrios, bibliotecas y veredas<sup>30</sup> se han dado a la tarea de llevar el cine a las comunidades que no han tenido acceso a las imágenes en movimiento o de servir de mediadores para entender de manera crítica y compleja las películas (Ministerio de Cultura, 2009b).

Desde la concepción de toda industria cultural, el público se convierte en una pieza fundamental dentro del diseño estructural de la misma. Cualquier creación artística necesita de espectadores que la visiten y la aprecien –el arte vive de ello. Una obra artística que no es visualizada muere en el olvido y sucumbe ante propuestas que cuenten con toda la atención del público.

La industria cinematográfica no escapa a esta estructura y por esa razón la formación de públicos adquiere un carácter relevante y de especial atención dentro del andamiaje y propósitos propuestos dentro de la industria nacional. Bajo esta premisa desde la ejecución de la Ley de Cine de 2003 se han puesto en marcha diversos programas de visibilización para el cine colombiano y su industria. Los objetivos son la descentralización del cine y su divulgación a nivel

---

<sup>29</sup> Tabla estadística anexo N° 1 documento electrónico La República, 2018, Fondo Fílmico de Colombia le ha dejado al país \$179.815 millones en cinco años. Diario La República, disponible en: <https://www.larepublica.co/economia/fondo-filmico-de-colombia-le-ha-dejado-al-pais-179815-millones-en-cinco-anos-2758903>

<sup>30</sup> En Colombia es una subdivisión territorial de los municipios que en general son zonas rurales con una densidad de población baja.

local, con el fin de lograr una apreciación del cine más profunda, un amor por el séptimo arte y entablar diálogos con la cinematografía nacional. Este último, ha sido un tema que en los últimos años ha sostenido encuentros dinámicos con toda la comunidad, de manera constante, generando la construcción de pensamiento crítico a través del audiovisual y cohesión social.

Para lograr estos propósitos, se han diseñado distintos programas de circulación a nivel nacional para la formación de nuevos públicos interesados en el cine. Uno de los más prometedores y que se ha ejecutado desde la puesta en marcha de la Ley, es “La maleta de cine”, cuyo proyecto hace parte del PAN y se ha encaminado en el fomento del séptimo arte a nivel nacional. Este programa busca ofrecer a entidades educativas un acercamiento a la industria cinematográfica internacional y local.

El proyecto ofrece 118 títulos variados de la cinematográfica. Con ellos una colección de cine silente, que fue especialmente organizada por la fundación de Patrimonio Fílmico. En su primera etapa de ejecución este proyecto buscó llegar a más de 100 entidades educativas de todo el país con el propósito y compromiso de fomentar la creación de grupos dedicados al análisis del audiovisual en dichas regiones. Desde el año 2000 –año en que se pone en marcha el proyecto– se llega a más de 800 bibliotecas en 673 municipios y a 67 entidades culturales donde esta maleta goza de exhibición pública (Ministerio de Cultura, 2009b, p. 5).

En el 2008, se pone en marcha la segunda entrega de esta maleta de cine, etapa en la que se busca materializar estas iniciativas con proyectos de formación y apreciación de la industria audiovisual, comprendida en sus distintos niveles de creación. Todas estas estrategias de formación de públicos han visto sus frutos a lo largo del tiempo, logrando experiencias en las distintas latitudes del país, esto demostrado con las diversas muestras audiovisuales que se han construido desde los municipios en los cuales el PAN a echo presencia (ver anexo: Gráfica proyectos del PAN 2008 -2009).

Para algunos académicos y estudiosos del escenario de la cinematografía nacional el diseño en el papel y la ejecución de las propuestas desde la política



están muy bien, pero desde un escenario real se advierte una notoria discrepancia con lo que manifiestan los documentos estatales y los informes de Proimágenes Colombia y sus artículos asociados. Uno de los académicos que difiere con los informes expuestos es Alejandro D'abbraccio Krentzer el ~~ca~~ expone que:

El aumento en la producción no tiene ninguna incidencia en el aumento de público, y si, contradictoriamente, en su disminución, y frente al hecho de que más películas realizadas en Colombia se peleen un número cada vez más pequeño de espectadores, cabría preguntarse: ¿qué, ¿cómo y para quién estamos produciendo? (2015, p. 43).

Este cuestionamiento se basa en las bajas cifras de espectadores asistentes a ver cine colombiano, en comparación con los niveles de asistencia al cine "Hollywoodense". Y es que es una problemática notable, ya que la cartelera nacional está ocupada en un 80% por el cine norteamericano. La industria cinematográfica americana tiene el dominio en toda la región, acaparando la cartelera con títulos, cada vez más impactantes, llenos de efectos especiales y una producción constante.

Para contrarrestar el efecto del dominio del cine estadounidense, cabe destacar la labor del Estado y su interés en realizar programas como el PAN buscando descentralizar el cine colombiano, y la creación de asociaciones con canales de televisión para dar evidencia del cine local. Con esta estrategia también se busca llegar a lugares más aislados y de poco contacto con el cine colombiano.

Otro de los académicos que expone su postura frente a esta coyuntura es Rivera-Betancur, quien sostiene que "aunque los esfuerzos de la formación de públicos aún son aislados y poco representativos, han sido positivos los esfuerzos que diferentes entidades han hecho por recopilar y restaurar el patrimonio fílmico del país" (2014, p.135).

Y haciendo énfasis en las estrategias con canales de televisión privados para que hagan su aporte en la exhibición de cine nacional, Rivera-Betancur (2011) sostiene que el apoyo de la pantalla chica es fundamental para difusión del cine

nacional, como lo son los canales privados de televisión CARACOL y RCN, que se han vinculado al proceso del cine, aunque no son las mejores condiciones para los productores de las películas. Reconociendo que el cine pocas veces es industrial pero que la televisión sí lo es, el apoyo de la pantalla chica es fundamental para la sostenibilidad del negocio del cine; “aunque en la práctica los apoyos muchas veces no van más allá de hacer promoción en los espacios del canal y firmar contratos de difusión desfavorables para los productores” (Ibíd). Otro de los canales que se une a estas estrategias de difusión y exhibición del material cinematográfico nacional es el canal público Señal Colombia, que con su propuesta *En cine nos vemos*,<sup>31</sup> presenta en su programación obras de producción local, proponiendo con esta dinámica promocionar todas las propuestas de la cinematografía nacional.

Otra estrategia que adhiere cada vez con más fuerza y que adquiere más presencia en el entorno social para la formación de públicos y la apreciación del audiovisual, son los formatos independientes que permiten la circulación de otras propuestas fílmicas como son los espacios de discusión y apreciación de cine universitarios, los cineclubes y salas alternas e independientes que permiten la presentación de obras de autor; cine independiente y clase B; obras comunitarias y cine activista, que no gozan de una producción, promoción y apoyo estatal pueden presentarse en estos espacios y generar discusiones frente a las reflexiones que pueden causar. El impacto narrativo busca generar pensamiento crítico y presentar nuevas perspectivas, interpelando a los espectadores, convirtiéndolos en parte consiente de su capacidad transformadora del mundo (Arcos Palma, 2008).

Es así como en estos espacios formadores de nuevos realizadores, se llama a la discusión y creación de nuevas perspectivas y posibilidades del productor de contenidos audiovisuales como el gestor cultural (Cartilla Cinemateca Rodante,

---

<sup>31</sup> Franja cinéfila del Sistema de Medios Públicos RTVC que se emite a través de Señal Colombia a las 10:00 p.m. los miércoles y viernes por RTVC Señal Colombia que es una entidad descentralizada indirecta, con el carácter de sociedad entre entidades públicas del orden nacional, con la principal función de programar, producir y emitir los canales públicos de Televisión Nacional: Señal Colombia, Canal Institucional; al igual que las Emisoras Públicas Nacionales, Radio Nacional de Colombia y Radiónica. Información disponible en: <https://www.rtv.gov.co/peliculas-gratis-senal-colombia-brazil-la-vida-calabacin>

2016) y deben responder sobre su interés de participar en estas dinámicas alternas de descentralización, expansión y diversidad en la circulación de contenidos cinematográficos. De esta manera, buscan sumarse al reto de la formación de públicos proponiendo nuevas estrategias que dinamicen la industria fílmica dentro de los canales existentes o planteando nuevas formas de exposición.

Se observa cómo desde los estudios académicos y las posturas del Ministerio de Cultura se crean análisis alrededor de esta problemática, donde cada cual manifiesta sus puntos de vista, creando un marco de referencia para la generación de nuevas estrategias y metodologías que permita que la industria cinematográfica colombiana tenga un mejor porvenir con proyecciones más ambiciosas. Y que a su vez se pueda apoyar en las herramientas legales que le permiten construir una identidad cultural propia y que destaque no solo en las salas nacionales si no en los festivales y su representación de la cinematografía nacional a nivel internacional.

## VIII. CONCLUSIONES

Después de este recorrido por las formas de las políticas públicas culturales en Colombia, sus resoluciones, la implementación de nuevas tecnologías, la ejecución de estrategias para la creación de nuevos públicos, la importancia de los festivales y las salas alternas de exhibición, las alianzas con otros países para crear sinergias que permitan la divulgación, promoción y exhibición del lenguaje cinematográfico a nivel nacional e internacional, y el análisis de la filmografía colombiana (de cómo esta encontró un camino para la producción constante por medio del interés del Estado en fortalecer esta industria), se concluye que, si bien se ha generado toda una estructura para potenciar la industria cinematográfica en Colombia, aún falta camino por recorrer para crear bases sólidas que configuren la industria cinematográfica nacional como una de las más potentes en la región.

Esta investigación constituye un aporte valioso para el estudio y análisis de las políticas culturales en la cinematografía colombiana, ya que hace hincapié en aspectos que son esenciales y a los cuales no se les ha otorgado la importancia que merecen. En otros estudios e investigaciones anteriores el foco de la argumentación se ha destinado hacia los fondos económicos que se otorgan para la realización de piezas fílmicas, o bien a los procesos de distribución de las mismas; este texto no solo consolida dichas investigaciones relevantes, sino que adhiere otros aportes que son necesarios y vitales para que una industria cinematográfica se mantenga en constante transformación y evolución. Así, se han abordado aspectos como la importancia de la creación de públicos y el acercamiento a comunidades en las cuales el cine es aún un arte lejano, o la importancia y el apoyo que se le debe otorgar desde las políticas públicas a los nuevos realizadores que con afán buscan proyectar sus visiones en la cartelera nacional atestada por producciones internacionales. Esta última cuestión va de la mano con otro apartado de esta investigación y es la recuperación de teatros donde se pueda asegurar de forma contundente la cuota de pantalla, aspecto relevante que se relaciona con la promoción, divulgación y exhibición del cine nacional. En tal sentido, esta investigación evidencia que, aunque se ha puesto en marcha un plan estructurado para fomentar el cine local, existen aún falencias que deben corregirse en las políticas culturales para así consolidar una industria fílmica integral en

Colombia.

Así, de acuerdo a esta observación, se puntualiza que, si bien la Ley de Cine N° 814 de 2003 ha sido una plataforma sumamente útil para la producción de cinematografía nacional y que dentro de sus premisas, existe un interés para el apoyo de los festivales nacionales, —ya que estos son ámbitos para la distribución de cine nacional y así mismo sirven como esferas de distribución— no existe realmente una política puntual que se interese en fortalecer este sector de distribución a nivel latinoamericano. Esto hace que se genere una brecha económica, publicitaria y de creación de públicos, incurriendo en la construcción de sentidos por la cinematografía local y regional, creando una falencia de identidad dentro de las narrativas planteadas. De este modo, la hegemonía de productos foráneos sigue desdibujando los intereses que realmente atañen a la industria creadora de identidades, cultura y contenidos propios.

Se sugiere frente a este tema crear tratados con las entidades rectoras de la cinematografía a nivel región, que concedan el tránsito libre o con bajos aranceles a las producciones cinematográficas. Como contribución de las nuevas tecnologías esto es posible ya que permite un intercambio rápido y seguro entre países y sus productos culturales. Adicionalmente, esto permitiría abrir un mercado de estrategias para dinamizar el consumo cinematográfico de las producciones en la región en el que los gestores culturales estaríamos llamados tanto a crear, como a ejecutar dichos procesos en conjunto con todos los entes que conforman la industria cultural cinematográfica.

Para lograrlo, se necesita una buena formación académica, debido a que es otro eslabón dentro de la estructura de las políticas públicas que se encuentra bastante débil. Se halla en la carencia de enfoque desde las universidades y la preparación de los futuros profesionales que se enfrentan al mercado sin una experiencia en el campo, o con un completo desconocimiento de las políticas y mecanismos que hacen que se gesten oportunamente los procesos en la industria cinematográfica colombiana. Evento que causa traumatismos y demoras al momento de proponer o exponer las propuestas de los nacientes realizadores.

La formación académica actual se enfoca más en el conocimiento de equipos técnicos, información que es indispensable para la formación y creación de los cineastas, pero deja de lado los conocimientos sobre políticas públicas y culturales que son preponderantes al momento de desarrollar y promocionar una película. La comprensión de las políticas en torno al medio fílmico es esencial ya que estas brindarán las herramientas para catapultar los futuros proyectos que harán parte del acervo cinematográfico del país.

En cuanto a ello, de forma paralela a la educación formal, Proimágenes Colombia, difunde comunicados a fines de encontrar interesados en estas áreas de formación y las instituciones que los ejecutan. De esta manera, los centros de formación donde se hace foco en estos temas encuentran en Proimágenes un fuerte aliado para publicitar sus programas. Instituciones como la “Escuela Nacional de Cine” o “Congo Films School”,<sup>1</sup> han sido lugares propositivos que, en vista de esta falencia, han creado talleres y diplomados direccionados a subsanar estos desaciertos evidentes en la formación académica tradicional, pero aún faltan más esfuerzos conjuntos desde las políticas públicas y las instituciones, ya que las entidades anteriormente nombradas son de carácter privado y los montos económicos no son asequibles a todo el público interesado en obtener este conocimiento que, como ya se dijo, es indispensable para la dinamización de una industria cinematográfica en constante evolución.

Otra situación que se advierte en las políticas públicas establecidas en Colombia, y que tiene directa relación con las cuotas de pantalla que se le asignan a las producciones nacionales por parte de los exhibidores, es la falta de pantallas disponibles para la exhibición y promoción de cine nacional. Este tema tiene directa relación con el abandono o venta de teatros a nivel nacional.

En el caso de Bogotá, lugar donde se concentra la mayor oferta de teatros de

---

<sup>1</sup> Congo Films School es una escuela de cine colombiana para la formación en las artes y los oficios del cine, con programas de educación informal a través de diplomados nocturnos, talleres diurnos intensivos y workshops intensivos con un alto componente práctico en todas las áreas del cine: guión, dirección, dirección de arte, producción, dirección de cinematografía, sonido directo, montaje, color y postproducción de sonido. Información tomada de Congo Films School 2022 ¿Quiénes somos? Congo Films School. Disponible en: [https://school.congofilms.tv//sccs/quienes.php?#inicioPag\\_g](https://school.congofilms.tv//sccs/quienes.php?#inicioPag_g)

cine, es donde se siente con más fuerza y se evidencia el abandono y desinterés del Estado por recuperar o restaurar estos lugares de patrimonio cultural, Teatros dispuestos al séptimo arte, que fueron transformados casi al punto de quedar irreconocibles son prueba de esta apatía gubernamental. Algunos ejemplos son: el teatro “LUX”, que fue vendido a una empresa de telefonía; el Teatro Embajador hoy conocido como “Auditorio Mayor CUN” ; el teatro “ECCI” lugar hoy dispuesto para conciertos; el Teatro Egipto hoy en situación de abandono y tomado por habitantes para el comercio de prendas de segunda mano; el Teatro San Jorge, una de los más emblemáticos de Bogotá ya que fue el primer escenario en donde se presentaron películas de cine sonoro y que hoy se encuentra en estado de abandono; el teatro El Parque es otro escenario que sufre el mismo destino de deterioro; y uno de los retratos más evidentes de este descuido es el teatro “Metro”, lugar que sirvió en otras décadas de cine alternativo hoy abandonado y casi en ruinas. Estos lugares servirían de encuentro para la apreciación de la filmografía nacional. Con la rehabilitación de estas salas se aportaría a la cuota de pantalla y la presentación del acervo fílmico colombiano. Sería una oportunidad interesante para la industria cinematográfica ya que en estos lugares se podrían realizar programas pedagógicos de formación de públicos o talleres en torno al séptimo arte que permitan el acercamiento a la cultura y la cinematografía nacional, dinamizando el consumo de producciones locales y el intercambio de cinematografía a nivel región generando réditos en la industria cinematográfica colombiana.

En este lugar se podría disponer de una taquilla de bajo costo para las personas de la tercera edad, personas con diferentes discapacidades y estudiantes, y así brindar una posibilidad de tener acceso a una oferta cinematográfica colombiana actual y de antaño, como se hace en otras latitudes del continente; un caso en específico es el teatro “*Gaumont*” en la ciudad de Buenos Aires, lugar destinado a fomentar el consumo de cine nacional y las coproducciones, en el cual se dispone de una taquilla a bajo costo para públicos especiales manteniendo así el interés por brindar un consumo cultural de una cinematografía de calidad que permita rescatar la memoria e identidad cultural de un país . Este Proyecto podría aunarse a los esfuerzos culturales llevados a cabo por la Organización de las Naciones



Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco)<sup>2</sup> que en su artículo noveno establece lo siguiente:

Las políticas culturales, en tanto que garantizan la libre circulación de las ideas y las obras, deben crear condiciones propicias para la producción y difusión de los bienes y servicios culturales diversificados, gracias a industrias culturales que dispongan de medios para desarrollarse en los planos local y mundial.

Y dentro de las normativas existentes se fundamentaría en el artículo cuarto de la Ley de Cine que declara lo siguiente:

Trazar las políticas y adoptar decisiones para el desarrollo, cultural, artístico, industrial y comercial de la cinematografía nacional, así como para la conservación, preservación y divulgación [...] Proteger y ampliar los espacios dedicados a la exhibición audiovisual y clasificar las salas de exhibición cinematográfica en cuanto a este último caso así lo estime necesario (Ley 814, 2003 art. 4)

Es entonces como a partir de este análisis cartográfico sobre el abandono y venta de los teatros nacionales, pasamos a otro aspecto en cuanto a la exhibición del cine nacional en la televisión colombiana, son evidentes —como se profundizó en uno de los capítulos—, los esfuerzos por exhibir en canales públicos y regionales las producciones nacionales y como esto es regulado por la Comisión Nacional de Televisión. Se denota la falta de más esfuerzos por ejecutar estas obligaciones en los medios nacionales, pues debería realizarse desde las políticas públicas normativas que pacten con los canales privados formas de promocionar y exhibir filmografía nacional en horarios adecuados. A su vez brindarían visibilidad no solo a las producciones en las que habrían invertido capital, sino cualquier cinta filmográfica que hiciera parte del acervo cinematográfico nacional.

---

<sup>2</sup> Conferencia Mundial sobre políticas Culturales México D.F., 26 de julio-6 de agosto de 1982; citado en Ministerio de Cultura, República de Colombia (2010, p. 496). Ministerio de Cultura República de Colombia, 2009a “Políticas cinematográficas” en Compendio de políticas culturales, Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia Disponible en: [https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/compendio-politicas-culturales/Documents/compendiopolicas\\_artefinalbaja.pdf](https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/compendio-politicas-culturales/Documents/compendiopolicas_artefinalbaja.pdf)

Aunque no es una tarea fácil, no es imposible, pero requiere de una norma pensada en pos de la promoción de la industria y de manera paralela de la formación de públicos. Un tema en el cual festivales e instituciones se han interesado puntualmente, debido a que la inexistencia de un público que asista a las salas y aprecie su cinematografía, dejaría sin objetivo a los miembros de la industria fílmica nacional para hacer cine.

Evidenciando algunas falencias que se encuentran actualmente en la Ley de Cine 814 de 2003, se encuentran algunas opiniones dentro de la esfera fílmica del país. En consenso dan muestra de que el grueso de las producciones cinematográficas que tienen acceso a los estímulos ofrecidos por el Estado para la producción cinematográfica son las producciones de ficción y le siguen las comedias, como lo manifiesta Daniel Téllez<sup>3</sup> de Proimágenes Colombia, pero que realmente hace falta más apoyo y capital para estos otros géneros cinematográficos que poco a poco en la cartelera nacional –y por la coyuntura que atraviesa el país– comienzan a tomar fuerza e interés para el público espectador.

Para Martha Rodríguez la realización del documental en Colombia, sin autogestión no puede llegar al público. Desde el FDC, los recursos otorgados y el número de pantallas a destinado a este género cinematográfico es limitado, los grandes exhibidores de cine en el país conceden espacios de difusión reducidos que no permiten el consumo masificado de este producto fílmico.<sup>4</sup> Se convierte entonces en una necesidad divulgar y promocionar otras expresiones que no sean las tradicionales dentro del espectro audiovisual en Colombia. Brindar la oportunidad a los directores y realizadores de generar más propuestas que examinen otros campos, ya que dentro de la oferta de festivales internacionales crecen los espacios para este cine de autor y se convierten en plataformas de exhibición y divulgación alternativas para esta clase de cine. Se demuestra que existe un cine colombiano que tiene una libertad expresiva, que no solo se dedica a la producción industrial y al comercio dentro esta industria del entretenimiento. El séptimo arte se ha convertido en un documento vivo, en un testimonio reminiscente de los eventos en el tiempo en que son construidos, ya que estas piezas fílmicas reflejan las

---

<sup>3</sup> Comunicación Personal 19 de octubre de 2018

<sup>4</sup> Comunicación Personal 20 de febrero de 2020

condiciones económico-culturales, los axiomas, los códigos sociales y las mentalidades de las comunidades de una época.

Es así como de la mano de los nuevos directores que cada día revelan con sus obras su manera de ver y sentir el mundo que los rodea, y con el apoyo de las políticas establecidas en torno al cine, se comienza a configurar un norte para la industria cinematográfica colombiana. Una puerta que se abre ante nosotros en un camino que en otrora pareciera inexistente, pero que en la actualidad comienza a dibujarse lentamente. Existe aún una senda por recorrer y construir, pero la esperanza reside en que desde las entidades gubernamentales y estatales siga vigente y se amplíe el interés por entablar diálogos constantes con el cine, su público y sus actores, en seguir trabajando para superar la brecha del 5% de consumo de cine nacional, logrando que este obtenga las mismas cifras de consumo que las producciones internacionales.

Conjuntamente se debe pensar que el cine que se haga en Colombia represente a los colombianos y que las producciones que se desarrollan en el país cuenten con una constante en la promoción, exhibición y divulgación necesarias para que no pasen inadvertidas por el público y que, a su vez, logren despertar el interés de una audiencia cada vez más interesada en sus historias, vivencias y relatos ya que son estos los que conforman la identidad y la memoria de los pueblos.

## BIBLIOGRAFIA

## Referencias

- ACOSTA LARA, Bibiana Paola  
2009 *Análisis de las políticas de fomento del cine en Colombia* (tesis), Bogotá: Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, Facultad De Ciencia Política y Gobierno. Disponible en: <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1531/AcostaLara-BibianaPaola-2009.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ARIAS, Oscar; URIBE, Enrique y MILLER, Toby  
2018 “Colombia y el dilema clásico del apoyo cinematográfico”, *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*. [en línea] 9:115-128, Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6726462.pdf>
- ARCOS PALMA, Ricardo  
2008 “Estética y política en la filosofía de Jacques Rancière”, *II Congreso Colombiano de Filosofía*. Cartagena de Indias: Universidad Nacional de Colombia
- ÁVILA GOMEZ, Andrés y Alfredo MONTAÑO BELLO  
2015 “Salas de cine en Bogotá (1897-1940): la arquitectura como símbolo de modernización del espacio urbano”, *Amérique Latine Histoire et Mémoire. Les Cahiers ALHIM*, (29). <https://doi.org/10.4000/alhim.5230>
- BENJAMIN, Walter  
1936 “La obra de arte en la época de su reproductividad técnica”, en *Discursos Interrumpidos I*, Buenos Aires: Taurus, pp. 15-57, 1989.
- CAPARRÓS LERA, José María  
2008 “Enseñar la historia contemporánea a través del cine de ficción”, *Quaderns de Cine* [en línea], 1: 25-35. Disponible en: <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmchd892>
- CASTAÑEDA LÓPEZ, Liliana  
2011 “Agentes del sector cinematográfico y la diversidad cultural en Colombia”, *Comunicación y sociedad* [en línea], 15: 143-168. Disponible en: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-252X2011000100007](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2011000100007)
- CEPEDA PALACIOS, Samuel  
2018 “Estrategias para la comercialización de productos cinematográficos en Colombia”, *Entramado* [en línea], 14, 1, pp. 112 -127. Disponible en: <https://doi.org/10.18041/entramado.2018v14n1.27110>
- CORREA R., Julián David y DORONZO Alessandra  
2011 “¿Se puede celebrar el cine colombiano?”, *Cinemasd'Amérique Latine* [en línea], 19: 106-119. Disponible en: <http://www.jstor.org/stable/42598796>
- CORTES ACOSTA, Diana & OSPINA BERNAL, Juliette  
2018 “El Consumidor Colombiano Habla de Cine”, *Nómadas*. [en línea]. 48: 253-261.

Disponible en:

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-75502018000100253](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-75502018000100253)

D'ABBRACCIO KRENTZER, Guillermo

2015 "La industria del cine en Colombia: entre el optimismo ingenuo y el pesimismo crónico", *Revista Luciérnaga*, 7, 14: 36-45. DOI: <http://orcid.org/0000-0002-3243-4650>.

DIAZ BOHÓRQUEZ, Juan Camilo, HAMMAN, Alejandra

2011 "Una mirada al cine colombiano" *Razón y palabra* [en línea]. 78. Disponible en: [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N78/09\\_DiazHamman\\_M78.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N78/09_DiazHamman_M78.pdf)

FLÓREZ VARGAS, Víctor Alfonso

2016 *Eficacia de la ley de cine en Colombia: industria y mercado cinematográfico a partir de la ley 814 de 2003* (tesis de maestría), Buenos Aires: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). Disponible en: <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/12774/2/TFLACSO-2016VAFV.pdf>

GUERRA, Ciro

2016 "Este es el momento del cine Colombiano", *El Tiempo*, 14 de enero de 2016 <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16480834>

HENDRICKX, Nathalie

2015 *Proyecto plataforma de coordinación regional para la distribución audiovisual, diagnóstico del mercado theatrical, televisión, DVD, y Blu-Ray, y plataformas digitales VOD en América latina* [en línea], Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia, Dirección de Cinematografía. Disponible en : <https://mincultura.gov.co/areas/cinematografia/Documents/DiagnosticodelMercadoHENDRICKX.pdf>

KRACAUER, Siegfried

1947 *From the Caligari to Hitler: a psychological History of the German Films*, Princeton: Princeton University Press; (tr. esp.: *De Caligari a Hitler. Una historia del cine Aleman*, Barcelona: Paidós Ibérica, 1985).

JAMENSON, Fredric

1984 "Postmodernism or the cultural logic of late capitalism", (tr. esp.: *Ensayos sobre el posmodernismo*, Buenos Aires: Imaginando, 1991).

MORA, Pablo (ed.)

2015 *Poéticas de la resistencia. El video indígena en Colombia*. Bogotá: Gerencia de Artes Audiovisuales del Instituto Distrital de las Artes - Idartes; Alcaldía Mayor de Bogotá.

NAVARRO, Alberto; PATIÑO, Franklin y OSPINA Ximena, *et al.*

2010 "Política cinematográfica", en MINISTERIO DE CULTURA, REPÚBLICA DE COLOMBIA, *Compendio de políticas culturales*, Colombia: Ministerio de Cultura, República de Colombia, pp. 493-551.

ORDÓÑEZ ORTEGÓN, Luisa Fernanda

2015 "Cine, audiovisual y política: disidencias, transgresiones y resistencias", *Cuadernos de Cine Colombiano* [en línea], 23: 11- 31. Disponible en: [https://idartesencasa.gov.co/sites/default/files/libros\\_pdf/Cuadernos%20de%20cine%20colombiano%20No%2023%20Cine%20y%20politica.pdf](https://idartesencasa.gov.co/sites/default/files/libros_pdf/Cuadernos%20de%20cine%20colombiano%20No%2023%20Cine%20y%20politica.pdf)

OSPINA, Claudia

2010 *Representación de la violencia en la novela del narcotráfico y el cine colombiano contemporáneo*. Doctoral Dissertations University of Kentucky. 45. Disponible en: [http://uknowledge.uky.edu/gradschool\\_diss/45](http://uknowledge.uky.edu/gradschool_diss/45)

OSORIO, Oswaldo

2010 *Realidad y cine colombiano*, Medellín: Editorial Universidad de Antioquía.

2017 "Narrativas y formas del cine colombiano actual: sin novedad en el frente", *Agenda Cultural Alma Mater; Universidad de Antioquia*, [en línea], 240: 3-7. Disponible en:

<https://revistas.udea.edu.co/index.php/almamater/article/view/327291/20784455>

2018 "Las muertes del cine colombiano". Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.

OSORIO, Ramiro

1997 "A la escena cultural", *El Tiempo*. Disponible en:

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-612765>

PEREZ LA ROTTA, Guillermo

2013 *Cine colombiano: estética, modernidad y cultura*, Popayán: Editorial Universidad del Cauca.

2012 "Cine colombiano en el 2011: persistencia en el debate", *Cinemas d'Amérique Latine* [en línea], 20:110-121. Disponible en: [doi: 10.4000/cinelatino.558](https://doi.org/10.4000/cinelatino.558)

PUERTA DOMÍNGUEZ, Simón

2015 *Cine y nación: negociación, construcción y representación identitaria en Colombia*, Medellín: Fondo Editorial FCSH, Facultad de Ciencias Humanas y Humanas de la Universidad de Antioquia.

RANCIÉRE, Jacques

2005 *Sobre políticas estéticas*, Barcelona: UAB, Universitat Autònoma de Barcelona.

REY, GERMÁN

2017 *Del dicho al hecho. El trecho recorrido por algunas políticas culturales colombianas*, Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

<https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/c14/article/view/12352>

RIVERA-BETANCUR, Jerónimo

2011 "Reflexiones sobre la imagen del cine colombiano", *Razón y Palabra* [en línea], 78: s/p. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524192009>

2014 "¿Va el cine colombiano hacia su madurez?: análisis de 10 años de la ley de cine". *Anagrama*. [En Línea] 13(25): 127-144. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5053611>

ROJAS OSORIO, Sara

2010 *Ciudad y Violencia. Una representación desde la cinematografía colombiana*, Bogotá: Pontificia universidad Javeriana.

RUEDA GOMES, María Elena

1999 "Un combate desigual: la letra vs. el cine en la conformación del imaginario cultural colombiano", *Revista de Crítica Literaria Latinoamericana* [en línea], 49: 231-248. Disponible en: <http://www.jstor.org/stable/4531035>

SIERRA DUQUE, Edna Juliet

2013 "Cine e industria en Colombia, hacia un estado de la cuestión", Universidad de

Medellín, *Ciencias Sociales y Educación*, [en línea], 2, 4: 93-11. Disponible en:  
[https://revistas.udem.edu.co/index.php/Ciencias\\_Sociales/article/view/788/730](https://revistas.udem.edu.co/index.php/Ciencias_Sociales/article/view/788/730)

TRUJILLO, Marcela y ARBELÁEZ, Ramiro

2004 “El arte de la exhibición cinematográfica”, en DIAZ, M.C. (edit), *Manual de gestión de salas alternas en cine*, Bogotá: Ministerio de Cultura, pp. 9-22.

UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA

2006 Estudio prospectivo de la formación audiovisual en Colombia al año 2019, Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

ZULUAGA, Pedro Adrián

2007 *¡Acción! ¡Cine en Colombia!* Bogotá: Museo Nacional de Colombia.

2013 *Cine Colombiano: cánones y discursos dominantes*, Bogotá: Cinemateca Distrital.



## Fuentes Institucionales

### BOGOCINE

2022 *¡Bienvenido a Bogocine! Bogotá*. Bogocine. Disponible en: <http://bogocine.com/>

### BOGOSHORTS

2022 *¿Qué es Bogoshorts?* Bogoshorts. Disponible en: <https://festival.bogoshorts.com/interna.php?int=XG3C6fwmX0tDUvwBXG3C6fwm>

### CINEMATECA DISTRITAL.

2015 *Cuadernos de Cine Colombiano: Cine y Política*. N°23, Bogotá: Cinemateca Distrital. Gerencia de Artes Audiovisuales del Instituto Distrital de las Artes <https://bibliotecacinemateca.idartes.gov.co/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=95668>

### CONGO FILMS SCHOOL

2022 *¿Quiénes somos?* Congo Films School. Disponible en: <https://school.congofilms.tv//sccs/quienes.php?#inicioPag>

### CORTE CONSTITUCIONAL

1991 *Constitución política de Colombia*. Bogotá: Corte Constitucional de Colombia. [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion\\_politica\\_1991.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html)

### DECRETO 358 del 2000.

2000. *Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 397 de 1997 y se dictan normas sobre cinematografía nacional*. (06 de marzo de 2000). Diario Oficial N°. 43932. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1081211>

### EL ESPECTADOR

2015 *Películas extranjeras filmadas en Colombia han dejado \$83.000 millones de inversión*. Diario El Espectador. Disponible en: <https://www.elespectador.com/entretenimiento/cine-y-tv/peliculas-extranjeras-filmadas-en-colombia-han-dejado-83000-millones-de-inversion-article-581823/>

### EL PAÍS

2013 *La Ley que hizo florecer el cine colombiano*. Diario El País. Disponible en: <https://www.elpais.com.co/entretenimiento/cultura/la-ley-que-hizo-floreecer-el-cine-colombiano.html>

### EL TIEMPO

1997 Ramiro Osorio, a la escena cultural, Casa Editorial El Tiempo. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-612765>

### FEDESARROLLO

2009 Impacto económico del sector cinematográfico colombiano. Fedesarrollo. Disponible en: [https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/216/Repor\\_Abril\\_2009\\_Reina\\_Zuluaga\\_y\\_Salamanca.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/216/Repor_Abril_2009_Reina_Zuluaga_y_Salamanca.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

### GERENCIA DE ARTES AUDIOVISUALES DEL INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES

2016 *Cartilla Cinemateca Rodante Rutas para la creación, circulación y preservación de obras audiovisuales*. Bogotá. Disponible en: <https://idartesencasa.gov.co/artes-audiovisuales/libros/cartilla-cinemateca-rodante-rutas-para-la-creacion-circulacion-y>

## LA REPÚBLICA.

2018 *Fondo Fílmico de Colombia le ha dejado al país \$179.815 millones en cinco años.* Diario La República. Disponible en:  
<https://www.larepublica.co/economia/fondo-filmico-de-colombia-le-ha-dejado-al-pais-179815-millones-en-cinco-anos-2758903>

## LEY 680 DE 2001. CONGRESO DE LA REPÚBLICA

2001 *Por la cual se reforman las Leyes 14 de 1991, 182 de 1995, 335 de 1996 y se dictan otras disposiciones en materia de Televisión.* (11 de agosto de 2001). Diario Oficial 44.516.  
[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0680\\_2001.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0680_2001.html)

## LEY DE CULTURA (LEY 397 DE 1997). CONGRESO DE LA REPÚBLICA

1997 *Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias.* Diario Oficial No. 43102. Disponible en:  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=337>

## LEY 1262 DE 2008. CONGRESO DE LA REPÚBLICA

2008 *Por medio de la cual se aprueba el “Protocolo de enmienda al Acuerdo latinoamericano de coproducción cinematográfica”, firmado en Bogotá, D. C., el 14 de julio de 2006.* Diario Oficial No. 47.214. Disponible en:  
[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1262\\_2008.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1262_2008.html)

## LEY 1556 DE 2012. CONGRESO DE LA REPÚBLICA

2012 *Por la cual se fomenta el territorio nacional como escenario para el rodaje de obras cinematográficas.* Diario Oficial No. 48.486. Disponible en:  
<https://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/Legislacion/Documents/Ley%201556%20de%202012%20-%20Ley%20Filmaci%C3%B3n%20Colombia.pdf>

## LEY DE CINE (LEY 814 DE 2003). CONGRESO DE LA REPÚBLICA

2003 *Por la cual se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia.* Diario Oficial No. 45.237. Disponible en:  
<http://www.proimagenescolombia.com/secciones/proimagenes/interna.php?nt=8>

## MARCA PAÍS

2022 *Historia de Marca Colombia. Marca país.* Colombia CO. Disponible en:  
<https://www.colombia.co/marca-colombia/quienes-somos/historia-de-la-marca/historia-de-marca-colombia/>

## MINISTERIO DE CULTURA REPÚBLICA DE COLOMBIA

2003 *Impacto económico de las industrias culturales en Colombia,* Bogotá: Ministerio de Cultura / Convenio Andrés Bello (CAB). Disponible en:  
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53915.pdf>

2009a *“Políticas cinematográficas” en Compendio de políticas culturales,* Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia. Disponible en:  
<https://www.mincultura.gov.co/areas/fomento-regional/Documents/Compendio-Pol%C3%ADticas-Culturales.pdf>

2009b *Cartilla de conceptos audiovisuales,* en Ministerio de Cultura, Área Cinematografía, Módulo Publicaciones. Bogotá. Disponible en:  
<https://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/Cartilla%20de%20Conceptos%20Audiovisuales.pdf>

2009c *Sistema de clasificación de salas de cine.* Dirección de Cinematografía del

Ministerio de Cultura. Disponible en:

<http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/206/Publicaciones%20%20-%20Sistema%20de%20clasificacion%20de%20salas%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

2010 *Compendio de políticas culturales*. Bogotá: Ministerio de Cultura.

2015 *Cartilla de historia del cine colombiano*, Bogotá: Ministerio de Cultura, Dirección de Cinematografía. <https://docer.com.ar/doc/xex8n15>

2019 *Normas del cine colombiano*, Bogotá: Dirección de Cinematografía, Ministerio de Cultura. Disponible en <https://mincultura.gov.co/areas/cinematografia/Legislacion/Documents/Cartilla%20-%20Normas%20del%20Cine%20en%20Colombia.pdf>

#### PROGRAMA IBERMEDIA

2022 *El programa Ibermedia es toda la emoción del cine iberoamericano generada por el esfuerzo de creadores y artistas en más de 2.000 películas, a lo largo de 20 años*. Programa Ibermedia, El Espacio Audiovisual Iberoamericano. <https://www.programaibermedia.com/el-programa/>

#### PROIMÁGENES COLOMBIA

2008 *10 años del cine colombiano en movimiento, 10 años de PROIMÁGENES en Movimiento*. Boletín Especial. Bogotá. Proimágenes Colombia. [https://www.proimagenescolombia.com//secciones/pantalla\\_colombia/plantilla\\_li bre\\_v1.php?id=7](https://www.proimagenescolombia.com//secciones/pantalla_colombia/plantilla_li bre_v1.php?id=7)

2011 *Los colores de la montaña*. Proimágenes Colombia. Disponible en: [https://www.proimagenescolombia.com//secciones/cine\\_colombiano/peliculas\\_colombianas/pelicula\\_plantilla.php?id\\_pelicula=1893](https://www.proimagenescolombia.com//secciones/cine_colombiano/peliculas_colombianas/pelicula_plantilla.php?id_pelicula=1893)

#### PROIMÁGENES

2011 *Colombia cine en cifras: Asignación de los estímulos aprobados para el FDC (2004 - 2011)*. Bogotá: Proimágenes. Disponible en: [http://proimagenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/2011\\_1/espanol/indicadores-fomento-cine-colombiano.html](http://proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/2011_1/espanol/indicadores-fomento-cine-colombiano.html)

2014 *Cifras Exhibición*, Proimágenes Colombia. Disponible en: [https://www.proimagenescolombia.com//secciones/pantalla\\_colombia/breves\\_plantilla.php?id\\_noticia=5550](https://www.proimagenescolombia.com//secciones/pantalla_colombia/breves_plantilla.php?id_noticia=5550)

2015 *Anuario estadístico de Cinematografía 2015*, Proimágenes Colombia. Disponible en: <https://www.proimagenescolombia.com//secciones/centrodoc/estudios.php>

2016 “Anuario estadístico de Cinematografía”; Proimágenes Colombia. Disponible en: <http://www.proimagenescolombia.com/secciones/centrodoc/estudios.php>

2018 *Cartilla normas del cine en Colombia*. Bogotá. Disponible en: <http://www.proimagenescolombia.com/secciones/proimagenes/interna.php?nt=8>

2022 *La tierra y la sombra*. Proimágenes Colombia. Disponible en: [https://www.proimagenescolombia.com//secciones/cine\\_colombiano/peliculas\\_colombianas/pelicula\\_plantilla.php?id\\_pelicula=2116](https://www.proimagenescolombia.com//secciones/cine_colombiano/peliculas_colombianas/pelicula_plantilla.php?id_pelicula=2116)

2022b *Cine en cifras*. Proimágenes Colombia. Disponible en: [https://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/cine\\_cifras\\_listado.php](https://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_cifras_listado.php)

#### PROIMÁGENES EN MOVIMIENTO

2009a. *Espectadores y taquilla del cine colombiano 1996/ 2009*. Bogotá. Disponible en: [http://www.proimagenescolombia.com/archivos/520\\_taquilla\\_espectadores\\_cine\\_col\\_sep2009.xls](http://www.proimagenescolombia.com/archivos/520_taquilla_espectadores_cine_col_sep2009.xls)

2009b. *Recaudos para el Fondo de Desarrollo Cinematográfico*. Bogotá. Disponible en:

- [http://www.proimagenescolombia.com/archivos/383\\_recaudofdc\\_feb2009.xls](http://www.proimagenescolombia.com/archivos/383_recaudofdc_feb2009.xls)  
2009c. *Salas de cine 2009 (por exhibidor, ciudad, departamento)*. Bogotá. Disponible en: [http://www.proimagenescolombia.com/archivos/525\\_salasdecine\\_2009.xls](http://www.proimagenescolombia.com/archivos/525_salasdecine_2009.xls)
- 2016 Histórico películas Colombianas estrenadas 1996-2016. Fuente SIREC – ministerio de cultura. Disponible en: <https://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/estadisticas-del-sector/Documents/Hist%C3%B3rico%20Pel%C3%ADculas%20Colombianas%20Estrenadas%201996-2016.pdf>

UNESCO. ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA

1982. *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*. México: Fondo de Cultura Económica. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000135399>
- 2001 *Declaración Universal de la Unesco sobre la Diversidad Cultural*. Unesco. Disponible en: [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=13179&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

## **Comunicaciones personales**

TELLEZ, Daniel

2018 Asesor de comunicaciones de Proimágenes Colombia. Comunicación personal  
19 de octubre 2018.

MONTOYA, Felipe

2018. Coordinador de programación del Bogo short. Comunicación personal 28 de  
agosto 2018.

RODRÍGUEZ, Martha

2020 Cineasta, productora y documentalista colombiana. Comunicación personal

**ANEXOS**

## Anexo 1. Cinematografía colombiana 2004 – 2005

### PELÍCULAS COLOMBIANAS ESTRENADAS 2004 - 2005

#	TÍTULO	DIRECTOR	AÑO DE ESTRENO	FECHA DE ESTRENO (1)	ESPECTADORES
1	EL REY	ANTONIO DORADO	2004	01/10/2004	373.000
2	MARIA LLENA ERES DE GRACIA	JOSHUA MARSTON	2004	01/04/2004	150.000
3	LA ESQUINA	RAÚL GARCÍA	2004	25/12/2004	60.777
4	COLOMBIANOS UN ACTO DE FE	CARLOS FERNÁNDEZ DE SOTO	2004	15/10/2004	54.000
5	EL ESMERALDERO	EISHY HATAYA Y ANDREW MOLINA	2004	17/11/2004	13.000
6	LOS ARCHIVOS PRIVADOS DE PABLO ESCOBAR	MARC DE BEAUFORT	2004	20/02/2004	5.500
7	MALAMOR	JORGE ECHEVERRI	2004	03/09/2004	3.500
8	DEL PALENQUE DE SAN BASILIO	ERWIN GOGGEL	2004	01/03/2004	3.000
9	LA MÁGICA AVENTURA DE OSCAR	DIANA SÁNCHEZ	2004	13/12/2004	100
	CATÁLOGO EL CARRO	LUIS ORJUELA	2003	25/12/2003	345.434
<b>TOTAL 2004</b>					<b>1.008.311</b>
1	ROSARIO TIJERAS	EMILIO MALLÉ	2005	12/08/2005	1.053.030
2	PERDER ES CUESTIÓN DE MÉTODO	SERGIO CABRERA	2005	01/04/2005	252.710
3	SUMAS Y RESTAS	VÍCTOR GAVIRIA	2005	29/09/2005	247.125
4	MI ABUELO, MI PAPÁ Y YO	DAGO GARCIA Y JUAN C. VASQUEZ	2005	25/12/2005	120.300
5	LA HISTORIA DEL BAÚL ROSADO	LIBIA STELLA GÓMEZ	2005	11/11/2005	18.329
6	LA SOMBRA DEL CAMINANTE	CIRO GUERRA	2005	08/04/2005	7.834
7	SIN AMPARO	JAIME OSORIO	2005	02/09/2005	2.075
	CATÁLOGO MARÍA LLENA ERES DE GRACIA	JOSHUA MARSTON	2004	01/04/2004	165.633
	CATÁLOGO LA ESQUINA	RAÚL GARCÍA	2004	25/12/2004	112.070
<b>TOTAL 2005</b>					<b>1.979.106</b>

Fuente: Histórico películas colombianas estrenadas 1996 – 2016. Fuente SIREC – Proimágenes en Movimiento (2016).

## Anexo 2. Cinematografía colombiana 2006-2007

### PELÍCULAS COLOMBIANAS ESTRENADAS 2006 - 2007

#	TÍTULO	DIRECTOR	AÑO DE ESTRENO	FECHA DE ESTRENO (1)	ESPECTADORES
1	SOÑAR NO CUESTA NADA	RODRIGO TRIANA	2006	11/08/2006	1.198.172
2	KARMMA	ORLANDO PARDO	2006	06/10/2006	412.884
3	EL COLOMBIAN DREAM	FELIPE ALJURE	2006	27/10/2006	377.692
4	AL FINAL DEL ESPECTRO	JUAN FELIPE OROZCO	2006	15/12/2006	158.814
5	DIOS LOS JUNTA Y ELLOS SE SEPARAN	HAROLD TROMPETERO	2006	25/12/2006	115.039
6	CARTAS DEL GORDO	DARÍO ARMANDO GARCÍA / JUAN CARLOS VÁSQUEZ	2006	25/12/2006	108.175
7	EL TRATO	FRANCISCO NORDEN	2006	19/07/2006	80.577
8	CUANDO ROMPEN LAS OLAS	RICCARDO GABRIELLI	2006	10/11/2006	18.643
	CATÁLOGO MI ABUELO, MI PAPÁ Y YO	DAGO GARCÍA Y JUAN C. VÁSQUEZ	2005	25/12/2005	336.896
<b>TOTAL 2006</b>					<b>2.806.892</b>
1	BLUFF	FELIPE MARTÍNEZ	2007	23/03/2007	492.606
2	SATANÁS	ANDI BAIZ	2007	01/06/2007	464.076
3	ESTO HUELE MAL	JORGE ALÍ TRIANA	2007	03/08/2007	422.804
4	MUERTOS DE SUSTO	HAROLD TROMPETERO	2007	25/12/2007	186.325
5	LA MINISTRA INMORAL	CELMIRA ZULUAGA	2007	26/10/2007	135.820
6	APOCALIPSUR	JAVIER MEJÍA	2007	14/09/2007	26.514
7	BUSCANDO A MIGUEL	JUAN FISCHER	2007	17/08/2007	21.517
8	LA BODA DEL GRINGO	TAS SALINI	2007	09/03/2007	16.157
9	EL SUEÑO DEL PARAÍSO	CARLOS PALAU	2007	12/10/2007	7.494
10	JUANA TENÍA EL PELO DE ORO	PACHO BOTTÍA	2007	16/11/2007	4.670
11	EL CORAZÓN	DIEGO GARCÍA MORENO	2007	24/10/2007	3.000
12	UN TIGRE DE PAPEL	LUIS OSPINA	2008	26/10/2007	371
	CATÁLOGO AL FINAL DEL ESPECTRO	JUAN FELIPE OROZCO	2006	15/12/2006	146.139
	CATÁLOGO LAS CARTAS DEL GORDO	DARÍO ARMANDO GARCÍA / JUAN CARLOS VÁSQUEZ	2006	25/12/2006	290.183
	CATÁLOGO DIOS LOS JUNTA Y ELLOS SE SEPARAN	HAROLD TROMPETERO	2006	25/12/2006	155.982
<b>TOTAL 2007</b>					<b>2.373.658</b>

Fuente: Histórico películas colombianas estrenadas 1996 – 2016. Fuente SIREC – Proimágenes en Movimiento (2016).



### Anexo 3. Cinematografía colombiana 2008-2009

## PELÍCULAS COLOMBIANAS ESTRENADAS 2008 - 2009

#	TÍTULO	DIRECTOR	AÑO DE ESTRENO	FECHA DE ESTRENO (1)	ESPECTADORES
1	PARAÍSO TRAVEL	SIMÓN BRAND	2008	18/01/2008	932.166
2	PERRO COME PERRO	CARLOS MORENO	2008	18/04/2008	294.549
3	LA MILAGROSA	RAFA LARA	2008	22/08/2008	181.555
4	LOS ACTORES DEL CONFLICTO	LISANDRO DUQUE	2008	10/10/2008	90.614
5	NI TE CASES NI TE EMBARQUES	RICARDO CORAL	2008	25/12/2008	74.087
6	EL ÁNGEL DEL ACORDEÓN	MARÍA CAMILA LIZARAZO	2008	11/07/2008	69.351
7	ENTRE SÁBANAS	GUSTAVO NIETO ROA	2008	04/04/2008	67.227
8	TE AMO, ANA ELISA	ANTONIO DORADO Y RÓBINSON DÍAZ	2008	26/09/2008	49.345
9	NOCHEBUENA	CAMILA LOBOGUERRERO	2008	28/11/2008	26.871
10	PVC 1	SPIROS STATHOULOPOULOS	2008	14/11/2008	6.930
11	YO SOY OTRO	OSCAR CAMPO	2008	24/07/2008	6.594
12	POLVO DE ÁNGEL	OSCAR A. BLANCARTE	2008	04/07/2008	1.932
13	HELENA	JAIME CÉSAR ESPINOZA	2008	12/12/2008	619
CATÁLOGO MUERTOS DE SUSTO		HAROLD TROMPETERO	2007	25/12/2007	471.444
<b>TOTAL 2008</b>					<b>2.273.284</b>
1	EL ARRIERO	GUILLERMO CALLE	2009	03/04/2009	286.884
2	LA PASIÓN DE GABRIEL	LUIS ALBERTO RESTREPO	2009	07/08/2009	220.983
3	LOS VIAJES DEL VIENTO	CIRO GUERRA	2009	01/05/2009	167.286
4	IN FRAGRANTI	JUAN CAMILO PINZÓN	2009	25/12/2009	132.777
5	LA SANGRE Y LA LLUVIA	JORGE NAVAS	2009	30/10/2009	92.091
6	AMAR A MORIR	FERNANDO LEBRIJA	2009	16/10/2009	71.945
7	EL MAN, EL SUPER HÉROE NACIONAL	HAROLD TROMPETERO	2009	23/01/2009	46.763
8	RIVERSIDE	HAROLD TROMPETERO	2009	27/03/2009	45.004
9	PECADOS DE MI PADRE	NICOLÁS ENTEL	2009	12/11/2009	43.766
10	EL CIELO	ALESSANDRO BASILE	2009	25/09/2009	2.038
11	HUMO EN TUS OJOS	MAURICIO CATAÑO	2009	14/08/2009	246
CATÁLOGO NI TE CASES NI TE EMBARQUES		RICARDO CORAL	2008	25/12/2008	121.975
<b>TOTAL 2009</b>					<b>1.231.758</b>

Fuente: Histórico películas colombianas estrenadas 1996 – 2016. Fuente SIREC – Proimágenes en Movimiento (2016).

## Anexo 4. Cinematografía colombiana 2010-2011

### PELÍCULAS COLOMBIANAS ESTRENADAS 2010 - 2011

#	TÍTULO	DIRECTOR	AÑO DE ESTRENO	FECHA DE ESTRENO (1)	ESPECTADORES
1	SIN TETAS NO HAY PARAÍSO	GUSTAVO BOLÍVAR	2010	10/09/2010	326.247
2	EL PASEO	HAROLD TROMPETERO	2010	25/12/2010	311.277
3	CHANCE	ABNER BENAÏM	2010	12/03/2010	118.336
4	DEL AMOR Y OTROS DEMONIOS	HILDA HIDALGO	2010	26/03/2010	77.873
5	GARCÍA	JOSÉ LUÍS RUGELES	2010	13/08/2010	54.137
6	RETRATOS EN UN MAR DE MENTIRAS	CARLOS GAVIRÍA	2010	21/05/2010	46.039
7	LA SOCIEDAD DEL SEMÁFORO	RUBÉN MENDOZA	2010	24/09/2010	43.213
8	CONTRACORRIENTE	JAVIER FUENTES LEÓN	2010	23/04/2010	37.972
9	EL VUELCO DEL CANGREJO	OSCAR RUÍZ NAVIA	2010	12/02/2010	24.945
10	RABIA	SEBASTIÁN CORDERO	2010	05/11/2010	23.764
	CATÁLOGO IN FRAGRANTI	JUAN CAMILO PINZÓN	2009	25/12/2009	463.954
<b>TOTAL 2010</b>					<b>1.527.757</b>
1	LOS COLORES DE LA MONTAÑA	CARLOS CÉSAR ARBELÁEZ	2011	11/03/2011	379.525
2	EL PÁRAMO	JAIME OSORIO MÁRQUEZ	2011	07/10/2011	326.040
3	EL JEFE	JAIME ESCALLÓN BURAGLIA	2011	14/01/2011	319.163
4	EN COMA	JUAN DAVID RESTREPO	2011	06/05/2011	175.927
5	MAMÁ TÓMATE LA SOPA	MARIO RIBERO FERREIRA	2011	25/12/2011	152.122
6	SALUDA AL DIABLO DE MI PARTE	JUAN FELIPE OROZCO	2011	12/08/2011	108.305
7	LECCIONES PARA UN BESO	JUAN PABLO BUSTAMANTE	2011	08/04/2011	103.067
8	EL ESCRITOR DE TELENÓVELAS	FELIPE DOTHÉE	2011	25/12/2011	68.725
9	POKER	JUAN SEBASTIÁN VALENCIA	2011	30/09/2011	43.435
10	TODOS TUS MUERTOS	CARLOS MORENO	2011	15/07/2011	37.269
11	LA VIDA ERA EN SERIO	MÓNICA BORDA	2011	09/09/2011	26.842
12	CON AMOR Y SIN AMOR	DAVID SERRANO	2011	08/08/2011	25.009
13	SILENCIO EN EL PARAÍSO	COLBERT GARCÍA	2011	25/11/2011	17.415
14	LOCOS	HAROLD TROMPETERO	2011	20/05/2011	12.694
15	PEQUEÑAS VOCES	JAIRO CARRILLO Y OSCAR ANDRADE	2011	16/09/2011	9.833
16	KAREN LLORA EN UN BUS	GABRIEL ROJAS VERA	2011	13/05/2011	5.829
17	POSTALES COLOMBIANAS	RICARDO CORAL-DORADO	2011	18/11/2011	2.443
18	CUARENTA	CARLOS FERNÁNDEZ DE SOTO	2011	08/07/2011	1.083
	CATÁLOGO EL PASEO	HAROLD TROMPETERO	2010	25/12/2010	1.191.464
<b>TOTAL 2011</b>					<b>3.096.190</b>

Fuente: Histórico películas colombianas estrenadas 1996 – 2016. Fuente SIREC – Proimágenes en Movimiento (2016).

## Anexo 5. Cinematografía colombiana 2012

### PELÍCULAS COLOMBIANAS ESTRENADAS 2012

#	TITULO	DIRECTOR	AÑO DE ESTRENO	FECHA DE ESTRENO (1)	ESPECTADORES
1	MI GENTE LINDA, MI GENTE BELLA	HAROLD TROMPETERO	2012	08/06/2012	615.208
2	LA CARA OCULTA	ANDI BAIZ	2012	20/01/2012	614.426
3	EL PASEO 2	HAROLD TROMPETERO	2012	25/12/2012	480.771
4	EL CARTEL DE LOS SAPOS	CARLOS MORENO	2012	28/09/2012	447.647
5	SANANDRESITO	ALESSANDRO ANGULO	2012	19/07/2012	303.721
6	LA LECTORA	RICCARDO GABRIELLI	2012	17/08/2012	200.777
7	180 SEGUNDOS	ALEXANDER GIRALDO	2012	13/04/2012	160.828
8	SOFÍA Y EL TERCO	ANDRÉS BURGOS	2012	03/08/2012	50.620
9	¿POR QUÉ DEJARON A NACHO? SI ERA TAN BUENO EL MUCHACHO	FERNANDO AYLLÓN	2012	14/09/2012	44.335
10	APAPORIS, SECRETOS DE LA SELVA	ANTONIO DORADO	2012	17/02/2012	44.177
11	CHOCÓ	JHONNY HENDRIX HINESTROZA	2012	03/08/2012	31.605
12	CARRUSEL	GUILLERMO IVÁN	2012	24/08/2012	25.758
13	LA SIRGA	WILLIAM VEGA	2012	24/08/2012	21.538
14	LA CAPTURA	DARÍO ARMANDO GARCÍA Y JUAN CARLOS VÁSQUEZ	2012	27/04/2012	19.168
15	SIN PALABRAS	ANA SOFÍA OSORIO Y DIEGO FERNANDO BUSTAMANTE	2012	02/11/2012	18.803
16	LA PLAYA D.C.	JUAN ANDRÉS ARANGO	2012	19/10/2012	16.015
17	EL SUEÑO DE IVÁN	ROBERTO SANTIAGO	2012	18/05/2012	10.921
18	PORFIRIO	ALEJANDRO LANDES	2012	02/03/2012	7.676
19	EL RESQUICIO	ALFONSO ACOSTA	2012	19/10/2012	6.354
20	APATÍA, UNA PELÍCULA DE CARRETERA	ARTURO ORTEGÓN	2012	23/11/2012	3.770
21	GORDO, CALVO Y BAJITO	CARLOS OSUNA	2012	18/05/2012	2.963
22	PEQUEÑOS VAGOS	CARLOS ZAPATA	2012	24/02/2012	1.245
23	ILEGAL.CO	ALESSANDRO ANGULO	2012	13/04/2012	769
	CATÁLOGO MAMÁ TÓMATE LA SOPA	MARIO RIBERO FERREIRA	2011	25/12/2011	230.817
	CATÁLOGO EL ESCRITOR DE TELENOVELAS	FELIPE DOTHÉE	2011	25/12/2011	37.699
	<b>CATÁLOGO CINE COLOMBIANO</b>				2.834
	<b>TOTAL 2012</b>				<b>3.400.445</b>

Fuente: Histórico películas colombianas estrenadas 1996 – 2016. Fuente SIREC – Proimágenes en Movimiento (2016).

## Anexo 6. Cinematografía colombiana 2013

### PELÍCULAS COLOMBIANAS ESTRENADAS 2013

#	TÍTULO	DIRECTOR	AÑO DE ESTRENO	FECHA DE ESTRENO (1)	ESPECTADORES
1	EL PASEO 3	JUAN CAMILO PINZÓN	2013	25/12/2013	364.797
2	EL CONTROL	FELIPE DOROTHÉE	2013	31/05/2013	259.019
3	ROA	ANDI BAIZ	2013	09/04/2013	161.113
4	DE ROLLING POR COLOMBIA	HAROLD TROMPETERO	2013	19/07/2013	154.547
5	CRIMEN CON VISTA AL MAR	GERARDO HERRERO	2013	16/08/2013	101.621
6	SECRETOS	FERNANDO AYLLÓN	2013	18/10/2013	48.551
7	AMORES PELIGROSOS	ANTONIO DORADO ZÚÑIGA	2013	11/10/2013	46.747
8	LO AZUL DEL CIELO	JUAN ALFREDO URIBE	2013	18/01/2013	20.116
9	LA JUSTA MEDIDA	COLBERT GARCÍA	2013	01/11/2013	17.513
10	EDIFICIO ROYAL	IVÁN WILD	2013	22/03/2013	10.958
11	CAZANDO LUCIÉRNAGAS	ROBERTO FLORES PRIETO	2013	25/10/2013	7.256
12	ESTRELLA DEL SUR	GABRIEL GONZALEZ	2013	03/05/2013	6.622
13	LA ETERNA NOCHE DE LAS DOCE LUNAS	PRISCILA PADILLA	2013	16/08/2013	6.026
14	DON CA	PATRICIA AYALA RUIZ	2013	13/09/2013	4.029
15	PESCADOR	SEBASTIÁN CORDERO	2013	08/02/2013	3.532
16	CRÓNICA DEL FIN DEL MUNDO	MAURICIO CUERVO	2013	29/11/2013	1.311
17	PABLO'S HIPPOS	ANTONIO VON HILDEBRAND	2013	13/12/2013	42
	CATÁLOGO EL PASEO 2	HAROLD TROMPETERO	2012	25/12/2012	921.698
<b>CATÁLOGO CINE COLOMBIANO</b>					5.470
<b>TOTAL 2013</b>					<b>2.140.968</b>

Fuente:

Histórico películas colombianas estrenadas 1996 – 2016. Fuente SIREC – Proimágenes en Movimiento (2016).

## Anexo 7. Cinematografía colombiana 2014

### PELÍCULAS COLOMBIANAS ESTRENADAS 2014

#	TÍTULO	DIRECTOR	AÑO DE ESTRENO	FECHA DE ESTRENO (1)	ESPECTADORES
1	UNO AL AÑO NO HACE DAÑO	JUAN CAMILO PINZÓN	2014	Diciembre 25 de 2014	501.803
2	ENCERRADA	VICTOR GARCÍA	2014	Junio 20 de 2014	395.393
3	CIUDAD DELIRIO	CHUS GUTIÉRREZ	2014	Abril 11 de 2014	298.939
4	NOS VAMOS PAL MUNDIAL	ANDRÉS ORJUELA/FERNANDO AYLLÓN	2014	Abril 25 de 2014	136.461
5	CARTA AL NIÑO DIOS	JUAN CAMILO PINZÓN	2014	Noviembre 13 de 2014	126.846
6	TODAS PARA UNO	HAROLD TROMPETERO	2014	Enero 10 de 2014	100.880
7	DEMENTAL	DAVID ARTURO BOHÓRQUEZ CASTRO	2014	Agosto 14 de 2014	37.652
8	DE ROLLING2: POR EL SUEÑO MUNDIALISTA	HAROLD TROMPETERO	2014	Mayo 16 de 2014	27.164
9	SECRETOS DE CONFESIÓN	HENRY RIVERO	2014	Mayo 9 de 2014	19.065
10	ANINA	ALFREDO SODERGUIT	2014	Enero 24 de 2014	12.927
11	BOLAETRAPO	GUILLERMO IVÁN	2014	Marzo 21 de 2014	10.431
12	LOS HONGOS	OSCAR RUÍZ NAVIA	2014	Septiembre 25 de 2014	9.833
13	INFIERNO O PARAÍSO	GERMAN PIFFANO	2014	Octubre 23 de 2014	8.880
14	MATEO	MARÍA GAMBIA JARAMILLO	2014	Agosto 28 de 2014	8.572
15	MANOS SUCIAS	JOSEF KUBOTA WLADYKA	2014	Octubre 9 de 2014	8.370
16	TIERRA EN LA LENGUA	RUBÉN MENDOZA	2014	Julio 17 de 2014	7.561
17	JARDÍN DE AMAPOLAS	JUAN CARLOS MELO	2014	Diciembre 4 de 2014	5.890
18	PETECUY	OSCAR HINCAPIÉ MAHECHA	2014	Diciembre 11 de 2014	4.862
19	ESTRELLA QUIERO SER	GUSTAVO NIETO ROA	2014	Agosto 14 de 2014	4.354
20	EL FARO	LUÍS FERNANDO BOTTÍA	2014	Agosto 7 de 2014	4.222
21	POR UN PUÑADO DE PELOS	NESTOR MONTALBANO	2014	Septiembre 18 de 2014	3.476
22	CALLEJÓN	ANTONIO TRASHORRAS	2014	Diciembre 4 de 2014	3.204
23	SOUVENIR	ANDRÉS CUEVAS	2014	Junio 6 de 2014	2.320
24	DÍAS DE VINILO	GABRIEL NESCI	2014	Julio 11 de 2014	1.977
25	MEMORIAS DEL CALAVERO	RUBÉN MENDOZA	2014	Noviembre 6 de 2014	1.351
26	CLIMAS	ENRICA PÉREZ	2014	Diciembre 4 de 2014	955
27	DESHORA	BÁRBARA SARASOLA DAY	2014	Noviembre 20 de 2014	838
28	EL CIELO EN TU MIRADA	PEDRO PABLO YBARRA	2014	Mayo 2 de 2014	309
	CATÁLOGO EL PASEO 3	JUAN CAMILO PINZÓN	2013	Diciembre 25 de 2013	460.574
	<b>CATÁLOGO CINE COLOMBIANO</b>				660
	<b>TOTAL 2014</b>				<b>2.205.769</b>

Fuente: Histórico películas colombianas estrenadas 1996 – 2016. Fuente SIREC – Proimágenes en Movimiento (2016).



## Anexo 8. Cinematografía colombiana 2015

### PELÍCULAS COLOMBIANAS ESTRENADAS 2015

#	TITULO	DIRECTOR	AÑO DE ESTRENO	FECHA DE ESTRENO (1)	ESPECTADORES
1	UNO AL AÑO NO HACE DAÑO 2	JUAN CAMILO PINZÓN	2015	25/12/2015	550.929
2	SE NOS ARMO LA GORDA	FERNANDO AYLLÓN	2015	08/01/2015	452.519
3	GUELCOM TU COLOMBIA	RICARDO CORAL	2015	24/09/2015	301.990
4	SE NOS ARMO LA GORDA 2	FERNANDO AYLLÓN	2015	01/10/2015	177.150
5	EL CARTEL DE LA PAPA	JAIME ESCALLÓN	2015	16/07/2015	124.508
6	EL ABRAZO DE LA SERPIENTE	CIRO GUERRA	2015	21/05/2015	111.481
7	OUT OF THE DARK (DYNAMO)	LUIS QUILEZ	2015	22/01/2015	93.480
8	REGUE CHIKEN	DAGO GARCÍA	2015	04/06/2015	63.484
9	QUE VIVA LA MUSICA	CARLOS MORENO	2015	29/10/2015	61.212
10	PA. POR MIS HIJOS LO QUE SEA	HAROLD TROMPETERO	2015	04/06/2015	58.230
11	VIVO EN EL LIMBO	ROBERTO FLORES Y DAGO GARCÍA	2015	27/08/2015	57.882
12	LA TIERRA Y LA SOMBRA	CESAR ACEVEDO	2015	23/07/2015	53.798
13	LA RECTORA	MATEO STIVELBERG	2015	07/05/2015	28.169
14	TODOS SE VAN	SERGIO CABRERA	2015	23/04/2015	26.493
15	CARTA A UNA SOMBRA	DANIELA ABAD Y MIGUEL SALAZAR	2015	25/06/2015	25.468
16	GENTE DE BIEN	FRANCO LOLLI	2015	28/05/2015	24.444
17	SIEMPREVIVA	Klych López	2015	01/10/2015	20.561
18	EL PALACIO: ANTES DEL FUEGO	LAURA MORA	2015	06/08/2015	13.418
19	ALIAS MARIA	JOSE LUIS RUGELES	2015	12/11/2015	8.664
20	ULTIMO ALIENTO	RENE CASTELLANOS	2015	28/05/2015	6.737
21	PORRO HECHO EN COLOMBIA	ADRIANA LUCÍA LÓPEZ	2015	17/09/2015	5.465
22	EL ELEFANTE DESAPARECIDO	JAVIER FUENTES LEÓN	2015	16/04/2015	5.443
23	ELLA	LIBIA STELLA GOMEZ	2015	11/06/2015	4.865
24	RUIDO ROSA	ROBERTO FLORES	2015	09/04/2015	4.488
25	MARAÑÓN	SALOMÓN SIMHON	2015	26/11/2015	3.829
26	EL VIAJE DEL ACORDEON	REY SAGBINI & ANDREW TUCKER	2015	14/05/2015	3.010
27	LAS TETAS DE MI MADRE	CARLOS ZAPATA	2015	05/11/2015	2.901
28	VIOLENCIA	JORGE FORERO	2015	22/10/2015	2.852
29	SUAVE EL ALIENTO	AUGUSTO SANDINO	2015	22/10/2015	2.369
30	SHAKESPEARE	DAGO GARCÍA	2015	30/04/2015	1.890
31	UN ASUNTO DE TIERRAS	PATRICIA AYALA RUÍZ	2015	27/08/2015	1.762
32	REFUGIADO	DIEGO LERMAN	2015	10/12/2015	1.607
33	PAISAJE INDELEBLE	JAIME ENRIQUE BARRIOS	2015	10/12/2015	1.266
34	MONTE ADETRON	NICOLAS MACARIO ALONSO	2015	07/10/2015	1.089
35	EL VALLE SIN SOMBRAS	RUBÉN MENDOZA	2015	12/11/2015	674
36	PARADOR HUNGARO	ASENETH SUÁREZ	2015	03/12/2015	473
	Catálogo UNO AL AÑO NO HACE DAÑO	Juan Camilo Pinzón	2014	25/12/2014	1.132.960
<b>CATÁLOGO CINE COLOMBIANO</b>					9.025
<b>TOTAL 2015</b>					<b>3.446.585</b>

Fuente: Histórico películas colombianas estrenadas 1996 – 2016. Fuente SIREC – Proimágenes en Movimiento (2016).

## Anexo 9. Cinematografía colombiana 2016

### PELÍCULAS COLOMBIANAS ESTRENADAS 2016

#	TÍTULO	DIRECTOR	AÑO DE ESTRENO	FECHA DE ESTRENO	ESPECTADORES	
1	EL COCO	JUAN CAMILO PINZÓN	2016	06/10/2016	1.154.386	
2	A GENTE NERO NERO 7	GABRIEL CASILIMAS	2016	10/11/2016	733.807	
3	USTED NO SABE QUIEN SOY YO	FERNANDO AYLLÓN	2016	07/01/2016	637.903	
4	EL PASEO 4	JUAN CAMILO PINZÓN	2016	22/12/2016	563.766	
5	MALCRIADOS	FELIPE MARTÍNEZ	2016	14/04/2016	138.780	
6	POLVO CARNAVALERO	JUAN CAMILO PINZÓN	2016	26/05/2016	109.664	
7	EL LAMENTO	JUAN CAMILO PINZÓN	2016	01/09/2016	59.656	
8	EL SOBORNO DEL CIELO	LISANDRO DUQUE	2016	17/03/2016	44.497	
9	LA SEMILLA DEL SILENCIO	FELIPE CANO	2016	03/03/2016	39.723	
10	JÉRICO EL INFINITO VUELO DE LOS DÍAS	CATALINA MESA	2016	17/11/2016	22.777	
11	LOS NADIE	JUAN SEBASTIÁN MESA	2016	15/09/2016	22.344	
12	SAUDÓ	JHONNY HENDRIX HINESTROZA	2016	04/08/2016	20.494	
13	FRAGMENTOS DE AMOR	FERNANDO VALLEJO	2016	18/08/2016	18.886	
14	ANNA	JAQUES TOULEMONDE	2016	31/03/2016	17.780	
15	CINCO	RICARDO GABRIELLI	2016	28/01/2016	17.407	
16	PASOS DE HEROE	HENRY RINCÓN	2016	22/09/2016	14.854	
17	TODO COMENZO POR EL FIN	LUIS OSPINA	2016	07/04/2016	9.131	
18	PARIENTE	IVÁN D. GAONA	2016	13/10/2016	8.797	
19	LAS MALAS LENGUAS	JUAN PABLO LA SERNA	2016	05/05/2016	8.577	
20	ESO QUE LLA MAN AMOR	CARLOS CESAR ARBELA EZ	2016	01/12/2016	7.506	
21	MALOS DIAS	ANDRES BELTRAN	2016	21/04/2016	6.918	
22	FRESOS	ESTEBAN RAMÍREZ	2016	10/03/2016	6.634	
23	LAMENTOS SI LA ESCUCHAS MUJERES	JULIÁN CASANOCA	2016	01/12/2016	6.069	
24	SIEMBRA	SANTIAGO LOZANO Y ANGELA OSOSRIO	2016	14/04/2016	5.881	
25	DESTINOS	ALEXANDER GIRALDO	2016	01/09/2016	5.829	
26	DOS MUJERES Y UNA VACA	EFRAÍN BAHAMÓN	2016	19/05/2016	4.493	
27	CHAMAN EL ÚLTIMO GUERRERO	SANDRO MENESES	2016	13/10/2016	4.207	
28	MAGALLANES	SALVADOR DEL SOLAR	2016	02/06/2016	4.019	
29	AISLADOS	MARCELA LIZCANO	2016	16/06/2016	3.512	
30	OSCURO ANIMAL	FELIPE GUERRERO	2016	29/09/2016	3.124	
31	PACIENTE	JORGE CABALLERO	2016	21/04/2016	3.067	
32	LOS ASOMBROS DÍAS DE GUILLERMINO	GLORIA NANCY MONSALVE	2016	01/12/2016	2.689	
33	LA SELVA INFLADA	ALEJANDRO NARANJO	2016	31/03/2016	2.062	
34	HOME - EL PAÍS DE LA ILUSIÓN	JOSEPHINE LILLY LANDERTINGER	2016	18/08/2016	702	
35	NO TODO ES VIGILIA	HERMES PARALLUELO	2016	12/05/2016	476	
36	HOMBRES SOLOS	FRANCISCO SCHMITT	2016	08/09/2016	445	
37	ATI Y MINDHWA	CLAUDIA FISCHER	2016	06/10/2016	445	
38	LA LUCIÉRNAGA	ANA MARÍA HERMDA	2016	10/11/2016	388	
39	CIUDAD SIN SOMBRA	BERNANRDO FRANCISCO CAÑIZARES	2016	01/09/2016	223	
40	MORIA	CLAUDIO CATAÑO	2016	09/06/2016	181	
41	MATACHINDÉ	VÍCTOR PALACIOS	2016	01/12/2016	175	
Catálogo UNO AL AÑO NO HACE DAÑO 2			JUAN CAMILO PINZÓN	2015	25/12/2015	723.385
Catálogo EL ABRAZO DE LA SERPIENTE			CIRO GUERRA	2015	21/05/2015	340.881
CATÁLOGO CINE COLOMBIANO						10.459
<b>TOTAL 2016</b>					<b>4.786.999</b>	

Fuente: Histórico películas colombianas estrenadas 1996 – 2016. Fuente SIREC – Proimágenes en Movimiento (2016).

