

PROPUESTA DE UN MÉTODO DE PRODUCCIÓN SUSTENTADO EN EL
CORTOMETRAJE 'NARANJAS SIN PIEL'

MODALIDAD DEL TRABAJO DE GRADO: INVESTIGACIÓN APLICADA

AUTOR: LINDA VANESSA MARÍN TORRES
DIRECTOR: IVAN JOSÉ SIERRA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIOS
BOGOTÁ
2018

RESUMEN

A partir del análisis de las etapas de la realización audiovisual y el panorama del contexto actual de la industria cinematográfica colombiana, se evidencia la necesidad de replantear las dimensiones de la producción. El método de producción utilizado en el cortometraje 'Naranjas sin piel' retrata tres dimensiones de la realización, pasando por la producción, distribución y exhibición proponiendo una forma de resolver algunos problemas en las dinámicas socio-culturales del mercado actual, en función de fomentar la realización de proyectos audiovisuales rentables. Este trabajo ofrece una guía de procesos para producir un audiovisual con base al análisis previo sobre las dimensiones de la producción documentando, a su vez, la experiencia sobre el proceso, presentado así una referencia para la producción audiovisual en Colombia.

La propuesta se plantea con base en el análisis de cifras, textos y aportes de experiencia en el sector cinematográfico en Colombia, proponiendo un método y técnica factible en su aplicación a la industria.

Palabras Clave: financiación, producción, distribución, exhibición, método, Ley de Cine.

ABSTRACT

Based on analysis of the stages of audiovisual production, and the current state of the Colombian film industry, there is a clear need to rethink the entire production process.

A different production approach was used in the short film 'Naranjas Sin Piel' which was the author's theses project. This new approach included three stages: production, distribution, and exhibition. The goal of this new approach is to solve problems in the current production model, and to increase the feasibility and profitability of audiovisual projects.

This new approach is the result of the thesis research and provides guidelines for a more efficient production process for audiovisual projects in Colombia.

Keywords: financing, production, distribution, exhibition, method, Film Law.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	6
2. JUSTIFICACIÓN	7
3. OBJETIVOS	8
3.1. OBJETIVO GENERAL	8
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
4. ESTADO DEL ARTE	9
5. MARCO TEÓRICO	10
5.1. ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	10
5.1.1. DESARROLLO	10
5.1.2. PRE-PRODUCCIÓN	15
5.1.3. PRODUCCIÓN	17
5.1.4. POSTPRODUCCIÓN	18
5.1.5. DISTRIBUCIÓN Y EXHIBICIÓN	20
5.2. RESUMEN DE DEPARTAMENTOS	22
5.2.1. DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN DETALLADO	23
5.3. MODELOS DE FINANCIACIÓN EN COLOMBIA	26
5.3.1. ANTECEDENTES LEGISLATIVOS	26
5.3.2. PANORAMA ACTUAL	29
5.3.3. FONDOS NACIONALES	30
5.3.3.1. FONDO PARA EL DESARROLLO CINEMATOGRAFICO (FDC)	30
5.3.3.1.1. ESTÍMULOS POR CONCURSO	32
5.3.3.1.2. ESTÍMULOS AUTOMÁTICOS	33
5.3.3.2. PROGRAMA DISTRITAL DE ESTÍMULOS	33
5.3.3.3. PROGRAMA NACIONAL DE ESTÍMULOS	34
5.3.4. LEY 814-2003, BENEFICIOS TRIBUTARIOS	34
5.3.5. LEY 1556	37
5.3.6. COOPERACIÓN INTERNACIONAL	38
5.3.6.1. PROGRAMA IBERMEDIA	38
5.3.6.2. FONDOS INTERNACIONALES	39
5.3.7. CROWDFUNDING	42
5.4. MODELOS DE DISTRIBUCIÓN Y EXHIBICIÓN	47
5.4.1. ANTECEDENTES LEGISLATIVOS	47
5.4.2. PANORAMA ACTUAL	49
5.4.3. GESTIONES LEGALES	51
5.4.4. FESTIVALES	53
5.4.5. EXHIBICIÓN EN SALAS	53
5.4.5.1. CONVOCATORIA PERMANENTE DE CORTOS	54
5.4.6. CANALES DE TELEVISIÓN	55

5.4.7. INTERNET	55
5.4.8. HOME VIDEO	57
5.4.9. PIRATERÍA	57
6. ASPECTOS METODOLÓGICOS	58
6.1. ANÁLISIS DEL PROBLEMA	58
6.1.1. LAS TRES DIMENSIONES	58
6.1.2. ANÁLISIS DE PRODUCCIÓN	59
6.1.2.1. ANÁLISIS FONDOS NACIONALES	59
6.1.2.2. ANÁLISIS LEY 814-2003, BENEFICIOS TRIBUTARIOS	67
6.1.2.3. ANÁLISIS LEY 1556	70
6.1.2.4. ANÁLISIS COOPERACIÓN INTERNACIONAL	72
6.1.2.5. ANÁLISIS CROWDFUNDING	73
6.1.3. ANÁLISIS DE DISTRIBUCIÓN Y EXHIBICIÓN	75
6.1.3.1. ANÁLISIS FESTIVALES	75
6.1.3.2. ANÁLISIS EXHIBICIÓN EN SALAS	76
6.1.3.2.1. EXHIBIDORES	77
6.1.3.2.2. DISTRIBUIDORES	80
6.1.3.2.3. ESPECTADORES	83
6.1.3.2.4. TAQUILLA	91
6.1.3.2.5. PROMOCIÓN	93
6.1.3.2.6. CORTOMETRAJES EN SALAS	94
6.1.3.3. ANÁLISIS CANALES DE TELEVISIÓN	98
6.1.3.4. ANÁLISIS INTERNET	99
6.1.3.5. ANÁLISIS HOME VIDEO	101
6.1.3.6. ANÁLISIS PIRATERÍA	101
7. PROPUESTA	104
7. 1. PLANTEAMIENTO	104
7.2. PUESTA EN PRÁCTICA DEL MODELO	105
7.2.1. DESARROLLO	105
7.2.1.1. GUION	105
7.2.1.2. INVESTIGACIÓN	105
7.2.1.3. PLANEACIÓN FINANCIERA	106
7.2.1.4. PROPUESTA DE FINANCIACIÓN	106
7.2.1.5. INVERSIONISTAS	107
7.2.1.6. RECONOCIMIENTO PROYECTO NACIONAL	108
7.1.2.7. FIDUCIARIA	111
7.1.2.8. REPLANTEAMIENTO DEL MODELO	111
7.2.2. PRE-PRODUCCIÓN	111
7.2.2.1. RECURSOS CONCEPTUALES	112
7.2.2.2. RECURSOS FÍSICOS	112

7.2.2.3 RECURSOS HUMANOS	112
7.2.2.4. RECURSOS LOGÍSTICOS	115
7.2.3. RODAJE	116
7.2.4. POST-PRODUCCIÓN	118
7.2.4.1. LEGALIZACIÓN	118
<u>PARÁGRAFO PRIMERO. EL PRODUCTOR NO GARANTIZA LA RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.</u>	119
7.2.5. DISTRIBUCIÓN Y EXHIBICIÓN	119
7.2.5.1. RECONOCIMIENTO PRODUCTO NACIONAL	120
7.2.5.2. SALAS DE CINE	122
7.2.5.3. FESTIVALES	124
8. CONCLUSIONES Y PROSPECTIVA	125
8.1 CONCLUSIONES PRODUCCIÓN	125
8.2. CONCLUSIONES DISTRIBUCIÓN Y EXHIBICIÓN	127
9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	129
10. ANEXOS	133
10.1. ANEXO 1. GUION ‘NARANJAS SIN PIEL’	133
10.2. ANEXO 2. CUENTO ‘LA SONRISA Y LA SOMBRA’	142
10.3. ANEXO 3. PLANEACIÓN FINANCIERA	147
10.4. ANEXO 4. DOCUMENTOS RECONOCIMIENTO PROYECTO NACIONAL	151
10.5. ANEXO 5. STORYBOARD	155
10.6. ANEXO 6. INVENTARIO RECURSOS FÍSICOS	168
10.7. ANEXO 7. PLANOS DE PISO	169
10.8. ANEXO 8. PLAN DE RODAJE	175
10.9. ANEXO 9. HOJA DE LLAMADO	176
10.10. ANEXO 10. PRESUPUESTO EJECUTADO	178
10.11. ANEXO 11. DOCUMENTOS RECONOCIMIENTO PRODUCTO NACIONAL	179
10.12. ANEXO 12. MATERIAL PROMOCIONAL	186
10.13. ANEXO 13. CIRCUITO DE FESTIVALES	190

1. INTRODUCCIÓN

La creación de la Ley 814 de 2003 determinó un nuevo panorama para el desarrollo del cine en Colombia, a partir de este año se evidencia un aumento anual en la producción audiovisual, gracias a las modalidades de financiación que propone este nuevo decreto. La Ley de Cine ha impulsado la producción cinematográfica nacional a través de la creación del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, encargado de recibir el dinero recolectado de la contribución parafiscal. Adicionalmente, el decreto otorga estímulos tributarios para inversores y donantes interesados en apoyar proyectos audiovisuales. De manera complementaria en el 2012 se crea el Fondo Fílmico Colombia, que tiene como objetivo expandir el mercado internacional incentivando a productores extranjeros el uso de escenarios nacionales, dinámica que potenció la realización de coproducciones en el país.

Estos nuevos decretos estimulan la realización de proyectos audiovisuales y traen un panorama alentador para la industria cinematográfica nacional. Sin embargo, la incongruencia sobre la remuneración proveniente de la venta de audiovisuales en comparación con su costo, la poca información y análisis de los procesos audiovisuales, la dificultad de consecución de recursos para la realización de proyectos y la necesidad de estudios analíticos sobre cómo reconstruir la cadena de producción, evidencian la necesidad de replantear los modelos con base al contexto del país. Los nuevos decretos estimulan la realización de proyectos audiovisuales, sin embargo los resultados evidencian que Colombia aún no se ha consolidado como industria cinematográfica.

A partir del análisis de los problemas se desarrolla un método de producción empleado en el cortometraje 'Naranjas sin piel', proponiendo el uso de herramientas para mejorar los procesos dentro de la cadena de producción, con base en tres etapas de la realización enfocados en la producción, distribución y exhibición. Este trabajo da como resultado una metodología cuyo objetivo es incrementar la rentabilidad de los audiovisuales nacionales apoyado en una investigación previa.

Con el fin de clarificar la construcción y lectura del documento se puede entender la estructura de este manuscrito en tres partes; el trabajo empieza por la investigación de todo lo que compete a la industria cinematográfica y sus antecedentes, para posteriormente hacer un análisis en búsqueda de los problemas que se presentan en el desarrollo de proyectos audiovisuales y a partir de ello entender los problemas del panorama actual; basados en el proceso, se ejecuta un planteamiento que pretende resolver a través de métodos de producción los problemas encontrados, abordándolos de manera sistemática, para ponerlo en práctica en un cortometraje de ficción con el objetivo de conseguir conclusiones de la experiencia y hacer una evaluación del modelo planteado.

2. JUSTIFICACIÓN

A lo largo de los años la realización audiovisual se desarrolló de manera autoinstruida a través de un enfoque práctico. Es hasta los años 90s que el oficio entra a la academia y a diferencia de otras carreras y enfoques no existe un análisis profundo. Es imperante la investigación meticulosa con un enfoque académico que permita entender las ventajas y problemas, para optimizar la realización audiovisual y reconstruir la cadena de producción con base a ello. La investigación sobre los modelos de producción en Colombia contribuye a optimizar los procesos de realización audiovisual nacional, se plantea la necesidad del análisis y previa investigación de la producción como proceso para someter a escrutinio sus dinámicas, encontrar sus flaquezas y poder plantear soluciones.

Esta investigación se concentra en analizar los modelos de producción, los mecanismos de distribución y los métodos de exhibición, planteando una tesis Hermenéutica-propositiva que reúne el contexto cinematográfico actual para exponer el panorama de la industria nacional, el método a utilizar son análisis de textos, entrevistas y cifras, cuyo tratamiento es una análisis hermenéutico con el fin de plantear una posible solución a los problemas e incongruencias que la investigación previa arroje.

Este documento pretende ser de ayuda para hacer posible proyectos audiovisuales de cortometrajes y largometrajes, en donde se explicará detalladamente los mecanismos de una metodología que nace a partir de la investigación y de entender las problemáticas, proyecto que culmina en la puesta en práctica de la metodología planteada, con el objetivo de que sirva como referencia para futuras producciones, teniendo en cuenta las dificultades en la búsqueda de financiación y el poco conocimiento de las leyes y procesos burocráticos por parte de los productores en el cine.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar los procesos de producción audiovisual en el contexto nacional, proponiendo un modelo de producción con base a las dificultades encontradas a partir del análisis e investigación, ejecutándolo en el cortometraje 'Naranjas sin Piel' para poner a prueba la propuesta.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Hacer un retrato general del panorama audiovisual.
2. Hacer un análisis de tres dimensiones: métodos y modelos de producción, métodos de distribución y exhibición.
3. Proponer un método de financiación con base en las dificultades encontradas.
4. Proponer una técnica para diseñar modelos de producción.
5. Proponer un modelo de producción para el cortometraje 'Naranjas sin piel'.
6. Aplicar el método de financiación al cortometraje 'Naranjas sin piel'.
7. Hacer un registro del proceso de financiación para poder establecer un esquema en el proceso que permita hacerlo bajo un estándar.
8. Producir el cortometraje 'Naranjas sin Piel'.
9. Delinear una ruta de distribución y exhibición del cortometraje 'Naranjas sin piel', y dar cuenta de algunas de las dinámicas de negociación en el sector en el caso específico de los cortometrajes.

4. ESTADO DEL ARTE

Este documento presenta el funcionamiento de la industria cinematográfica nacional, apoyado en las normativas y los procesos utilizados a lo largo de los años. Los métodos expuestos provienen en parte a los modelos adaptados de las industrias audiovisuales con más experiencia, como es el caso de los métodos estadounidenses, sin embargo en Colombia la manera de articular los estándares de producción al contexto nacional se hace en gran parte de manera empírica; lo que tiene como consecuencia que sean pocos los estudios formales sobre los mecanismos utilizados dentro de la industria nacional, su efectividad y pertinencia.

Gran parte de los documentos que apoyan los modelos expuestos provienen de entidades como Proimágenes Colombia, Dirección de Cinematografía y el Ministerio de Cultura, las cuales proveen textos con información relevante sobre las metodologías utilizadas. Algunos documentos consultados en este trabajo fueron: los *Anuarios Estadísticos del Cine Colombiano* que presentan las cifras sobre proyectos cinematográficos recopilados anualmente, los *cuadernos de cine colombiano* cuyos contenidos abordan temáticas cinematográficas en el contexto nacional, *La Ley de Cine para inversionistas y donantes* (Ministerio de Cultura ; Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) ; Proimágenes en Movimiento, 2005) que esclarece el funcionamiento de la normativa estudiada, *Cine en Colombia siéntalo, entiéndalo y hágalo* (Castellanos, 2006) sobre las metodologías de producción en Colombia; así mismo el contenido está basado en trabajos de grado e investigación enfocados en la industria audiovisual, sumado a ello gran parte de lo presentado proviene del conocimiento propio de la percepción empírica sobre los mecanismos que ha adaptado la industria a lo largo de los años.

El análisis de la problemática contiene las cifras públicas anuales recogidas por el Ministerio de Cultura, que evidencian el panorama actual y apoyan las conclusiones e hipótesis manejadas en el análisis de la industria cinematográfica. En esta etapa del trabajo se toma como base el *Cuaderno de cine colombiano No.26 sobre los Instrumentos del Estado para el fomento del cine* (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017), documento que amplía el panorama actual con base a entrevistas y análisis sobre las diversas particularidades de la industria.

A lo largo de la construcción de este documento se pone en evidencia la necesidad de instrumentos que ayuden a entender los mecanismos de la industria y el análisis detallado sobre proyectos, a pesar de los textos otorgados por diversas entidades son pocos los documentos que se encuentran actualizados, así mismo las investigaciones sobre el panorama general son limitadas. Parte también del panorama académico sobre la industria es que muchos de los modelos de producción expuestos son recientes, por lo tanto aún no han dado resultados que se puedan analizar a fondo, sin embargo si es pertinente tener en cuenta la necesidad de investigar para mejorar los procesos actuales.

5. MARCO TEÓRICO

Para hacer un análisis sobre la producción audiovisual, este manuscrito parte de las cinco etapas que componen el proceso de la realización audiovisual, de acuerdo a ello se especifican las labores de los productores y sus funciones en cada una de ellas. A partir de la explicación de los conceptos bases, el documento se centra en las etapas de producción, distribución y exhibición que corresponden al objetivo final del documento, para plantear una metodología de producción basada en dichas etapas.

5.1. ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

La gestión de un proyecto audiovisual implica cinco etapas: desarrollo, pre-producción, rodaje, post-producción y distribución-exhibición. Cada una de ellas está compuesta por una serie de particularidades y características que estructuran los procedimientos; a continuación se identifican las cinco etapas de la producción audiovisual con sus respectivos compuestos.

5.1.1. DESARROLLO

El desarrollo del proyecto parte desde la idea inicial que se convierte en el guion, esta fase se compone por los procesos y documentos que posibilitan y dan viabilidad técnica, económica y legal para llevar a cabo la realización del proyecto. A continuación se presentan los procesos que componen la etapa de desarrollo.

El guion

“El guión es la partitura del cine. Pero es una partitura para un concierto único que se llama rodaje. Y hasta aquí llega, como dice un bolero, ‘la razón de su existir’. (Dorado, 2009)

El audiovisual nace a partir de una idea, conceptos que se plasman en un guion que narra una historia, el cual es el punto de partida del proyecto. El guion es el norte que guía al equipo a estructurar tanto conceptos que irán plasmados en el audiovisual, como bases funcionales que ayudarán a la gestión del proyecto y al desarrollo de propuestas audiovisuales, siendo su narrativa la información visual de la película.

El guion es un compilado de los personajes, locaciones, diálogos, escenas y secuencias que componen la historia y la narración, el cual contiene una característica fílmica en su contenido. Este documento es el “montaje” de la película en papel, estructurando así la historia, describiéndola en un espacio y tiempo determinado.

Gestión del proyecto

La creación del guion da paso a la gestión del proyecto a cargo del productor. Esta etapa tiene el propósito de lograr el acercamiento del audiovisual al mercado, involucrando personas interesadas en el proyecto ya sea monetariamente o por aporte. Para ello se requieren dos tipos de documentos, por un lado los que dan cuenta de su contenido, y por otro los que dan cuenta de sus estimados logísticos y financieros.

Los documentos que dan cuenta de su contenido son: el tagline, el storyline, y la sinopsis, elementos a cargo del productor que tiene el objetivo de resumir el proyecto en diferentes longitudes, para ahorrar tiempo a las personas interesadas en aportar al proyecto económicamente o en especie. Dichos elementos funcionan como filtro y guía para que el interesado decida si quiere saber más sobre el proyecto.

Por otro lado, los documentos logísticos y financieros son: desglose, presupuesto, cronograma y plan de financiación. Estos elementos sintetizan el proyecto según las necesidades logísticas y financieras, permitiendo un acercamiento a los interesados de acuerdo a las posibilidades económicas o en aporte que estos puedan ofrecer, y a partir de ello establecer la viabilidad del proyecto para lograr su realización. Los formatos propuestos en este documento se encuentran al final del trabajo como anexos, con la información proveniente del proyecto 'Naranjas sin piel'.

Tagline

El tagline contiene la esencia de la historia en una frase, es una expresión vendedora que caracterizará la película, es el slogan del proyecto. La idea en este caso no es vender a un público sino atraer colaboradores al proyecto, en ese sentido parte esencial de sintetizar la historia es la honestidad del productor al vender el proyecto en una frase, de entrada debe inferir a los posibles interesados la esencia del audiovisual sin pretensiones y engaños, pues de nada sirve convencer a un colaborador que se va a arrepentir tan pronto descubra el engaño.

Un ejemplo es el Tagline de la película Alien: *"En el espacio, nadie te oirá gritar"* Desde el principio el interesado en aportar o conocer el proyecto tiene conciencia que el largometraje es ciencia ficción, terror y claustrofobia, de no interesarle ningún elemento abandonará la lectura del proyecto.

El objetivo de la búsqueda de financiación es "seducir" a aquellas personas que les interesa colaborar con el proyecto, no seducirlos a todos.

Storyline

El storyline sintetiza la historia en aproximadamente cinco renglones o 500 caracteres, este elemento abarca: la descripción del protagonista, su objetivo y el elemento que desequilibra su situación. El storyline también es conocido como sinopsis corta.

Sinopsis

La sinopsis es el resumen general del guion, en donde se cuenta la historia del audiovisual de manera breve y concreta, es habitual que no contenga más de una página. La sinopsis es la base para atraer a posibles inversionistas o productores que deseen hacer posible la creación del audiovisual, es el elemento de venta base del proyecto.

Este elemento narrativo debe descomponer la historia en párrafos que deberán responder varias preguntas, cuyo objetivo es facilitar la síntesis de la historia de manera sucinta; cuando el audiovisual es narrativo es ideal que se responda:

1er párrafo: Explicar qué se entiende por Statu quo¹ y qué se entiende por desestabilización del Statu quo.

2do párrafo: ¿Cuál es la acción principal con la que los personajes intentan re-establecer un Statu quo ajeno al inicial? ¿Cuál es ese Statu quo que desean establecer?

3er párrafo: ¿Cómo se establece y cuál es el nuevo Statu quo?

Cuando el audiovisual no es narrativo y tiene un objetivo poético debe dar cuenta de las sensaciones que desea despertar en el público, y los imaginarios claves con que pretende hacerlo.

Gestiones legales

La parte inicial del proyecto requiere de elementos que garanticen el cumplimiento de las normas de cada país, es por ello que en la etapa de desarrollo es necesario obtener los derechos autorales y conexos garantizando la correcta regulación en la gestión del proyecto. Así mismo se debe registrar el proyecto para normativizar los procedimientos.

Las gestiones legales consisten específicamente en:

1. **Registro de la obra** en las entidades encargadas del cumplimiento y control de derechos autorales. En el caso de Colombia el trámite se realiza a través de la página de la Dirección Nacional de Derecho de Autor, quien otorgará un certificado al guionista.

¹ Estado de cosas en un determinado momento (dle.rae.es)

2. **Traspaso de los derechos patrimoniales**, el guionista debe hacer la transferencia de dichos derechos al productor del proyecto, esto a través de un contrato que especificará en las cláusulas los acuerdos previamente concertados. Esta transferencia se hace con el objetivo de asegurar que el productor cuente con todos los permisos y derechos patrimoniales de la obra, de tal forma que pueda negociarlos.

El contrato de cesión de derechos debe tener mínimo las siguientes cláusulas:

- **Objeto:** se aclaran características de la obra, duración y qué clase de proyecto audiovisual es; así mismo se esclarece el objetivo de la cesión de derechos.
 - **Autor:** se establecen los compromisos por parte del autor, especificando fechas de entrega y la cantidad de versiones adicionales o cualquier otro oficio referente a la escritura del guion.
 - **Derechos de autoría, créditos y publicidad:** determina que se respetan los derechos morales del autor y el reconocimiento del debido crédito a quien corresponda.
 - **Remuneración:** especifica si el contrato es oneroso o gratuito; en caso de existir un pago a favor del autor se determina el monto a pagar y las fechas de pago.
 - **Garantías:** el autor del guion manifiesta la autoría y originalidad del guion, protegiendo al cesionario de las consecuencias en el caso de surgir reclamos legales por parte de terceros.
 - **Duración:** establece la duración del contrato y a partir de qué fecha se rige.
3. **Registro de cesión de derechos**, el contrato por parte del productor y guionista debe estar tramitado ante la Dirección Nacional de Derecho de Autor en su página web, tras estudiar el caso la entidad otorgará un certificado al productor.

Desglose

El desglose es un documento en donde se extraen los elementos y necesidades básicas del guion, es el instrumento en que se fundamenta la planificación de un proyecto. Dicha extracción de los compendios vitales se inicia, usualmente, por determinar el número de escenas en el audiovisual, con el fin de estructurar los datos significativos en categorías que posteriormente ayudarán a sistematizar el desarrollo.

Dichas categorías usualmente son: lugar de la acción, día o noche, descripción de la escena, personajes en la escena, número de extras y figurantes, datos relevantes sobre utilería o arte, cantidad de armas, cantidad de animales, efectos especiales y vehículos. A partir de tener un desglose general se procede a hacer

un presupuesto basado en dichas necesidades, haciendo un cálculo aproximado del tiempo por escena con el objetivo de determinar el tiempo total a realizar.

Presupuesto

El presupuesto es la base de la producción audiovisual, es un compilado de los costos del proyecto. Es usual que este documento contenga un desglose de los precios estimados por las cinco etapas previamente señaladas, compuestas cada una por: derechos legales, recursos humanos, artísticos y técnicos. Este documento está compuesto por costos fijos (consolidados y que no tendrán modificaciones) y variables (dependen del tiempo utilizado en la realización). Es por ello que el presupuesto en la etapa de desarrollo es una aproximación que no está exenta a cambios, de ahí su nombre: pre-supuesto.

A partir de la realización de los costos aproximados, se estudia el mercado con el objetivo de ver la viabilidad de proyecto, lo cual es la base para el seguimiento económico de la producción.

Cronograma

Durante la etapa de desarrollo, entendiendo las necesidades del proyecto, se estima en un calendario de trabajo los tiempos a utilizar en cada etapa. Este documento está desglosado en las cinco fases, cada una está compuesta por diferentes actividades, en donde se señala la fecha de inicio y el plazo máximo de entrega para cada actividad.

Este documento tiene el objetivo de facilitar la gestión del audiovisual y estimar el tiempo que tardará la realización total, apoyándose así en el presupuesto. A partir de la creación del presupuesto y cronograma se tienen las bases de la producción, y se procede a la planeación financiera del proyecto.

Planeación financiera

En este agregado se realiza un acercamiento financiero estudiando y entendiendo el mercado, con el objetivo de analizar la viabilidad del proyecto. La planeación económica consiste en realizar un presupuesto, cronograma y un plan de financiación. Basado en eso se buscan fuentes de financiación previstas en el plan; estudiando la vinculación de coproductores, investigación del público objetivo, búsqueda de inversionistas o donantes y realización de un plan de recuperación de la inversión.

La planeación financiera está definida por los modelos de financiación. Durante esta etapa es importante tener en cuenta los diferentes decretos y estímulos legales, ya que figuras como la exención impositiva pueden representar reducciones considerables de los costos. Para acceder a los beneficios ofrecidos

por el Estado se debe tener en cuenta los procesos burocráticos que requiere cada modelo de financiación.

Parte fundamental de la planeación son los ingresos derivados de la explotación de la obra, es por ello que se define el público objetivo y las diversas maneras para obtener y recuperar el dinero necesario para garantizar la realización.

5.1.2. PRE-PRODUCCIÓN

Esta etapa consiste en la planeación y ejecución del rodaje en términos de recursos físicos, humanos, logísticos y conceptuales a utilizar. La pre-producción está compuesta por diferentes elementos a desarrollar en la etapa previa al rodaje.

Guion técnico

Este documento es realizado por el director, contiene los detalles de los planos con las secuencias y los respectivos requisitos técnicos, este es una versión técnica del guion que está compuesta por el desglose audiovisual del proyecto, detallando cada escena con indicaciones técnicas como: el encuadre, movimientos de cámara, efectos especiales, iluminación y descripciones de sonido.

Story board

El story board es el primer acercamiento del guion a la visión audiovisual que la narración tendrá, en este se dibuja a partir del concepto visual del director cada una de las escenas descritas en el guion. El objetivo del story board es evidenciar los elementos que funcionan o no del audiovisual. Esta herramienta es opcional, utilizada por algunos directores y despreciada por otros.

Propuestas conceptuales

A partir del guion, el director realiza una propuesta en donde especifica su visión del audiovisual. Los departamentos trabajan con base en ello realizando una propuesta que contenga la visión del director, aportando a la narración del audiovisual desde el departamento que corresponda.

Las propuestas estéticas están justificadas de acuerdo a los aspectos narrativos, psicológicos y emocionales que se quieran plantear; creando así un compilado audiovisual que representará el proyecto según el objetivo del mismo.

Recursos humanos

En esta etapa se escoge al equipo técnico y artístico que estará presente en el rodaje. El equipo artístico está compuesto por las cabezas de cada departamento según sus funciones y el equipo técnico que apoya las labores de acuerdo a las necesidades. A partir de definir quiénes apoyaran cada función necesaria, el

equipo empieza a trabajar en las propuestas conceptuales teniendo como base de partida la visión del director y del guion.

En la etapa de pre-producción y a partir de las necesidades del guion, se reconoce el perfil de los actores y se realiza la búsqueda del reparto. El **casting** es un evento en donde se evalúan los posibles perfiles que representarán a los personajes y se escogen las personas más idóneas para la representación, en esta etapa se desarrollan las pruebas y ensayos con los actores.

Aspectos legales

En esta etapa el productor tiene la responsabilidad de hacer la contratación del equipo técnico y artístico, como se menciona anteriormente, esta acción implica cumplir con los acuerdos estipulados con los miembros del equipo mediante un contrato.

Este documento tiene el objetivo de garantizar el cumplimiento de ambas partes según lo acordado, el contrato con el equipo técnico o artístico debe tener como mínimo las siguientes cláusulas:

- **Objeto:** se aclaran las características de la obra, la duración que tiene y qué clase de proyecto audiovisual es; así mismo se esclarece cuál será el rol por parte del empleador.
- **Cesión de derechos de autor e imagen:** en esta cláusula el empleador cede los derechos patrimoniales de autor o conexos, según lo estipulado por ambas partes. Así mismo se establece si autoriza o no el uso de su imagen con el objetivo de promocionar el proyecto.
- **Corte final:** de acuerdo a lo pactado por ambas partes se aclara quién tendrá la decisión del corte final de edición.
- **Obligaciones del empleador:** se establecen los compromisos por parte del empleador, en esta cláusula se nombran las funciones que deberá cumplir correspondientes a la naturaleza de la actividad prestada.
- **Obligaciones del productor:** en esta cláusula se especifican los compromisos por parte del productor, como el cumplimiento del pago, el crédito y reconocimiento debido que corresponda.
- **Remuneración:** se determina el monto a pagar, la forma de pago y las fechas establecidas.
- **Duración:** establece la duración del contrato y a partir de qué fecha se rige.

El productor debe instruirse sobre los procesos burocráticos que debe seguir según los modelos de financiación o incluso los requisitos de algunos modelos en la etapa de distribución y exhibición, ya que pueden tener incidencia en la etapa de pre-producción. Un ejemplo es el Decreto 1080 del 2015, en donde se estipula el mínimo de personal artístico y técnico que debe tener una producción para ser

reconocida como obra nacional, cuestión que se debe tener en cuenta desde que se conforman los equipos y se hacen los contratos.

Recursos físicos

Parte fundamental de la etapa de pre-producción constituye la búsqueda de los recursos físicos, que garanticen las necesidades básicas para todas las personas que participen durante el rodaje. Incluyendo hospedaje, alimentación, aseo, seguridad, comunicación, equipos y elementos de producción que cumplen con las necesidades del rodaje. A partir de las necesidades por cada departamento, se constituye las compras o el alquiler de elementos necesarios para crear la atmósfera del audiovisual, apoyando la escenografía y espacios en donde se desarrollará la historia.

La búsqueda de recursos físicos incluye el **scouting**, en el cual se buscan las locaciones a partir del guion y de las necesidades técnicas que se requieran. El proceso incluye la gestión de permisos, el alquiler de espacios y las adecuaciones de los lugares a utilizar.

Recursos logísticos

A partir del guion se crea un mapa cuyo fin es estructurar el rodaje, conocido como **plan de rodaje**. Esta estructura divide el guion en días de trabajo con base en las locaciones, reparto, dificultad u otras consideraciones. Este documento establece un calendario de trabajo que indica de manera concreta y sintética el orden de los días de trabajo.

La logística del rodaje está basada en los criterios de racionalización de la producción, planeándose de acuerdo a las necesidades del guion y la visión del director. La estructuración de la logística está llevada a cabo por el departamento de producción y el asistente de dirección, quienes optimizan el tiempo de acuerdo a los recursos.

5.1.3. PRODUCCIÓN

La etapa de producción corresponde al rodaje del proyecto, en esta etapa se obtienen las imágenes y el audio que enmarcan la narración según el guion. En esta etapa se incorporan y ejecutan todos los elementos previamente planeados. La base del rodaje es el plan de rodaje previamente realizado que enmarca la ejecución del mismo.

La duración del rodaje depende de las necesidades del proyecto, sin embargo, suele ser la etapa más corta de la producción audiovisual.

5.1.4. POSTPRODUCCIÓN

Esta etapa corresponde a los procesos de edición y finalización de las imágenes y audio, previamente obtenidos en la etapa de producción. Es el compilado que organiza la película en un orden secuencial. Durante esta etapa también se encuentran los procesos legales que culminan la etapa del rodaje, en donde se gestiona el cierre de las labores de algunos miembros del equipo que finalizan su trabajo.

La postproducción contiene diversos puntos que garantizan el ensamblaje de la película, todos varían según el proyecto. Este proceso se ve facilitado por el uso del **script** documento realizado durante el rodaje, el cual está diseñado para permitir identificar el material y catalogarlo, para saber en qué orden estaba pensado su ensamblaje y ayudar con ello a construir las secuencias en la edición.

La postproducción se construye a través de un flujo de trabajo que se puede resumir en el siguiente proceso:

1. El diseñador sonoro por su parte crea una librería sonora grabando sonidos y buscando los elementos dentro del panorama sonoro a utilizar, de manera paralela el asistente de montaje sincroniza el audio resultado del rodaje sobre la imagen, y el montajista realiza diferentes cortes de la película. Los cortes de edición son versiones que crea el montajista y que son modificadas según los avances de los demás elementos que componen el montaje, o de acuerdo a lo requerido por el director o productor (según sea el caso).
2. Cuando el montajista realiza el corte final lo envía al diseñador sonoro, a partir de ello se realiza la propuesta del diseño sonoro y la pre-mezcla.
Las labores del diseñador sonoro se pueden definir como:
 - Modificación de los diálogos: esta labor consiste en ecualizar las conversaciones, quitar los ruidos que no se requieren, acentuar tonos, grabar ADR para sustituir diálogos ininteligibles.
 - Mezclar: ecualizar todo el diseño sonoro del audiovisual.
 - Definir los niveles de la mezcla según la ventana de exhibición.
 - Exportar las pistas finales de sonido, con el audio mezclado.
3. En algunos casos el proceso de musicalización inicia en una etapa anterior al proceso de montaje, haciendo una propuesta musical desde el guion. Una vez el diseño sonoro este finalizado se agrega la música que puede ser diseñada para el audiovisual o ser preexistente.
4. Simultáneo al proceso del diseño sonoro el colorista va realizando la corrección de color.
5. Según las necesidades del proyecto, se realiza el proceso de efectos especiales. Este proceso implica el uso de técnicas o herramientas para contribuir a la potenciación de la imagen.
6. Paralelo al proceso se realiza el diseño de los créditos iniciales y finales, reconociendo los miembros del reparto, equipo técnico y artístico.

7. El proceso se finaliza cuando se ensamblan los elementos provenientes del diseño sonoro, el montaje, los efectos especiales, la musicalización, el color y los créditos para dar resultado al Master, que es el archivo final de donde se extraen las copias.

Montaje

El montaje es un proceso a través del cual el editor sincroniza el audio y el video, agrupando los fragmentos de la película unificando los planos y secuencias del proyecto; en esta etapa se escogen los archivos, se ordenan y articulan los planos seleccionados, siguiendo el orden secuencial del guion y la visión del director o productor.

Al igual que la imagen, los sonidos capturados durante el rodaje deben ser agrupados, según la escena previamente escogida, y editados de acuerdo al sentido técnico y conceptual que se le quiera dar. Durante el montaje se lleva a cabo la edición del material capturado en campo, como diálogos, ambientes y sonidos específicos en escena.

Efectos especiales

A partir de la necesidad del proyecto se pueden llegar a utilizar efectos especiales, dicho proceso consiste en el uso de técnicas digitales avanzadas que contribuyen a la potenciación de la imagen, el uso de dichas herramientas tiene como objetivo simular de manera más verosímil dentro del universo creado, los elementos, escenarios, personajes que componen la historia.

Corrección de color

La corrección es un proceso técnico que consiste en la graduación del color de la imagen creando una continuidad visual, usualmente la etapa es gestionada por el colorista y el director de fotografía. El proceso consiste en equilibrar los colores, haciendo coherente la transición de los planos.

Este proceso tienen también un sentido estético y conceptual, en donde el tono visual del audiovisual ayuda a potenciar el sentido emocional o conceptual de cada escena, enfatizando una emoción o creando un estilo general en la manera de narrar la historia.

Musicalización

La musicalización consiste en la composición musical que acompañará el audiovisual. Según el propósito que tenga la estructuración sonora, se podrá reforzar los objetivos emocionales en cada escena, crear un vínculo narrativo apoyando la estructuración o contribuir al desarrollo de los personajes, apoyando la visión del director.

Diseño sonoro

La composición sonora es un proceso en donde se mezclan y sincronizan todos los elementos sonoros como música, diálogos y ambientes, haciendo un diseño sonoro en donde todos los elementos se unifican. El objetivo del diseño sonoro es construir significado y sentido, en donde a partir de ello se realiza la mezcla sonora con el objetivo de balancear los niveles de sonido.

Créditos

En la etapa de la postproducción se define el diseño de los créditos, reconociendo los miembros del reparto, equipo técnico y artístico partícipes en la realización del audiovisual, cargos previamente estipulados en los contratos. Es usual que los créditos sean presentados en un listado de personas que tendrán mención al final del audiovisual.

Legalización

Durante la etapa de la postproducción se hace una revisión de la etapa de pre-producción, con el objetivo de asegurar que el presupuesto inicialmente previsto corresponda al ejecutado, legalizando los gastos previamente realizados.

Dicho proceso de legalización también está compuesto por la revisión de los reglamentos que implique el audiovisual, así mismo los derechos tanto de imagen y música deben tener un seguimiento para garantizar la legalidad y regulación.

5.1.5. DISTRIBUCIÓN Y EXHIBICIÓN

“No se produce una película sin conjugar en ella los aportes creativos, técnicos o financieros necesarios; pero de nada sirve hacerlo si no hay un espacio de divulgación adecuado y suficiente, que se logra sólo mediante un consistente nivel de intermediación profesional, publicitaria y de promoción a través de los servicios de distribución.” (Castellanos, 2006, p. 13)

La última etapa del audiovisual consiste en la planificación de las estrategias de distribución y exhibición. El objetivo de la etapa es estudiar y entender el panorama del mercado junto con su contexto, para atraer a los espectadores y cumplir los objetivos desarrollados durante la etapa inicial. La definición del mercado y del público objetivo contribuye a las decisiones en cuanto al medio o plataforma por el cual el proyecto se va a presentar, los resultados de la etapa definen el cumplimiento de las propuestas y la rentabilidad del proyecto.

Promoción

La promoción audiovisual hace parte de las estrategias de distribución y exhibición, se lleva a cabo a través de estudios del mercado y materiales publicitarios con el objetivo de abarcar el mayor público objetivo.

Parte de la estrategia consiste en identificar conceptos claves del audiovisual, con el objetivo de hacer visibles noticias que traten la temática abordada, esto de manera recurrente para crear anticipadamente atención sobre el tema. Adicionalmente, el elenco protagónico debe empezar a ser visible en otras noticias, lo que hace que su rostro sea importante en el imaginario de un público. La finalidad es abarcar mayor público, ya que al estreno del audiovisual este va a querer ver el contenido porque hace parte de las noticias actuales y habla de un tema que en ese momento es importante.

Así mismo, parte de la promoción incluye el uso del *Big Data* con el objetivo de identificar nichos para dirigir la atención de las noticias y conceptos en los entornos digitales, y así estimular atención previa a la aparición del audiovisual.

Premier

La exhibición y distribución está definida por la estrategia de lanzamiento. Según los objetivos del proyecto se escoge la plataforma o medio por el cual se va a exhibir el proyecto, la premier se define como el evento en donde se muestra por primera vez al público el audiovisual finalizado.

Festivales

Los festivales son eventos diseñados para dar glamour y visibilidad a proyectos audiovisuales en un mercado. Durante la etapa de distribución y exhibición se realiza un estudio previo de los festivales en los cuales el proyecto podrá participar según las categorías e identidad que tengan los eventos.

Salas de cine

Según el objetivo del proyecto, las salas de cine son una posible ventana de exhibición y recaudo. Durante la etapa de distribución y exhibición se realizan los procesos legales y burocráticos para que el proyecto pueda ser exhibido en dichos espacios, negociando así mismo su venta a los exhibidores interesados.

Otras ventanas

Adicional a los festivales y las salas de cine, en la actualidad existen otras ventanas de exhibición como la televisión, internet y Home Video, que han modificado la lógica de la distribución y exhibición. Los métodos que otras ventanas plantean se especifican más adelante, en el análisis de distribución y exhibición.

5.2. RESUMEN DE DEPARTAMENTOS

“En este ejercicio de contar historias en movimiento, ningún oficio es menor, Para lograr trabajar de manera articulada y organizada se establecen los departamentos, cada uno de los cuales tiene una serie de personas que desarrollan oficios específicos, siendo cada uno de ellos indispensable para llevar a buen término la obra audiovisual. Hay varios modelos de industria audiovisual y cinematográfica en donde algunos roles existen y otros no.” (Franco, 2008, p. 48)

La realización de un proyecto audiovisual exige el apoyo de un equipo técnico y artístico con conocimientos en diferentes áreas durante las cinco etapas: desarrollo, pre-producción, producción, postproducción y distribución-exhibición. Cada departamento desarrolla diferentes funciones, el resultado es un trabajo en equipo que crea un engranaje donde cada parte se complementa con el único objetivo de hacer visible una historia.

La cantidad de personas que trabajan en un audiovisual depende de las necesidades del audiovisual, y es usual que en proyectos pequeños una persona este encargada de diversas funciones. A pesar de ello, las actividades realizadas en pequeños o grandes proyectos conforman las funciones tradicionales del cine, permitiendo un acercamiento a la definición de los cargos.

Los departamentos base en las producciones audiovisuales son:

Departamento de producción: Este departamento es el encargado de principio a fin en la gestión y realización del audiovisual. Las funciones a desarrollar corresponden a la parte financiera, burocrática y logística del proyecto. Es el departamento responsable del audiovisual en todas las áreas.

Constituido habitualmente por el productor ejecutivo, productor general, productor de campo, coordinador de producción, gerente de producción, jefe de producción, productor en línea y asistentes de producción, los cargos varían dependiendo de la magnitud del proyecto. En el próximo apartado se especificaran las funciones de cada uno de los cargos que componen el departamento.

Departamento de dirección: Determinan la parte conceptual y visual del proyecto, las labores a desarrollar están diseñadas con el objetivo de construir una guía narrativa con el fin que los demás departamentos tengan un norte según la visión construida por el director. También se encargan de seleccionar el elenco final del audiovisual y de dirigirlo durante el rodaje.

La gestión logística en el rodaje también hace parte de las funciones del departamento, es por ello que el desarrollo de las labores son la base para la realización total del proyecto. Este departamento usualmente está compuesto por el director, el primer asistente de dirección, otros asistentes de dirección, director de casting y el script.

Departamento de fotografía: A cargo de labores que conciernen a la cámara y la luz, plasmando la visión del director junto a sus aportes en el resultado visual final. Creando a partir de técnicas fotográficas el compendio total de la narración, estableciendo una atmósfera visual característica del proyecto.

El departamento está compuesto habitualmente por el director de fotografía, operador de cámara, asistentes de cámara, técnicos, luminotécnicos, gaffer, asistentes de luces y electricistas.

Departamento de dirección de arte: Este departamento, complementándose con el departamento de fotografía, está encargado de la atmósfera del audiovisual creada a partir de la visión del director. La labor de la dirección artística es diseñar la escenografía de espacios, apoyándose de la utilería y elementos que conforman los sets a utilizar en el audiovisual, así mismo construyen la parte visual de los personajes conformado por el vestuario y maquillaje.

Constituido por director de arte, productor de arte, asistentes de arte, diseñador de vestuario, vestuarista, maquillador, ambientador, escenógrafo, utilero y otros asistentes.

Departamento de sonido directo: Encargados del registro y creación del material sonoro del proyecto. El departamento está compuesto por sonidista y microfonista.

Departamento de posproducción: Responsables de la finalización audiovisual del proyecto. Su función corresponde a la composición del material visual y sonoro para recrear la historia en un orden consecutivo haciéndola coherente.

Compuesto habitualmente por el montajista, asistentes de edición, coordinador de posproducción, coordinador de efectos especiales, diseñador sonoro, Foley artist, mezclador, músicos y colorista.

Departamento de promoción: Encargado de difundir el audiovisual, a partir de las necesidades del proyecto se pueden llegar a realizar campañas de expectativa, gestión de redes sociales y publicidad para alcanzar al público objetivo planteado.

Este departamento está compuesto por: jefe de comunicaciones, jefe de prensa, jefe de redes sociales, diseñador de piezas promocionales, diseñador de página web, agencia de creación de campañas.

5.2.1. DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN DETALLADO

“Este departamento es la columna vertebral del proyecto, está presente en todo el proceso de una película, desde el guión hasta la conservación, pasando por la distribución y exhibición.” (Franco, 2008, p. 48)

Este apartado está enfocado en la definición del departamento de producción junto a las funciones que desarrollan los diferentes miembros que hacen parte de dicho departamento, los cargos varían dependiendo de la magnitud del proyecto, a continuación se desglosan los cargos que lo componen.

Productor general

Está a cargo de principio a fin del proyecto y tiene propiedad sobre el audiovisual, sus labores implican responsabilizarse de la parte administrativa, logística y financiera; tras escoger el proyecto a desarrollar, dentro de sus funciones es la persona encargada de seleccionar al equipo con el que va a trabajar y hacer un constante seguimiento a las labores de cada departamento durante todas las etapas del proyecto.

Las labores que conlleva el productor general implican asegurar el correcto funcionamiento de los recursos humanos, económicos y logísticos, es así que su labor es indispensable en cada una de las cinco etapas de la producción audiovisual.

Productor ejecutivo

El productor ejecutivo es el encargado de las cuestiones financieras y jurídicas del proyecto. Parte fundamental de la labor es desarrollar una estrategia operativa, según las necesidades del proyecto, que definirá un programa de producción.

El productor ejecutivo se responsabiliza del recaudo del dinero a través de inversionistas o donantes, su labor implica negociar con posibles interesados para conseguir los recursos necesarios para desarrollar el proyecto. Parte de la labor financiera implica hacer el seguimiento de la contabilidad, para asegurar la correcta gestión del dinero.

Las obligaciones dentro de este cargo implican la gestión legal del proyecto cumpliendo las normas de cada país, usualmente asesorado jurídicamente. Adicional a ello es quien realiza la contratación del personal y demás documentos burocráticos según las necesidades del audiovisual.

Es posible también que este título sea otorgado a inversionistas que concedieron gran parte de los recursos necesarios para hacer posible el proyecto.

Productor en línea

El productor en línea es el representante del productor general en el rodaje, sus funciones corresponden al seguimiento de esta etapa asegurándose del correcto desarrollo logístico y financiero en el set, supervisando el correcto trabajo de los departamentos y de la ejecución presupuestal. Este cargo es usualmente llevado a cabo en proyectos de grandes magnitudes.

Coordinador de producción o Gerente de producción

El coordinador de producción es la mano derecha del productor en línea y es quien le reporta la situación del avance del rodaje. Sus funciones corresponden al día a día en el set, en donde debe hacerse cargo de labores prácticas como la gestión del equipo o de recursos logísticos.

Productor de campo

Es el encargado del rodaje, organiza y ejecuta el día a día, se encarga de cumplir con las necesidades de cada departamento y de seguir con la logística previamente planteada; el productor de campo coordina la alimentación, el transporte, equipos y demás asuntos logísticos que se presenten en la ejecución del proyecto.

Coordinador de locaciones

El coordinador de locaciones es el encargado de conseguir las locaciones según las necesidades del proyecto, gestionando a partir de ello los permisos necesarios en set, responsabilizándose de recibir la locación y entregarla según los acuerdos previamente negociados y cumplir con los permisos o demás cuestiones legales.

Asistente de producción

Es la persona encargada de apoyar las labores de la producción, es usual que por cada división de los cargos exista uno o más asistentes, según las necesidades y magnitud del proyecto. Los asistentes pueden apoyar tanto labores administrativas como logísticas, esta figura tiene como finalidad facilitar la comunicación entre departamentos y mantener el funcionamiento de la producción en campo.

5.3. MODELOS DE FINANCIACIÓN EN COLOMBIA

En la última década, el cine en Colombia ha aumentado su crecimiento como consecuencia de las nuevas políticas implementadas. Dichas normativas posibilitan los mecanismos en torno a las cuales se pueden construir modelos de producción utilizados por los productores para realizar proyectos audiovisuales, así mismo las metodologías de producción se adaptan para acceder a los beneficios ofrecidos por el sector cinematográfico y el sector privado.

A continuación se presentan las circunstancias previas a los modelos de producción vigentes junto con el desarrollo del panorama actual, esto con el objetivo de ahondar en los modelos de financiación desde sus inicios hasta hoy en día.

5.3.1. ANTECEDENTES LEGISLATIVOS

En una industria el costo del producto no es un problema a no ser que no exista un mercado donde venderlo, en la industria cinematográfica los altos costos de los proyectos no son consecuentes con las ganancias que se tienen sobre el producto, es por ello que el crecimiento de la industria depende del apoyo por parte del Estado.

Los modelos de financiación en Colombia son, en la mayoría de los casos, definidos por las políticas del país, la implementación de leyes que fomentan la cultura y reconocen el cine como una industria creativa tienen efectos productivos, evidenciados en la cantidad de largometrajes realizados anualmente en Colombia. La historia del cine colombiano se ve narrada a través de los antecedentes legislativos.



Figura 1. Cantidad de largometrajes colombianos por década

Fuente: (Rivera, 2017) Cine colombiano [Entrada en un blog]. Jerónimo Rivera Presenta. Recuperado de: <https://jeronimorivera.com/cinecolombiano/> en 25/07/17

1978

Desde 1942 el Estado Colombiano propone políticas que pretenden fomentar el cine, estas ligadas a la exhibición y distribución, pero es a partir de 1978 que se crean normativas que benefician los modelos de financiación a través de la instauración de la Compañía de Fomento Cinematográfico **Focine**, una entidad del Estado cuya función era gestionar el Fondo y la ejecución de normativas que incidieran en el sector cinematográfico. Este cambio de política cultural permitió el desarrollo de aproximadamente 30 proyectos audiovisuales, por lo tanto durante estos años el crecimiento del sector corrió gracias a Focine. (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017).

A pesar del fomento al cine, las pocas regulaciones en la exhibición y distribución produjeron cuestionamientos jurídicos; los largometrajes producidos gracias a los créditos otorgados por la entidad no lograban recaudar lo invertido, teniendo como consecuencia pérdidas económicas notables para la entidad, los productores y la industria.

1985

En esta fecha se tramita la **Ley 55** que tenía el objetivo de fusionar a Focine con el Fondo Cinematográfico, proponiendo soluciones a largo plazo con respecto a los problemas sobre la regulación de la exhibición, a pesar de la normativa los exhibidores incumplieron el pago del gravamen propuesto. (Acosta, 2009)

1993

Sin el pago del impuesto por parte de los exhibidores destinado para el Fondo y sin la recuperación de la inversión, las consecuencias fueron la liquidación de la corporación. En 1993 en el Artículo 20 de la constitución Política de 1991 **se liquida Focine** (Acosta, 2009). A pesar de la culminación de Focine, el sector siguió trabajando con esfuerzos individuales, pero la industria se vio notablemente afectada al alcanzar uno de los índices más bajos en la realización de largometrajes.

1997

Tras las evidentes necesidades del fomento al sector cinematográfico, el Congreso promulga la Ley 397 de 1997 conocida como la **Ley General de Cultura**, que determina la creación del **Ministerio de Cultura** en función al apoyo de nuevas políticas estatales. A la par de ello se constituye la **Dirección de Nacional de Cinematografía**, cuya labor principal es la implementación de políticas públicas en el sector cinematográfico. Esta normativa estableció las bases legales a través de los incentivos para el desarrollo de la cultura, y la responsabilidad otorgada al Estado para impulsar la cinematografía. (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017).

“Artículo 40: El Estado, a través del Ministerio de Cultura, de Desarrollo Económico, y 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” (Congreso de Colombia, 1997)

Bajo el amparo de la Ley General de Cultura se crearon importantes entidades para la industria. La normativa permitió la creación del **Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica** instaurado con el objetivo de preservar el patrimonio audiovisual nacional y el sector cinematográfico colombiano (Acosta, 2009). A pesar del notable crecimiento en la realización de largometrajes, la labor de hacer producciones audiovisuales seguía siendo difícil, debido a que en la Ley General de Cultura no estaban especificados incentivos económicos concretos.

2003

La **ley 814** de 2003, conocida como la **Ley de Cine** nace a partir de la necesidad de reglamentar varios aspectos de la Ley de Cultura y solucionar el problema sobre las oportunidades de financiación del sector cinematográfico. El implemento de la Ley de Cine ha contribuido con la diversificación y desarrollo del sector cinematográfico. (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017) El objetivo de la Ley 814 de 2003 es:

“Hacer del cine una industria y una herramienta democrática para ayudar a construir el país que queremos, ya que el cine nos permite vernos y reconocernos como personas y como grupos con distintas maneras de entender todos los aspectos de la vida. Que se convierta gradualmente en una industria no sólo rentable sino sostenible, una cadena industrial en la que todos los eslabones que intervienen tengan la oportunidad de obtener ganancias” (Consejo Nacional de las artes y la cultura en Cinematografía, 2004, p. 5)

A través de la Ley 814-2003 se crea el **Fondo para el Desarrollo Cinematográfico** (FDC) el cual está encargado de administrar el dinero recibido por las cuotas parafiscales exigidas a exhibidores, distribuidores y productores; este dinero es reinvertido en la producción del cine nacional a través de estímulos, subsidios, investigación y demás líneas de producción derivadas. (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017)

Por otro lado, la Ley 814 de 2003 ofrece estímulos tributarios para empresas o personas externas al sector, sean inversionistas o donantes; la normativa permite que los contribuyentes deduzcan de su base gravable el 125%. Otra normativa que fue implementada fue la titularización de los proyectos, en donde el proyecto podía quedar transado como activo financiero en el mercado de valores, para obtener ganancias sobre el producto. (Acosta, 2009)

La Ley de Cine significó la herramienta más importante dentro de los modelos de financiación colombianos. Debido a los incentivos que ofrece, se hace evidente el aumento anual de producción cinematográfica, en donde antes de la expedición de

la normativa se estrenaban de 1 a 7 largometrajes anuales, mientras que en el 2003 se estrenaron cinco producciones. Paulatinamente los ajustes y nuevos fomentos han dejado como resultado el record en el 2017 de 42 estrenos nacionales. (Calvete & Ortiz, 2011)

2012

En esta fecha se promulga la **Ley 1556 de 2012 o Ley Filmación Colombia**, a través de la cual se crea el **Fondo Fílmico Colombia**. Este fondo tiene como objetivo promocionar las locaciones Colombianas para producciones extranjeras, incentivando así los servicios de producción que tiene el país. Adicionalmente, a partir de este año la Ley 814 se ve modificada, en donde los contribuyentes pasan de deducir de su base gravable el 165% a partir de este año, anteriormente este porcentaje correspondía al 125%.

Esta normativa tiene el objetivo no sólo de beneficiar el sector cinematográfico, también busca permear otros sectores de la economía nacional ofreciendo la devolución de porcentajes en hospedaje, transporte, alimentos y otros servicios. Gracias a la implementación de la Ley 1556 productoras extranjeras han empezado a realizar producciones en territorio nacional, permitiendo el crecimiento de productoras nacionales que ofrecen servicios de producción según las necesidades de cada proyecto. (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017). La Ministra de Cultura, Mariana Garcés, explicó en la rueda de prensa sobre la Ley Filmación Colombia:

“Esta ley ha permitido mostrarle al mundo entero otra faceta del país. A través del fondo se han generado contraprestaciones por parte de las producciones internacionales de hasta tres veces sobre la inversión realizada por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en servicios cinematográficos y turísticos del país” (Córdoba, 2016)

Según los resultados recopilados por el Ministerio de Cultura, el Ministerio de Comercio y Proimágenes Colombia, la Ley 1556 ha generado ingresos de más de \$90 mil millones y por cada dólar invertido se hace una devolución de 3 dólares a la economía nacional. Entre los años 2013 y 2017 se han rodado un total de 27 producciones internacionales, con realizadores y elenco reconocidos a nivel mundial, generando beneficios en el sector y promoviendo la imagen como destino turístico y escenario para producciones audiovisuales.

5.3.2. PANORAMA ACTUAL

A continuación se presenta el contexto actual a través de las bases jurídicas existentes y las diversas opciones de financiación, esto con el objetivo de ofrecer una visión objetiva para entender cada modelo de financiación y posteriormente abrir una discusión sobre los límites y posibilidades que cada uno de ellos ofrece.

En el panorama actual siguen vigentes la Ley 814 de 2003 o Ley de Cine y la Ley 1556, previamente expuestas, ambas con grandes influencias en la realización de proyectos cinematográficos, sin embargo también se presentan otros modelos de financiación derivados del Estado y de esfuerzos por parte del sector.

Con el objetivo de facilitar la lectura de los modelos de financiación actuales se dividen y desglosan de acuerdo a los funcionamientos particulares de cada uno:

- Fondos Nacionales
- Ley 814, estímulos tributarios
- Ley 1556
- Cooperaciones Internacionales
- Crowdfunding

5.3.3. FONDOS NACIONALES

Actualmente Colombia desarrolla diversos fondos con el objetivo de apoyar el crecimiento del sector. Cada uno de estos fondos está administrado por entidades del sector y sus objetivos son diversos.

A continuación se especificarán los estímulos y beneficios otorgados por los diversos fondos existentes, como su funcionamiento dentro del sector cinematográfico.

5.3.3.1. Fondo para el desarrollo cinematográfico (FDC)

La labor principal de esta entidad es administrar los recursos del Fondo de Desarrollo, el dinero del fondo parafiscal proviene de las cuotas recaudadas por parte de los exhibidores, distribuidores y productores.

“Cada vez que vamos a cine un porcentaje de la boleta va al FDC, por ello somos todos los colombianos que asistimos a las salas los que hacemos posible que el cine colombiano crezca.” (Proimágenes Colombia, 2017) *Convocatorias Fondo de Desarrollo Cinematográfico*. [Online] Recuperado de: <http://convocatoriafdc.com/>

Es importante resaltar que quien finalmente financia el cine colombiano es Hollywood ya que el grueso de los montos recaudados provienen de su taquilla. El dinero obtenido es reinvertido en el sector a través de las convocatorias presentadas cada año, el capital otorgado es no reembolsable y el concurso está abierto a personas de la industria y productoras audiovisuales, que cuenten con proyectos en diversas etapas. Desde el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico se han implementado también convocatorias que buscan la formación de públicos y realizadores.

Aproximadamente el 70% del dinero recaudado se reinvierte en la creación y producción de proyectos audiovisuales, el 30% debe ser invertido en acciones que

tengan el objetivo de promover el cine colombiano, como es el caso de la formación de públicos, investigación, patrimonio audiovisual y demás iniciativas en pro del sector. (Proimágenes Colombia, 2017)

El Fondo para el Desarrollo Cinematográfico en 2017 otorgó 21.601 millones de pesos a través de 9 convocatorias con 30 modalidades, que espera beneficiar 129 proyectos audiovisuales. El 70% de los recursos son asignados a través de los estímulos automáticos y por concurso, a través de diversas modalidades en diferentes etapas audiovisuales, buscando diversidad de contenidos. (Proimágenes Colombia, 2017)

Las convocatorias se pueden encontrar en línea en la página: <http://convocatoriafdc.com/> es habitual que anualmente la presentación de los estímulos se realice en el marco del Festival de Cine de Cartagena en el mes de marzo. En la Tabla 1 se explican las categorías con sus respectivos montos asignados.

Tabla 1

Convocatoria del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico 2017

Estímulo integral a la producción y promoción de largometrajes	2,500,000,000
Relatos regionales	750,000,000
Investigación ¡nuevo!	100,000,000
Ficción	6,898,500,000
Escritura de guion	392,000,000
Escritura de guion para largometraje de género	54,000,000
Producción de largometrajes;	
Primera película de director colombiano	2,400,000,000
Segunda película de director colombiano	2,700,000,000
Coproducción minoritaria colombiana	400,000,000
Posproducción de largometrajes	472,500,000
Realización de cortometrajes	480,000,000
Documental	1,727,500,000
Desarrollo del proyecto	300,000,000
Realización de largometrajes	787,500,000
Realización de cortometrajes	480,000,000
Posproducción de largometraje documental ¡nuevo!	160,000,000
Animación	2,252,000,000
Desarrollo de largometrajes	252,000,000
Producción de largometrajes	1,300,000,000
Realización de cortometrajes	560,000,000
Realización de cortometraje infantil ¡nuevo!	140,000,000
Circulación	300,000,000
Muestras de cine colombiano en el exterior	60,000,000
Circulación alternativa	240,000,000

Formación	700,000,000
Formación a través de festivales de cine	400,000,000
Formación especializada para el sector cinematográfico	300,000,000
Automáticos	6,373,000,000
Promoción de largometrajes	4,475,000,000
Participación internacional	1,498,000,000
Distribución de películas colombianas	400,000,000
TOTAL ESTÍMULOS POR CONCURSO	15,228,000,000
Premios estimados a otorgar por Concurso	129
TOTAL ESTÍMULOS AUTOMÁTICOS	6,373,000,000
TOTAL CONVOCATORIA 2017	21.601,000,000

Nota: Fuente. (Proimágenes Colombia, 2017) *Convocatorias FDC 2017*. [Online] Recuperado de: <http://proimagenescolombia.com/secciones/proimagenes/interna.php?nt=13>

5.3.3.1.1. Estímulos por Concurso

Las convocatorias presentadas por el Fondo de Desarrollo Cinematográfico, en su búsqueda por apoyar e incentivar el desarrollo del sector, ofrecen anualmente estímulos para proyectos cinematográficos colombianos enfocados en diferentes etapas y géneros del audiovisual.

A lo largo de los años las categorías ofrecidas por los Estímulos han apoyado proyectos de ficción, animación y documental en sus diferentes etapas. Así mismo ha estimulado la formación de públicos creando beneficios económicos para festivales y actividades académicas para el sector. (Proimágenes Colombia, 2017)

“A través de los Estímulos por Concurso, el CNACC busca apoyar la formación a través de festivales de cine y la formación especializada para el sector cinematográfico, así como la realización cinematográfica de cortos y largometrajes de ficción, animación y documental. La lectura de los proyectos está a cargo de comités evaluadores que sugieren al CNACC, los proyectos que consideran deben ser beneficiados.” (Proimágenes Colombia, 2017) *Convocatorias Fondo de Desarrollo Cinematográfico* [Online]. Recuperado de: <http://convocatoriafdc.com/>

En el 2017, se abren por primera vez las convocatorias: investigación, postproducción de largometraje documental y realización de cortometraje infantil; Esto con el fin de profundizar y apoyar las áreas académicas del sector y fortalecer diversos géneros del audiovisual. El Fondo de Desarrollo Cinematográfico ha incentivado la producción audiovisual a lo largo del país, es por ello que abre por segundo año la Convocatoria de Relatos Regionales. (Proimágenes Colombia, 2017).

Para acceder a los estímulos por concurso el productor debe reunir los documentos y requisitos solicitados por la modalidad de interés e inscribirlos en la plataforma en línea, antes de la fecha del cierre de la convocatoria. A partir de ello

el FDC revisa que los proyectos cumplan con las normativas, una vez inscritos el productor no tiene la posibilidad de subsanar los documentos. Los curadores de cada modalidad seleccionan un número de proyectos los cuales se presentarán a Pitch, por último el jurado dictamina los ganadores de cada modalidad y los proyectos beneficiarios accederán al monto económico destinado.

5.3.3.1.2. Estímulos Automáticos

Este estímulo tiene el objetivo de apoyar la promoción de largometrajes en salas de cine y la participación internacional. El monto total otorgado a este estímulo durante el año 2017 es de \$400 millones de pesos, dividido en categorías enfocados en diversos eventos que se dividen en: festivales cinematográficos, encuentros del sector, mercados, talleres y premios, los proyectos que participen en los eventos seleccionados por el FDC podrán acceder automáticamente a los estímulos. (Proimágenes Colombia, 2017)

Anualmente se presenta un listado de eventos de la industria, los cuales se consideran tienen un impacto a nivel internacional, el FDC beneficia la participación en dichos espacios con el objetivo de apoyar la visibilidad de las producciones nacionales en los diversos eventos y escenarios de la industria. Así mismo los estímulos automáticos han apoyado proyectos en etapa de desarrollo seleccionados en encuentros, la participación en talleres de formación, la asistencia en mercados cinematográficos por parte de realizadores de la industria, y los largometrajes que han cumplido con un número mínimo de espectadores. (Proimágenes Colombia, 2017)

Para acceder a los estímulos automáticos los interesados deben revisar el listado de eventos anualmente presentados por el Fondo de Desarrollo Cinematográfico, en el caso de ser elegibles deben ingresar los requisitos a la plataforma en línea según las fechas estipuladas por los estímulos. Es importante resaltar que los beneficiarios deben autofinanciarse y después de sucedido el evento el FDC retornará el capital invertido según los costos aceptables. Al igual que con los estímulos por concurso, los beneficiarios sólo tienen una oportunidad de enviar los documentos, es decir, estos no son subsanables.

5.3.3.2. Programa distrital de estímulos

La Secretaría de Cultura, junto con Recreación y Deporte de la Alcaldía, el Instituto Distrital de las Artes, el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural, la Orquesta Filarmónica de Bogotá y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño de Bogotá, ofrecen una serie de estímulos en diversas áreas con el objetivo de fomentar la cultura de la ciudad de Bogotá. (Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2018)

La Convocatoria Audiovisual ofrece estímulos económicos y técnicos para el sector cinematográfico, dichos beneficios son otorgados a agentes culturales, artísticos y patrimoniales, a través de convocatorias públicas.

Las convocatorias adjudicadas en el 2017 beneficiaron un total de 31 proyectos, a través de un monto total de \$528'000.000. Año tras año el Programa distrital de estímulos ha beneficiado proyectos de ficción, documental y animación en sus diversas etapas. Así mismo parte de las convocatorias presentadas promueven el crecimiento académico a través de beneficios a la investigación, residencias académicas, pasantías y la gestión de archivos audiovisuales. (Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2017)

5.3.3.3. Programa nacional de estímulos

La Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura ofrece una serie de estímulos con el objetivo de fortalecer el sector cinematográfico y audiovisual nacional. Dichos estímulos tienen como objetivo apoyar la gestión de archivos y documentación, la circulación y formación de públicos.

“El Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018, está estructurado sobre tres pilares fundamentales: Paz, Equidad y Educación, alrededor de los cuales está la cultura como eje y palanca de convivencia” (Ministerio de Cultura, 2016, p. 452)

Los beneficios se otorgan a través de convocatorias públicas anuales. En el 2017 se beneficiaron las modalidades de cinematografía y contenidos audiovisuales, el total de beneficiarios fueron 20 proyectos aproximadamente asignando un monto total de \$315'000.000. A lo largo de los años, el Programa nacional de estímulos ha enfocado sus beneficios en la formación de públicos, la gestión de archivos y la realización de proyectos documentales, ficción, narración transmedia y televisión. (Ministerio de Cultura, 2017)

5.3.4. LEY 814-2003, BENEFICIOS TRIBUTARIOS

Los estímulos tributarios tienen el objetivo de fomentar la financiación de audiovisuales a través de la inversión o donación de empresas o personas naturales.

El funcionamiento de los estímulos tributarios otorga beneficios a los contribuyentes de renta, quienes podrán deducir de su base gravable el 165% del valor invertido o donado. La administración del dinero debe estar a cargo de un encargo fiduciario o patrimonio autónomo, y para acceder a los beneficios el proyecto debe estar aprobado por la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura, posteriormente esta misma entidad expedirá un Certificado de Inversión o Donación con el objetivo de hacer efectiva la deducción de la renta. Se debe tener en cuenta que en el caso de donaciones no hay recuperación por ingresos de la

película, y se debe tener presente el tope de 30% de la renta líquida para donaciones. (Ministerio de Cultura ; Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) ; Proimágenes en Movimiento, 2005)

La renta líquida gravable es el resultado de los ingresos netos menos el total de costos de un periodo de tiempo, los impuestos se calculan sobre dicho resultado. Entre más se invierta o done a un proyecto audiovisual mayor es el beneficio tributario. Las inversiones otorgadas deben ser monetarias, en ningún caso se pueden dar como aporte en especie, bienes o servicios.

A continuación la *Tabla 2* resume cómo funciona la exención en términos monetarios.

Tabla 2
Ejemplo de los beneficios tributarios para el 2017

CONCEPTO	SIN INVERSIÓN O DONACIÓN EN CINE	RENDA LIQUIDA INFERIOR A 800 MILLONES
Donación o Inversión Cinematográfica	\$0.00	\$100
Tarifa General Impuesto de Renta	33%*	33%*
Total Ingresos Netos	\$1,000	\$1,000
Total Costos	\$100	\$100
Renta Líquida Gravable antes de deducción por Donación	\$900	\$900
Deducción por Certificado de Inversión o Donación Cinematográfica 165%	\$0	-\$165
Renta Líquida Gravable Después de Deducción por Inv o Donac Cinematográfica	\$900	\$735
Impuesto de renta a pagar = Renta Líquida x Tarifa General	\$297	\$242.55
Ahorro en Impuesto de Renta		\$54.45
% Total de Recuperación de la Inversión o Donación		54.45%

Nota: Basado en (Ministerio de Cultura ; Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) ; Proimágenes en Movimiento, 2005, p. 12)

* el porcentaje de la tarifa general impuesto de renta se modifica anualmente.

Según la Resolución Número 1021 (2016) del Ministerio de Cultura, el productor encargado del proyecto debe cumplir con una serie de condicionamientos jurídicos para acceder al certificado de donación o inversión:

1. Aprobación de Resolución de Reconocimiento como Proyecto Nacional.

El productor debe obtener la aprobación del proyecto por parte de la Dirección de Cinematografía, cumpliendo con los requisitos por el **decreto 1080 de 2015**. Este decreto determina la categoría en la que se debe presentar el proyecto basada en el presupuesto total, estas categorías son:

Aprobación ordinaria: proyectos cuyo presupuesto sea hasta de 7.060 S.M.I.M.V.

Aprobación especial: proyectos cuyo presupuesto sea mayor de 7.060 S.M.I.M.V.

Así mismo, el proyecto debe contar con el número de personal mínimo exigido por este mismo decreto en el **Artículo 2.10.1.5**, norma que define el porcentaje de artistas y técnicos colombianos según la producción o coproducción cinematográfica, definiendo diferentes porcentajes para largometraje o cortometraje de ficción, largometraje o cortometraje documental, largometraje o cortometraje de animación.

2. Fiducia.

El productor debe **constituir un encargo fiduciario o patrimonio autónomo** en una entidad fiduciaria, tras obtener la Resolución de Reconocimiento como Proyecto Nacional, en donde se depositará el dinero proveniente de los donantes o inversionistas.

A partir de ello, se deberá llegar a un acuerdo administrativo con la entidad para el seguimiento de los recursos y la ejecución del proyecto, a través de un **contrato** suscrito por las dos partes. Dicho documento debe contener las condiciones dictaminadas por el Ministerio de Cultura.

Según la ejecución del proyecto y los documentos necesarios para la justificación como recibos, facturas y cuentas de cobro, la entidad fiduciaria expedirá la **certificación fiduciaria**.

3. Solicitud del certificado de inversión.

Tras finalizar la ejecución de la donación o inversión recibida, el productor podrá solicitar el Certificado de donación o inversión a la Dirección de Cinematografía, cumpliendo con los requisitos solicitados.

5.3.5. LEY 1556

A partir del 2012 a través del Fondo Fílmico, Colombia ofrece a producciones extranjeras beneficios para proyectos rodados en locaciones colombianas. El beneficio consiste en hacer la devolución del 40% de los gastos de prestación de servicios en las etapas de preproducción, producción y posproducción, y el 20% de los gastos correspondientes a hospedaje, alimentación y transporte. (Proimágenes, 2017)

Los proyectos audiovisuales que pueden verse beneficiados por la Ley 1556 son largometrajes, cortometrajes y Telefilms. Así mismo la productora extranjera debe contratar una compañía colombiana que ejecutará el proyecto. (Proimágenes, 2017)

Según lo establecido por la Ley 1556 (2012), para acceder a los beneficios el productor debe cumplir con una serie de condicionamientos:

1. Aprobación por el Comité de Promoción Fílmica Colombia

El comité decidirá la aprobación o desaprobación del proyecto, de ser beneficiario se fija el presupuesto a ejecutar y el monto máximo de contraprestación. La entidad tiene en consideración el número de proyectos, ya que el Fondo Fílmico Colombia tiene recursos limitados de \$25 mil millones anuales (en el 2017).

2. Contrato Filmación Fílmica

Cuando el proyecto es aprobado, se debe celebrar el Contrato Filmación Colombia con la entidad administradora para poder ejecutar el proyecto.

3. Ejecución del proyecto

Para ejecutar el proyecto se debe construir una fiduciaria con el objetivo de administrar los gastos para proceder al rodaje. Durante la ejecución se deben suministrar informes que requiera el Comité y cumplir con todo lo estipulado en el Contrato Filmación Colombia.

4. Contraprestación

Una vez ejecutado el proyecto el productor podrá solicitar el giro de la contraprestación del Fondo Fílmico, cumpliendo con una serie de requisitos certificados por un auditor externo.

Una vez recibido el total de las acreditaciones requeridas, la entidad administradora desembolsará la contraprestación equivalente al 40% de los gastos de servicios cinematográficos y el 20% de servicios logísticos.

5.3.6. COOPERACIÓN INTERNACIONAL

Parte fundamental del proceso de consecución de recursos proviene de modelos de financiación por acuerdos internacionales. En la actualidad existen diversos fondos y programas que buscan fortalecer el sector cinematográfico.

5.3.6.1. Programa Ibermedia

El Programa Ibermedia es creado en 1996 en la Cumbre Iberoamericana, este programa busca beneficiar coproducciones de largometrajes de ficción y documental de 19 países: Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, España, Guatemala, México, Panamá, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. (Ibermedia, 2017)

El objetivo del programa es incentivar el crecimiento del sector audiovisual Iberoamericano, a través de estímulos financieros y un espacio propicio para la creación de redes, facilitando las coproducciones de América Latina, España y Portugal. Ibermedia también busca apoyar la formación de profesionales del sector a través de un programa académico. (Ibermedia, 2017)

El dinero otorgado por Ibermedia funciona como préstamo, en donde el capital debe ser re-embolsado siempre que se pueda; es decir que, a modo de ejemplo, cuando un largometraje es beneficiado en la categoría de desarrollo y eventualmente se le otorga algún estímulo o consigue los fondos necesarios, debe retornar el dinero otorgado por Ibermedia.

Hasta el momento Ibermedia ha otorgado beneficios a 1.975 proyectos, la exhibición de 298 largometrajes y 2.700 becas de formación, el monto total invertido es de 85 millones de dólares y los beneficios están enfocados en la formación académica, orientados en la etapa de desarrollo de los proyectos. Esto contempla el flujo de trabajo por parte de los guionistas y productores, pasando por la idea inicial, la reescritura y las diferentes versiones procedentes de ello. (Ibermedia, 2017)

Ibermedia (2017) ofrece cursos y talleres para fomentar el crecimiento académico, las actividades propuestas fueron:

- Curso de Desarrollo de Proyectos Cinematográficos Iberoamericanos
- VI Taller de proyectos cinematográficos de Centroamérica y Caribe
- III Taller Iberoamericano de desarrollo de ideas: “El viaje andino del héroe”

- **Desarrollo**

Buscando el crecimiento del mercado iberoamericano, Ibermedia apoya los proyectos que estén dirigidos a ello, fomentando un espacio propicio para la integración de empresas productoras iberoamericanas. Para hacer parte de los proyectos beneficiarios alguno de los países miembros debe postularse,

con la ventaja de que no es necesario contar con la participación de empresas de dos países.

- **Coproducción**

El Programa tiene como objetivo fomentar la coproducción de largometrajes de ficción y documentales a través de un espacio propicio. Los beneficiarios deben acordar una coproducción multilateral (el productor mayoritario no debe exceder el 70% del presupuesto y la participación del coproductor minoritario no debe ser inferior al 10%) o bilateral (el coproductor mayoritario no debe tener una participación de más del 80% y el minoritario no debe ser inferior al 20%).

Ibermedia acuerda el apoyo como un préstamo sin interés reembolsable, este no debe superar el 50% del presupuesto y será otorgado a cada productor según la participación acordada.

- **Ibermedia TV**

Esta iniciativa por parte de Ibermedia, tiene el objetivo de apoyar la distribución de largometrajes por medio de cadenas de televisión pública latinoamericanas.

La convocatoria ofrecida por Ibermedia Televisión, está abierta permanentemente y las obras son filtradas a través de un comité de expertos, la selección se realiza entre marzo y abril de cada año. En total son 52 obras escogidas y estas pueden o no haber sido parte del beneficio de Ibermedia.

5.3.6.2. Fondos Internacionales

Actualmente diversas entidades internacionales promueven la realización de proyectos a través de estímulos y fondos, así mismo la mayoría de festivales consolidados en la industria cinematográfica ofrecen diversos estímulos, con el objetivo de alimentar la industria, asegurando producciones audiovisuales por estrenar. A continuación se presentan algunas de las entidades con más influencia dentro del sector cinematográfico nacional.

Cabe resaltar que si los proyectos tienen alguna temática de interés para Inglaterra, Canadá, Francia, Alemania, existe la posibilidad de acceder a estímulos de coproducción con esos países.

Hubert Bals – Festival de Rotterdam

Desde su fundación en 1989, Hubert Bals ha apoyado la financiación de más de 1.000 proyectos provenientes de Asia, Oriente Medio, Europa, África y América Latina. Los estímulos que ofrece el Fondo Hubert Bais, de Holanda, están dirigidos

al apoyo de las etapas de desarrollo, posproducción y distribución de largometrajes de ficción o documental. (Hubert Bals, 2017)

Sumado a las etapas apoyadas por el Fondo, ahora existen las subcategorías: “Bright Future” y “HBF Voices” la primera dirigida a realizadores con primera o segunda película y la segunda categoría enfocada en cineastas con más experiencia cinematográfica. (Hubert Bals, 2017)

IDFA Bertha Fund

Este Fondo busca incentivar proyectos de documental provenientes de África, Asia, América Latina, Oriente Medio y Europa. IDFA Bertha ofrece estímulos para las etapas de desarrollo, producción y distribución a través de diversos programas de financiación. Sumado a la ayuda financiera, el Fondo también ofrece consultorías y programas de capacitación para los realizadores, buscando el apoyo de los procesos. (IDFA Bertha Fund , 2017)

IDFA Bertha ofrece una variedad de beneficios según 2 categorías: IBF Classic otorga estímulos de desarrollo y producción a países en desarrollo, IBF Europa estimula la colaboración de productores europeos y productores de países en desarrollo. El Fondo busca apoyar la realización de historias con potencial global, el director debe ser ciudadano de un país de la lista de países seleccionados. (IDFA Bertha Fund , 2017)

Fondo Festival de Cine Gotemburgo

Junto con la Agencia Sueca de cooperación para el Desarrollo Internacional, desde 1998 GIFF dirige el Fondo del Festival Internacional de Cine de Gotemburgo. Este Fondo tiene lugar dos veces en el año y se realiza con el objetivo de promover la realización de largometrajes y documentales en diferentes modalidades. (Göteborg Film Festival, 2017)

A pesar que el Fondo presta interés especial en la producción africana también proporciona estímulos en todos los continentes, enfocándose en las etapas de desarrollo y posproducción. (Proimágenes Colombia, 2017)

Sundance Institute

Sundance organiza una serie de talleres y actividades de apoyo para el sector cinematográfico. Este instituto tiene el objetivo de fomentar el crecimiento de realizadores a través de programas dirigidos a todos los países. (Proimágenes Colombia, 2017)

Hasta la actualidad Sundance ha apoyado 26 laboratorios, otorgado 3 millones de dólares a proyectos audiovisuales y beneficios a más de 1.000 artistas cada año. A

través de 90 programas públicos el programa ha logrado conectar artistas y audiencias, inspirando la creación y realización. (Sundance, 2017)

World Cinema Fund

World Cinema Fund junto con la Fundación Federal para la Cultura y el instituto Goethe, fomentan el desarrollo cinematográfico de países en desarrollo, promoviendo a la vez la diversidad cultural en los cines alemanes, este fondo busca apoyar proyectos audiovisuales que no pueden realizarse sin fondos adicionales, destacándose por la fuerza narrativa y estética. (World Cinema Fund, 2017)

Este fondo busca apoyar los proyectos provenientes de: Latinoamérica, Centro América, Caribe, África, Medio Oriente, Asia centra, Bangladesh, Nepal, Mongolia y Sri Lanka. World Cinema Fund ha apoyado la realización de proyectos enfocados en las etapas de producción y distribución. (World Cinema Fund, 2017)

Sørfond

El Fondo Noruego Sørfond es fundado en el 2012 por el Ministerio de Asuntos Exteriores de Noruega, con el objetivo de apoyar la producción de películas de países en desarrollo definidos en un listado, contribuyendo así mismo con la cooperación entre Noruega y la industria cinematográfica internacional. Se prevé que entre 2015 y 2018, el Fondo entregue cerca de 1,6 millones de euros en apoyo al sector. (LatAm cinema, 2016)

Este Fondo Noruego apoya proyectos de ficción y documentales que ya tengan asegurado el 50% del presupuesto y cuenten con un coproductor noruego, quien estará encargado de presentar el proyecto. Este Fondo también tiene un programa llamado 'Pitching Forum', que tiene como objetivo apoyar la creación de redes, facilitando el acercamiento a potenciales socios noruegos (SØRFOND, 2017). A diferencia de los demás fondos el fondo noruego no exige que los estímulos otorgados sean invertidos en Noruega o en personal noruego, con lo que el dinero puede invertirse completamente en Colombia.

La Fabrique des Cinémas du Monde

Con el apoyo del Institut français y France Média Monde, este programa tiene el objetivo de apoyar a directores originarios de África, Asia, América Latina, Europa Central y del Este, del Cercano y Medio Oriente, a desarrollar proyectos de primer o segundo largometraje. (LatAm Cinema, 2016)

El estímulo está dirigido a proyectos de ficción, documental o animación cuyo presupuesto sea menor de 3 millones de euros y cuyo productor haya producido al menos un cortometraje o largometraje en los últimos cinco años. Uno de los objetivos principales de Cinémas du Monde es facilitar las redes y el crecimiento académico entre realizadores a través de actividades, sesiones de trabajo, talleres

de producción y encuentros con fondos, festivales, agentes de ventas y diversos representantes del sector. (LatAm Cinema, 2016)

Agencia Nacional de Cine de Brasil ANCINE

ANCINE (2017) tiene el objetivo de apoyar la coproducción entre Brasil y otros países, a través de la asociación entre productores. 117 largometrajes brasileños han sido coproducidos con la participación de más de 20 países, desde el 2005 hasta el 2017.

Los beneficios otorgados a proyectos incluyen estímulos en la etapa de desarrollo, producción y distribución. ANCINE (2017) apoya particularmente la visibilidad de contenidos brasileños en el exterior, es por ello que promueve incentivos en la participación de profesionales del sector en festivales internacionales, asistencia en laboratorios y workshops internacionales.

Esta estrategia de ampliar la visibilidad internacional de la industria audiovisual brasileña da origen a más contenidos producidos a través de cooperación internacional, los cuales, a su vez, se vuelven más propensos a viajar por el mundo. (ANCINE, 2017) *Coproducir con Brasil* [Online]. Recuperado de: <https://www.ancine.gov.br/es/coproducir-con-Brasil/introduccion>

Todas as Telas

El Programa Brasil de Todas as Telas es creado en el 2014, con el objetivo de apoyar la coproducción, en donde la productora brasileña asume la parte minoritaria. Adicional a ello se ofrece ANCINE + Simples, para la simplificación del acceso a la financiación, esta comprende cinco ejes: (Ibermedia, 2016)

- Sistema integrado de financiación
- Sistema de seguimiento de proyectos
- Gestión financiera
- Unificación de las reglas del soporte automático
- Transparencia

Hasta la fecha el programa ha apoyado la producción de largometrajes, proyectos de animación, series y telefilmes, así como la apertura de salas de exhibición con el apoyo de ANCINE y el Banco Regional de desarrollo del Extremo Sur. En el 2017 se entregó un total aproximado de 7 millones de dólares del Fondo Sectorial Audiovisual. (ANCINE, 2017)

5.3.7. CROWDFUNDING

Este modelo de financiación consiste en conseguir los recursos económicos a través del apoyo colectivo por parte de una comunidad que este interesada en hacer factible la realización de un proyecto. A cambio del apoyo recibido los

colaboradores, en la mayoría de los casos, reciben recompensas y se hacen partícipes del proyecto de una manera simbólica.

Este sistema de financiación existe hace siglos, inclusive en 1700 Mozart recoge dinero para financiar uno de sus conciertos, ofreciendo a cambio invitaciones y manuscritos a quienes donaron dinero. Otro ejemplo es la base de la Estatua de la Libertad, creada en 1884 gracias al recaudo realizado por *The New York World* en donde 160.000 personas colaboraron (La Vaquinha, 2017). A lo largo de la historia proyectos culturales, de beneficencia, tecnológicos, arquitectónicos y científicos se han logrado gracias al apoyo colectivo, demostrando el potencial que tiene la recaudación a través de una multitud para financiar proyectos de toda clase.

Con la llegada del internet la financiación colectiva llega a una multitud más amplia y dispersa, permitiendo el recaudo del dinero de una manera más rápida y sin los costos logísticos antes implicados. Es en 1997 cuando Marillion, una banda de rock, visualiza las posibilidades que permite el internet con el apoyo colectivo, deciden busca apoyo para hacer su gira, logrando reunir alrededor de 60.000 dólares; en ese momento no existían pagos o transferencias online es decir este modelo consiste en recibir el apoyo de personas sin importar cómo se reciba (La Vaquinha, 2017).

“El verdadero propósito del Crowdfunding es pedir apoyo y donaciones de otras personas sin importar como se reciban. Los aportes a través de pasarelas de pago son solo una herramienta que facilita dichos aportes, pero el Crowdfunding es mucho más.” (La Vaquinha, 2017) *Historia del Crowdfunding* [Online]. Recuperado de: <https://www.lavaquinha.com/la-historia-del-crowdfunding/>

A pesar de posibilitar diversos proyectos, no fue hasta el 2006 con la película ‘*Demain la veille*’ de Guillaume Calboc y Benjamin Pommeraud, que el crowdfunding empieza a utilizarse como un modelo de financiación de proyectos de carácter audiovisual, con el objetivo de buscar otras alternativas de consecución de recursos en la industria. (Meseguer, 2014)

La financiación se realiza a través de plataformas que se dedican a facilitar el proceso, se debe fijar el monto mínimo de dinero que se pretende recaudar y a continuación el equipo de realizadores contactará a personas que estén interesados en hacer donaciones económicas, a cambio de recompensas que el productor definirá. Las recompensas podrán ser físicas o digitales, y deberán ser consecuentes con los montos otorgados por los aportantes.

Las plataformas al facilitar el proceso obtienen un porcentaje a cambio, que varía dependiendo de los logros del proyecto, según sea el caso las plataformas cobran de acuerdo a si los audiovisuales cumplieron o no con el objetivo planteado. En la actualidad existen diversas plataformas que varían sus beneficios, a continuación se exponen las más importantes y con más relevancia para proyectos audiovisuales a nivel internacional y nacional, con los beneficios y desventajas que tiene cada una:

Kickstarter

Esta plataforma de crowdfunding nace en el 2009 y actualmente es la más popular, hasta la fecha ha posibilitado la realización de aproximadamente 140 mil proyectos creativos, con un monto de 3.5 millones de dólares y el apoyo de 14 millones de donadores. (Kickstarter, 2018)

De acuerdo al funcionamiento de Kickstarter (2018), los creadores son quienes se encargan del diseño del proyecto, realizando todo el material necesario para la difusión, así mismo establecen el monto a recoger y la fecha en que plantean alcanzar su objetivo, teniendo responsabilidad absoluta del éxito del proyecto. El modelo planteado por esta plataforma es 'Todo o nada', eso significa que de no alcanzar la meta se le retornará al financiador el dinero a su tarjeta de crédito, y de no alcanzar la meta Kickstarter toma el 8.5% de los fondos recaudados.

Beneficios:

- Popularidad, alto tráfico.
- Tiene una categoría exclusiva para proyectos audiovisuales.

Desventajas:

- 'Todo o nada'
- La plataforma toma el 8.5% del monto total recaudado.
- Sólo acepta tarjeta de crédito.
- El representante del proyecto debe tener una cuenta bancaria dentro de un listado de países en los cuales opera, Colombia no se encuentra dentro de la cobertura.

Indiegogo

Indiegogo (2017) es la plataforma más utilizada por colombianos que quieren financiar sus proyectos a través de Crowdfunding y tiene gran popularidad a nivel internacional. Hasta la fecha Indiegogo opera en 223 países, apoyando un aproximado de 670.000 proyectos a través de un monto total de 1 billón de dólares, gracias a la contribución de 11 millones de personas.

La plataforma opera a través de 3 etapas lideradas por el representante del proyecto, estas son: pre-lanzamiento, crowdfunding y mercado. La primera etapa consiste en la creación de la campaña, junto con el material que apoyará su difusión y un estudio de los posibles inversionistas. La segunda etapa es el lanzamiento, en este punto se aconseja pagar por publicidad para que el proyecto tenga visibilidad desde sus inicios. Por último es el cierre de la campaña, en donde se le entregará al responsable el monto total recaudado menos el porcentaje, dependiendo de si alcanzó o no la meta propuesta. (Dinero, 2017)

Beneficios:

- El proyecto recibe el dinero a pesar de no alcanzar la meta.
- Popularidad, alto tráfico.

Desventajas:

- Toma 7% de los fondos recaudados en caso de alcanzar la meta.
- En caso de no alcanzar la meta la plataforma toma el 12% del total recaudado.

La Chèvre

La Chèvre (2012) nace inicialmente como un blog en La Universidad de los Andes en Bogotá, para luego convertirse en la primera plataforma dedicada al crowdfunding en Colombia; al igual que en las plataformas previamente mencionadas, el representante del proyecto es el responsable de poner una meta económica, el plazo para alcanzarla, el material publicitario y su difusión.

El sistema de recaudo es 'Keep what you earn', es decir que a pesar que el proyecto no obtenga la meta presupuestada la plataforma entregará lo recaudado.

Beneficios:

- Categoría enfocada en proyectos audiovisuales.
- Facilidades de pago.
- Donación en pesos colombianos.
- Convenios con algunas productoras y gestoras de proyectos.
- El proyecto recibe el dinero a pesar de no alcanzar la meta.

Desventajas:

- La plataforma toma el 15% + IVA del monto total de las donaciones: 8% para los sistemas de pago y 7% para la plataforma.
- Bajo tráfico, poca popularidad.

La Vaquinha

Esta aplicación web nace en el año 2015, como una plataforma cuyo objetivo es buscar alternativas para la recolección de dinero apoyando diversas actividades. En el año 2016 la aplicación logra tener un 30% del mercado de crowdfunding en Colombia, ofreciendo así más alternativas nacionales. (La Vaquinha, 2017)

La Vaquinha (2017) ofrece diversas modalidades para apoyar las iniciativas, dependiendo de las necesidades de los proyectos o eventos. Como factor

diferenciador esta plataforma ofrece el *friendsfunding*, con el objetivo de facilitar la recolección de dinero entre una comunidad de amigos con objetivos comunes.

Estas son las diversas modalidades de crowdfunding que ofrece La Vaquinha (2017):

1. Modalidad en donde una persona será el organizador que de la campaña y otros deberán aportar. Usualmente utilizada por un grupo de amigos que busca organizar eventos.
2. Modalidad en tiempo real, en donde los participantes aportan en tiempo real según las necesidades inmediatas que existan.
3. Modalidad que apoya la financiación de proyectos de carácter creativo o social, dentro de esta categoría se pueden incluir proyectos audiovisuales.

Beneficios:

- Transfieren a cualquier cuenta en Colombia.
- Facilidades de pago: PayU, Efecty, Baloto, bancos.
- Ofrece un servicio de asesoría y seguimiento de la campaña, el costo es el 2% del monto recaudado.

Desventajas:

- Cobran una tasa de 10.000 pesos por transferencia a la cuenta.
- Cobran el 12% del monto recaudado si llegan a la meta, de lo contrario retienen el 14%.

5.4. MODELOS DE DISTRIBUCIÓN Y EXHIBICIÓN

Durante las etapas de distribución y exhibición el proyecto entra en la oferta del mercado, usando diversas estrategias e instrumentos para despertar la atención del público. Es indispensable el uso de estudios del mercado y espectadores desde etapas iniciales, esto para visualizar el éxito comercial y el público objetivo del audiovisual.

A continuación se presentan las circunstancias previas que han marcado las etapas de distribución y exhibición en el país, junto con el desarrollo del panorama actual, esto con el objetivo de ahondar en los modelos de distribución y exhibición desde sus inicios hasta la actualidad.

5.4.1. ANTECEDENTES LEGISLATIVOS

Debido a que los altos costos de los audiovisuales no son consecuentes con las ganancias, implicando dificultades de consecución de dinero desde sus inicios, la recuperación del dinero invertido depende de las etapas de distribución y exhibición. Es por ello que las normativas del país son necesarias para incentivar el desarrollo de las salas de cine, formación de público y políticas de exhibición y distribución. A continuación se presenta un resumen de las normativas nacionales aplicadas a través de los años y su evolución hasta la actualidad.

1942

La **Ley 9º de 1942** fue la Primera Ley de Fomento al Cine Colombiano, la cual evidencia el primer acercamiento por parte del Estado a la creación de nuevas políticas en pro del sector cinematográfico; esta ley tenía como principal objetivo regularizar las exenciones aduanales a los materiales fílmicos, y beneficiar a los exhibidores de audiovisuales colombianos tras la exoneración de impuestos a la exhibición. (Ministerio de Cultura, 2010)

1973

En esta fecha se crea el decreto 871, cuyo objetivo era reglamentar parte de la Ley 9º de 1942, se hace evidente la falta de interés por parte del Estado ya que se regulariza dicha normativa 31 años después de su expedición. Este decreto es conocido como la **Ley de sobreprecio** (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017).

Dicha normativa benefició el conocimiento y desarrollo audiovisual en el sector cinematográfico, en donde los exhibidores de películas internacionales debían proyectar un cortometraje nacional antes de cada exhibición, esto conllevó a la súbita necesidad de realización de cortometrajes nacionales que tendrían derecho al sobrecosto en taquilla (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017). Sin embargo, el objetivo principal del decreto no era más que una movida política que no esquematizó el desarrollo audiovisual.

“Hipólito Hincapié, periodista de la vieja guardia, me reveló la verdad de por qué Pastrana promulgó esa ley: lo visitó en palacio don Santiago Mejía, presidente de Cine Colombia, quien tenía un hijo, Jairo, “a quien le dio por estudiar dizque producción de cine en Roma, hágame el favor, presidente...”. Como don Santiago había contribuido con alguna plata en la campaña de Pastrana, este, ya presidente, le dijo: “¿Y cómo en qué pudiera ayudarle, don Santiago?” “Pues necesitaría una ley que me permitiera poner a trabajar a ese muchacho.” (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017, p. 35)

En los años 70's en Colombia no existían escuelas cinematográficas ni ningún enfoque educativo sobre el sector, como consecuencia no habían suficientes personas conocedoras de la realización audiovisual; la situación conllevó a la realización de cortometrajes de baja calidad, puesto que se necesitaban alrededor de 80 cortometrajes anuales, que fueron realizados por un grupo que migró forzosamente de otras carreras que no eran afines del audiovisual (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017).

Dichos beneficios planteados por la ley duraron alrededor de 3 años, ya que los exhibidores decidieron empezar a realizar cortometrajes que ellos mismos exhibían, audiovisuales a bajo costo y sin contenido pero que les permitían cumplir la ley (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017).

1988

El **Decreto 183** de 1988 establece la libertad de precios para las boletas de cine, ya que anterior a este año era el gobierno quien determinaba los costos para ingresar a las salas de exhibición (Calvete & Ortiz, 2011).

Las resoluciones y decretos establecidos en los años 80 con respecto a la exhibición y distribución, están enfocados en resolver aspectos administrativos como la vigilancia de las salas y la clasificación de películas.

2003

La Ley 814 de 2003, conocida como la Ley de Cine, como lo veíamos anteriormente, nace a partir de la necesidad de ofrecer más oportunidades de financiación. La normativa buscaba apoyar las políticas de exhibición y distribución a través de la regulación sobre los porcentajes mínimos de proyectos nacionales, por parte de las salas de cine o de otros medios como *home video*. Sumado a ello, reduce la cuota que debe pagar el exhibidor al 6,25% al presentar cortometrajes nacionales al inicio de las funciones.

El apoyo a la exhibición nacional también se ve estimulado a través de los recursos del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, que otorga subsidios a salas que cumplan con la medida, y a la vez beneficia anualmente proyectos audiovisuales en diversas categorías enfocadas en exhibición y distribución.

Adicionalmente, a través de la Comisión Nacional de Televisión se fija una cuota mínima para el servicio público en televisión (Ministerio de Cultura, 2003).

2017

Al igual que en 1973, los exhibidores utilizaron la normativa preexistente para obtener beneficio propio, comprando o produciendo audiovisuales a bajo costo y sin contenido, pero cumpliendo con la ley.

A raíz de ello a través del **Decreto 554 de 2017** se implementa la regulación de cortometrajes, garantizando la participación de los proyectos en el mercado cinematográfico. A través de un comité curador los cortometrajes nacionales serán validados para la venta en salas de exhibición, esto con el objetivo de fomentar las ventas pasando de un promedio de 9 cortos presentados por los exhibidores entre el 2009 y el 2016, a un promedio de 252 cortos a partir del 2018 (Ministerio de Cultura, 2017).

5.4.2. PANORAMA ACTUAL

La distribución y exhibición nacional e internacional está conformada por productores, agentes de ventas, distribuidores y exhibidores. Cuando el proyecto se encuentra en esta última etapa interactúa en diferentes mercados y ventanas. Durante la distribución y exhibición se establecen las licencias sobre los territorios, ya que los derechos sobre la obra se modifican según la ubicación en donde se exhiba, es por ello que durante esta etapa se establecen los costos y procesos que se llevarán a cabo al establecer una exhibición internacional. Dichas licencias pueden atribuirse por un tiempo definido y por determinados territorios según sea el caso.

Es importante aclarar que el término “ventana”, proviene de una traducción literal del inglés “Window” y en el negocio de cine se usa en su tercera acepción: *a period when there is an opportunity to do something* lo que traduce: un período de tiempo en donde hay una oportunidad de hacer algo. Es por ello que se establecen en cada uno de los espacios de exhibición periodos de tiempo, para permitir que ese espacio pueda sacar provecho de la película sin competir con otra ventana. Sin embargo, este concepto está en juego en la actualidad con las nuevas dinámicas, que se plantean a continuación.

Inicialmente, en el proceso tradicional, el productor contacta un agente de ventas quien al dedicarse exclusivamente a la venta de más de una película, puede optimizar el proceso de comercialización y construir redes a largo plazo. Esto le permite facilitar el proceso de venta en múltiples territorios, con el fin de negociar los derechos de exhibición, acordando los porcentajes sobre los ingresos que genere la exhibición del proyecto. Es habitual que se negocien las licencias de los derechos de distribución en los mercados cinematográficos realizados en el marco

de los festivales de cine, que constituyen el punto de encuentro entre los agentes de ventas y los distribuidores.

El agente de ventas se encarga de hacer seguimiento sobre los procedimientos burocráticos y técnicos que dicho asunto implique, y según las dimensiones del proyecto este mismo proceso será realizado en otros países con el fin de abarcar un mercado internacional. Las funciones del agente de ventas también pueden ser ejecutadas por el productor, la necesidad de este cargo depende de la dimensión del proyecto y de su alcance. El costo de negociar un proyecto a nivel mundial conlleva costos elevados (viajes, viáticos, afiches, stands en los mercados, publicidad, entre otros) si el proceso se lleva a cabo para distribuir una sola película es difícil hacerlo rentable, sin embargo si se distribuye ese gasto entre muchas películas se reduce el costo; la única forma de sustituir la figura del agente de ventas, es sí la dinámica de hacer negocios cambia y plataformas como internet se usan para remplazar estos puntos de encuentro, como se explicará más adelante.

En la estructura tradicional de la distribución y exhibición, una vez el agente de ventas se contacta con el distribuidor, este intermedia directamente con los exhibidores de cada territorio negociando con las salas, encargándose de la logística de publicidad y de distribución de las copias; la cadena tradicional de intermediarios conlleva costos elevados de logística y promoción, sin embargo esta dinámica empieza a modificarse con las posibilidades que genera la internet, en donde el papel de los intermediarios se vuelve innecesario.

El último eslabón de la cadena es el exhibidor, quien dispone de los espacios de proyección. El mayor ingreso en este caso es la venta de comida cuya ganancia no se divide con los otros miembros de la cadena, las salas de cine se lucran del ritual de ver una película como una forma de vender comida de bajo costo a precios elevados.

A pesar de la consolidación de los métodos de distribución tradicionales, con la aparición de Internet y la digitalización de contenidos, el mercado y las ventanas están en proceso de modificarse. Los modelos tradicionales configuran un contenido escaso en donde el producto tiene que ir hasta el consumidor, con la llegada de Internet el ecosistema se amplía, ofreciendo más contenidos ofertados en las ventajas de un sistema no lineal: a cualquier hora, en cualquier lugar y en cualquier dispositivo, en donde el consumidor va hasta el producto.

La cadena de distribución tradicional se rompe haciendo innecesaria la función de los agentes de ventas, ya que el productor puede acceder directamente al exhibidor sin la necesidad de un intermediario, ya que no existe la necesidad de estar físicamente en un lugar omitiendo la necesidad de transportarse, desplazarse y llevar a cabo la logística y promoción implicada en los modelos tradicionales. Provocando un cambio en el modelo de negocio como antes se conocía, pasando de ser un modelo de oferta a un modelo por demanda. Adicional a ello, la función

del distribuidor también se hace innecesaria teniendo en cuenta que las copias de las películas podrán enviarse de manera digital, una técnica en proceso paulatino de instauración. Ya no se necesitará enviar una copia a cada sala, sino que se podrá transmitir los contenidos directamente desde un servidor a todas las salas que lo requieran.

El panorama sobre la distribución y exhibición establece que el recorrido de explotación de un producto audiovisual empieza por los festivales, en donde puede circular de 6 meses a 2 años dependiendo la película. Los proyectos que no se pueden vender en salas, en algunas ocasiones, hacen dinero circulando por festivales y cobrando el fee de proyección. El propósito de asistir a los festivales de diferentes partes del mundo, es que los agentes de venta puedan mostrar el producto a distribuidores y exhibidores. El festival usa la fachada del glamour y el ego del artista para atraer atención de la prensa, que a su vez ayuda a promocionar tanto al festival (como intermediario del proceso) como las películas que se presentan.

Al terminar el recorrido en festivales, las salas de cine son la siguiente ventana. Transcurridos entre 4 a 6 meses, la siguiente vía de explotación son las plataformas en internet de venta online o el mercado de DVD. Transcurrido aproximadamente 1 año, la siguiente ventana son los canales de televisión cerrada y televisión abierta, por último el circuito finaliza en las plataformas en internet ofreciendo el proyecto gratuitamente, según sea el caso. Este recorrido permite conseguir ingresos en todo el mundo a través de diversas ventanas y métodos de exhibición.

A continuación se presentan las ventanas que componen el proceso de distribución y exhibición, junto con los diferentes procesos y gestiones burocráticas que las componen.

5.4.3. GESTIONES LEGALES

Cuando el proyecto se encuentra finalizado, corresponde hacer una serie de gestiones legales con el objetivo de cumplir con las normativas de cada país; en el caso de Colombia existen diversas reglas y procedimientos para proteger los derechos del proyecto, dinámicas vinculadas a la venta de los audiovisuales e iniciativas de la industria para resguardar el patrimonio filmico del país.

El camino legal por el que debe pasar el proyecto audiovisual durante esta última etapa incluye lo siguiente:

Registro Nacional de Derecho de Autor

Este registro es gratuito y se realiza en línea a través de la página web de La Dirección Nacional de Derecho de Autor. A pesar de que este proceso no es obligatorio, es recomendable hacer el trámite para todos los casos, ya que su

finalidad es brindarle a los titulares de los derechos de autor de las obras un medio de prueba formal según las normas.

Para el proceso se solicitan los datos del director, productor, principales miembros técnicos y el elenco que hizo parte de la obra. Así mismo se requieren los datos básicos de la obra, como: género, año de creación y sinopsis. Durante el proceso es clave señalar si existe alguna transferencia de derechos del productor a un tercero, ya que esto definirá quién será el titular del contenido patrimonial del derecho de autor sobre la obra registrada (Dirección Nacional de Derecho de Autor, 2017).

Producto Nacional

Esta resolución se debe tramitar para largometrajes o cortometrajes de producción o coproducción colombiana, que quieran ser exhibidos en salas de cine o cuyo objetivo sea acceder a los beneficios automáticos, asistiendo a los festivales designados anualmente por el Fondo de Desarrollo Cinematográfico.

El trámite se realiza a través de la página web del Ministerio de Cultura, en donde se solicitan los datos técnicos de la obra, datos del equipo técnico y certificados de derechos de autor. Es necesario cumplir con un número mínimo de personal técnico de acuerdo al **decreto 1080 del 2015**, normativa que define el porcentaje de artistas y técnicos colombianos según la producción o coproducción cinematográfica, definiendo diferentes porcentajes para largometraje o cortometraje de ficción, largometraje o cortometraje documental, largometraje o cortometraje de animación (Ministerio de Cultura, 2017).

Depósito legal

Cuando el producto audiovisual es estrenado en salas de cine es obligatorio depositar una copia en la Biblioteca Nacional, el plazo máximo para hacer el trámite es 60 días siguientes al estreno. El objetivo del depósito es preservar el patrimonio cultural y garantizar su acceso al público.

Para realizar el trámite existen una serie de requisitos técnicos dependiendo si es largometraje o cortometraje el producto a depositar, y tras cumplir con los requisitos la Biblioteca Nacional expide un Certificado de Depósito Legal, de no cumplir con el trámite se podrán ocasionar multas según sea el caso (Biblioteca Nacional de Colombia, 2017).

Clasificación de películas

Para que un proyecto audiovisual sea exhibido en salas de cine, debe pasar por la clasificación de películas según la edad del público, dicho trámite tiene un costo dependiendo si es un cortometraje o un largometraje y para poderlo realizar debe contar con el certificado de Producto Nacional. La decisión es tomada por un Comité de Clasificación de Películas quienes procederán a dar el aval de

proyección en salas de cine. De dicha regulación quedan exentos noticieros, proyecciones privadas y contenidos exhibidos en cine-clubes o festivales de cine (Ministerio de Cultura, 2017).

5.4.4. FESTIVALES

Según el objetivo del proyecto audiovisual, es usual que los festivales sean la primer ventana de exhibición, debido a que parte de las restricciones para ser escogidos es que los proyectos no hayan sido exhibidos públicamente. Siendo los festivales la fachada glamorosa de un mercado, hay diferentes formas en que participar en ellos representa utilidades para una película u otros proyectos: a veces una película es usada por el agente de ventas como señuelo para atraer clientes y poder vender las otras películas de su catálogo, en ocasiones la presencia del proyecto en un festival permite al agente de ventas llegar a distribuidores de territorios que de otra forma nunca se enterarían de su existencia. Los festivales destacan un proyecto entre la gran oferta presentada anualmente, así que es natural que los distribuidores miren primero estas películas reconocidas, los festivales son una forma de construir una red de contactos.

El Fondo de Desarrollo Cinematográfico (2017) apoya la participación de proyectos en festivales a través de, los antes mencionados, estímulos automáticos. El FDC selecciona una serie de festivales especializados con mayor relevancia a nivel internacional, cuando el proyecto es seleccionado en algún festival que se encuentre en el listado, el productor puede automáticamente solicitar el estímulo económico para su asistencia.

Según el perfil del proyecto, el productor hace un estudio de festivales en donde se debe identificar el objetivo del festival, un listado inicial base de festivales debe ser el adjudicado por el Fondo de Desarrollo Cinematográfico anualmente. Tras identificar los festivales en donde el audiovisual puede ser acogido, se procede a realizar un presupuesto estimado por la participación, teniendo en cuenta que según el caso se pueden solicitar códigos directamente con los festivales para obtener descuentos de inscripción.

5.4.5. EXHIBICIÓN EN SALAS

Actualmente en Colombia las principales empresas encargadas de exhibir largometrajes nacionales y extranjeros en salas son: Cinépolis, Cine Colombia, Cinemark, Procinal y Royal Films, así mismo existen 34 exhibidores que hacen parte de la industria. Tras pagar las cuotas al distribuidor, exhibidor y agente de ventas, sumado a los gastos que implica el proceso el productor recibe un aproximado entre el 25% y el 35% de los ingresos de la taquilla (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016).

Entre otros exhibidores se encuentran las salas alternativas en donde se proyecta cine arte o alternativo, audiovisuales que reciben atención en muestras y festivales

pero que no son considerados comerciales. Dichos espacios están enfocados en apoyar procesos culturales, artísticos y educativos.

La política pública ha apoyado el fomento de la exhibición alterna a través de diversos fondos, así mismo parte de los estímulos del Fondo de Desarrollo Cinematográfico están dirigidos al apoyo de las etapas de distribución y exhibición, en donde se otorga un capital para cubrir los gastos de producción de copias, trailers y elementos necesarios para abarcar la audiencia.

Según la Ley 814-2003, el proceso de exhibición en salas debe aportar con una cuota administrada por el Fondo de Desarrollo, dinero estimado en porcentajes provenientes de los exhibidores, distribuidores y productores; los porcentajes recibidos del recaudo corresponden a:

- Exhibidores contribuyen con el 8,5% de los ingresos correspondientes a la venta o negociación por derecho al ingreso a la exhibición.
- Los distribuidores aportan el 8.5% de los derechos de exhibición de películas extranjeras (Los exhibidores reciben una reducción del 6,25% de la cuota al proyectar cortometrajes nacionales).
- Los productores aportan el 5% de los ingresos a la taquilla.

A pesar de las consecuencias sobre el consumo que traen los nuevos medios digitales, las salas no parecen tener riesgo de desaparecer ya que ofrecen una experiencia estética y visual que a la vez hace parte de un rito social que, por el momento, no puede replicarse en pantallas de computador, teléfonos o tablets esto también respaldado según las cifras de los últimos años que evidencian un constante crecimiento tanto de espectadores, salas y películas nacionales.

5.4.5.1. Convocatoria permanente de cortos

En el 2017 se implementa el **decreto 554**, medida que da continuidad a la política sobre el sobreprecio que, como antes se mencionaba, le permite descontar al exhibidor un 6.25% de la cuota al proyectar cortometrajes nacionales. La iniciativa tiene el objetivo de ajustar las normas de selección de cortometrajes nacionales, con esta nueva implementación las probabilidades de vender cortometrajes a los exhibidores se aumenta.

El decreto insta un comité conformado por miembros del Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía, y un grupo de curadores pertenecientes a la industria, quienes están encargados de aprobar los contenidos audiovisuales que pretenden exhibirse en salas de cine. Los días 14 de cada mes se realiza el corte para la selección de las obras a proyectar (Proimágenes Colombia, 2018).

En la convocatoria podrán participar cortometrajes de todos los géneros cuya duración sea de 7 a 14 minutos y que previamente cuenten con la Resolución de Reconocimiento de Producto Nacional. No podrán acceder a la convocatoria

cortometrajes previamente exhibidos en salas comerciales o que hayan sido producidos directamente por exhibidores de cine (Proimágenes Colombia, 2018).

5.4.6. CANALES DE TELEVISIÓN

Esta ventana ofrece otra alternativa de exhibición para generar ingresos, a través de la televisión abierta y la televisión cerrada, que proporcionan diversas posibilidades de explotación.

En el ámbito internacional, el cine nacional tiene acogida ya que más de 472 millones de personas tienen el español como lengua materna (Instituto Cervantes, 2016), lo cual favorece al cine latinoamericano a la hora de comercializarse en ventanas internacionales, sin embargo a su vez se enfrenta con la dificultad de competir con películas reconocidas y comerciales.

TV abierta

La televisión abierta recibe ingresos a través del valor de la pauta, ya que la señal de los canales puede ser recibida de manera gratuita por los espectadores ubicados en las áreas cubiertas, en el caso nacional los canales pueden ser públicos o privados (Ministerio de Cultura ; Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) ; Proimágenes en Movimiento, 2005). A pesar de las posibilidades de explotación que ofrece la televisión abierta al incluir contenidos nacionales en sus franjas, la fuente de recuperación no es interesante ya que la remuneración ofrecida por los canales es baja.

TV cerrada

Esta ventana recibe ingresos según el número de suscriptores y presenta un crecimiento porcentual constante a nivel nacional, en donde se debe cumplir con la demanda de aproximadamente 1095 largometrajes anuales, teniendo en cuenta las programaciones de 24 horas al día que repiten hasta 4 veces la misma película, cifras convenientes para la venta de largometrajes nacionales según la demanda (Ministerio de Cultura ; Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) ; Proimágenes en Movimiento, 2005).

5.4.7. INTERNET

Nuevos modelos de negocio han surgido debido a las nuevas necesidades de los hábitos de consumo que implican los dispositivos móviles, provocando la creación de plataformas que buscan ofrecer contenidos a cambio de ingresos y esto, como se mencionaba anteriormente, se traduce en un nuevo modelo de negocio basado en la demanda por parte del usuario.

Video on Demand

Video on Demand es un servicio el cual ofrece contenidos audiovisuales como largometrajes y contenidos de televisión, dándole la posibilidad al usuario de parar, avanzar, regresar, etc., teniendo acceso a contenidos de interés en la comodidad de su casa y sin la necesidad de seguir los horarios de programación que plantean otras ventanas de exhibición.

El servicio VoD es ofrecido por un amplio número de compañías, que presentan un constante crecimiento, tal es el caso de plataformas distribuidoras como: Netflix, Hulu, YouYube, Filmotech, Filmin,,Wuaki TV, Indyon TV, Mimosa TV, Mubi, o SundayTV, entre otras. (Labrada, 2015)

Las posibilidades de negocio que plantea Internet se encuentra en constante crecimiento, los servicios Video on Demand según el modelo de negocio están en adaptación de acuerdo las necesidades del mercado, es por ello que existen diversos modelos de negocio basados en el principio de VoD. A continuación se explica el funcionamiento de los más importantes.

El modelo de negocio **Streaming** permite el acceso a un portafolio de contenidos audiovisuales según las condiciones y concesiones en cada país, a cambio de una cuota mensual que varía entre lo \$15.000 a \$30.000 pesos colombianos o el pago por un título determinado. Algunos ejemplos que utilizan dicho modelo de negocio son Netfliz o Hulu (Labrada, 2015).

Pay Per View es otro modelo de negocio que combina la ventana de televisión e internet para crear un método de ingreso, en donde el usuario escoge el contenido y paga por verlo, como indica el nombre, tal es el caso de Directv o Claro TV. Otra alternativa similar de ingresos son los modelos planteados por Vimeo, como es el caso de **Vimeo on demand**, método que permite vender contenidos de forma individual o en serie sin la necesidad de tener un intermediario (Labrada, 2015).

Gratuito

Otra opción para distribuir los contenidos es a través de plataformas de acceso gratuito, a pesar que no se obtendrá ningún beneficio económico se podrá abarcar más público objetivo.

Retina Latina es un caso de plataformas gratuitas, que resume el esfuerzo por parte de entidades cinematográficas de América Latina para distribuir contenidos, buscando a través de ello consolidar el mercado y responder ante la insuficiencia de mecanismos de distribución (Retina Latina, 2017).

Otros ejemplos de canales de distribución gratuitos son el caso de La web Cinépata o FilminLatino, para acceder a los contenidos que las plataformas ofrecen el único requisito es estar en las zonas que cubren la concesión.

5.4.8. HOME VIDEO

El cambio tecnológico tiene consecuencias sobre los soportes físicos, es evidente el declive sobre el alquiler y venta física de proyectos en DVD, debido a la facilidad de visualización de manera rápida y fácil en distintos equipos receptores como computadores, teléfonos celulares, tablets y televisores. A pesar del panorama desalentador sobre los bajos ingresos por ventas de este formato, en parte afectado por la piratería, hay ganancias a largo plazo. De querer ganar retribuciones a través de dichos soportes es necesario replantear el modelo de negocio en torno a los materiales físicos.

5.4.9. PIRATERÍA

Las posibilidades y modificaciones que trae la era digital permiten el surgimiento de la piratería en los diferentes formatos y plataformas, donde los usuarios pueden acceder a los contenidos de manera ilegal a través de sitios de descargas de archivos con películas de baja calidad.

El auge de la piratería permite la hipótesis sobre el impacto negativo que puede implicar su crecimiento en la distribución y exhibición, sin embargo los pocos estudios realizados sobre la piratería demuestran que no hay evidencia negativa sobre el consumo ilegal, por el contrario anualmente crece el número de espectadores y taquilla a nivel nacional.

“Con la excepción de los éxitos de taquilla recientemente lanzados, no existe evidencia que respalde la idea de que la infracción de derechos de autor en línea desplaza las ventas.” (Reda, 2017). *What the Commission found out about copyright infringement but ‘forgot’ to tell us* [Online] Recuperado de: <https://juliareda.eu/2017/09/secret-copyright-infringement-study/>

La piratería puede ser un mecanismo de distribución y exhibición aún inexplorado, en donde se pueden dar a conocer nuevos títulos cinematográficos de realizadores desconocidos, esto con el objetivo de construir una audiencia aprovechando la cercanía y accesibilidad por parte del público creciente que mantiene la piratería.

6. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Este trabajo presenta un método hermenéutico-propositivo, en donde a partir del análisis de fuentes de libros, textos y cifras, se obtienen conclusiones según los resultados arrojados por la industria audiovisual. Con base en las observaciones que arroje la investigación, se elabora una propuesta que será sustentada en la producción del cortometraje 'Naranjas sin piel'.

Tras hacer un estudio sobre el funcionamiento de la industria pasando por sus etapas, los departamentos que la componen, el panorama actual y los diversos modelos encontrados, en el siguiente apartado se estudiarán los resultados que tienen los usos de los modelos manejados hasta el momento en el panorama de la industria nacional.

6.1. ANÁLISIS DEL PROBLEMA

En la actualidad a pesar del panorama alentador para la industria cinematográfica nacional, debido a los nuevos incentivos y normativas ofrecidas por el Estado, los productores siguen enfrentándose a la dificultad sobre la consecución de recursos para la realización de sus audiovisuales; esto debido principalmente al balance negativo entre el costo de producción y el retorno de la inversión, punto que tiene consecuencias en los mecanismos de la industria, debido a que se deben reconfigurar las dinámicas para posibilitar la realización de proyectos audiovisuales.

Sumado a las problemáticas a las que se enfrentan los productores, durante el desarrollo de este trabajo de grado se evidenció la poca información ofrecida por el Estado y las entidades concededoras de las normativas. Adicional a ello, la escasa información encontrada no se encuentra actualizada con respecto a las nuevas políticas, y es insuficiente el análisis de procesos a través de estudios de investigación analíticos sobre las dinámicas del sector, elementos esenciales para entender la industria y replantear los modelos.

6.1.1. LAS TRES DIMENSIONES

De acuerdo a la problemática que se pretende abordar, es necesario hacer un análisis sobre las cifras para entender el trasfondo en los mecanismos de la industria audiovisual, complementario a ello este apartado tomará las bases de los pocos textos encontrados que ofrecen un análisis sobre las dinámicas del sector audiovisual nacional. Debido al enfoque del trabajo de grado, este segmento se centrará en el análisis de tres dimensiones: la producción, distribución y exhibición, esto con el objetivo de plantear un análisis según las cifras y el panorama actual para construir una propuesta según las necesidades del contexto:

La producción: tomando como base las cifras actuales de los modelos de financiación, anteriormente expuestos, se pretende analizar si la labor del Estado es suficiente y esto cómo está repercutiendo en la industria; para a partir de ello materializar las propuestas de acuerdo a los resultados hasta ahora alcanzados.

La distribución y la exhibición: a partir de los resultados sobre las cifras de las salas y la dinámica sobre las etapas de distribución y exhibición, se pretende explorar cómo las cifras determinan los procesos de producción, y a su vez indagar sobre las dificultades a las que se enfrentan los productores a la hora de distribuir y exhibir. Determinando a su vez la congruencia de lo recaudado y lo invertido, dinámica que evidencia si los resultados que arroja la industria son congruentes con el mercado, y esto cómo afecta el mecanismo de los proyectos audiovisuales.

6.1.2. ANÁLISIS DE PRODUCCIÓN

La realización cinematográfica en Colombia se ve mediada por los beneficios que otorga el Estado, omitiendo los largometrajes de comedias populares, debido a que no existe confianza por parte de los inversionistas privados en poner dinero en el cine como un negocio, ya que existe la sospecha generalizada que el cine no es rentable, lo que tiene como efecto la dificultad de financiar los proyectos. A continuación se analizan los resultados de las reglamentaciones y las problemáticas que enfrenta el cine nacional, de acuerdo a la observación de cifras de los últimos años y algunos textos que amplían el panorama actual.

6.1.2.1. ANÁLISIS FONDOS NACIONALES

De los fondos nacionales mencionados anteriormente, el Fondo de Desarrollo Cinematográfico ofrece los montos de dinero más altos debido a que sus recursos provienen de la cuota parafiscal que pagan los distribuidores, exhibidores y productores, así que parte de los proyectos estrenados anualmente se realizan gracias a los aportes del FDC. El siguiente análisis se enfoca en los resultados del Fondo de Desarrollo Cinematográfico en sus dos modalidades de estímulos automáticos y por concurso, haciendo un comparativo con los resultados en la taquilla y espectadores, con el objetivo de comprender la congruencia sobre los montos invertidos y recaudados, cuyos resultados evidencian si el mercado actual es una industria.

Montos otorgados

Entre el 2003 y el 2016, el recaudo proveniente a las cuotas de la taquilla correspondieron a \$175.012 millones de pesos, que fueron reinvertidos a través de los estímulos automáticos y por concurso. El comportamiento del recaudo ha sido progresivo como consecuencia del crecimiento sobre la taquilla en el país, llegando así en el 2016 a recaudar un total de \$25.951 millones de pesos (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016).

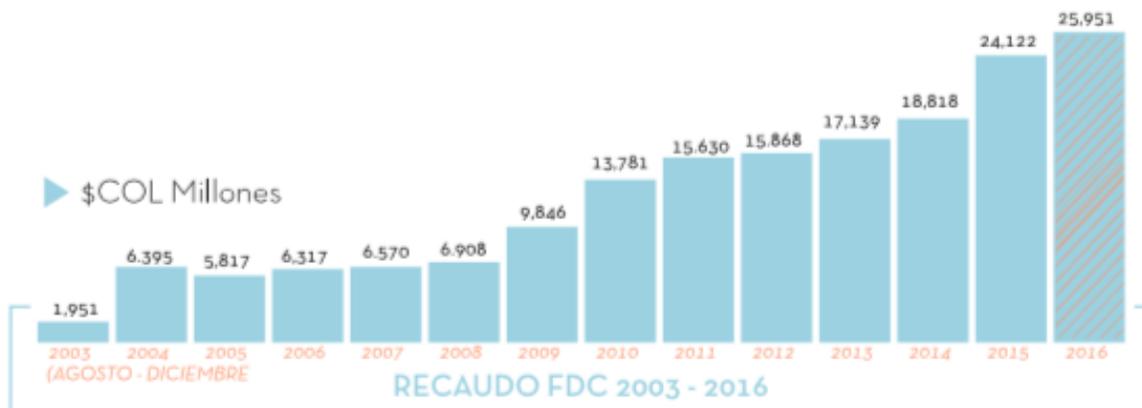


Figura 2. Recaudo FDC 2003-2016

Fuente: (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016, p. 16)

Durante los años 2004 al 2016 el Fondo de Desarrollo Cinematográfico ha entregado un total de \$126.420 millones, de ese total ha otorgado \$98.629 millones a los estímulos por concurso y \$27.791 millones a los estímulos automáticos. Año tras año los montos van en aumento de manera congruente con respecto al crecimiento de la taquilla, pero se ve un incremento mayor con respecto al dinero entregado a los estímulos automáticos en comparación con los entregados por concurso (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016).

El dinero recaudado por las cuotas parafiscales en el 2016 fue de \$25.324 millones y se distribuyó en los estímulos por concurso, los estímulos automáticos y la inversión de otros métodos de fomento a la cadena cinematográfica, beneficiando en total 376 proyectos cinematográficos. A través de los estímulos por concurso se beneficiaron 107 proyectos otorgando un total de \$14.760 millones, por otra parte los estímulos automáticos beneficiaron 190 proyectos con \$4.779 millones (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016).

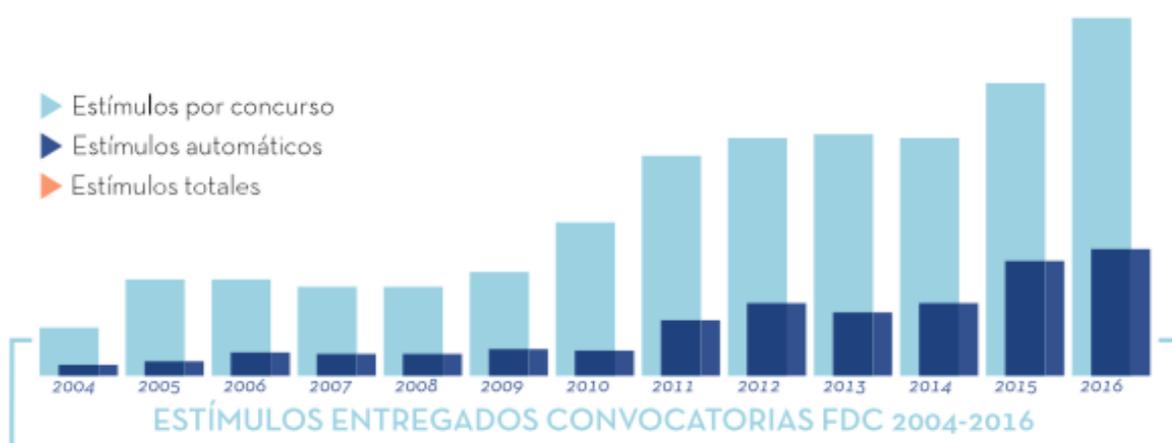


Figura 3. Estímulos entregados convocatorias FDC 2004-2016

Fuente: (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016, p. 16)

Proyectos premiados

Según el Anuario estadístico del cine colombiano (2016), gracias a los montos otorgados por el Fondo de Desarrollo Cinematográfico se han beneficiado en total 917 proyectos audiovisuales nacionales, con los siguientes porcentajes: 27.5% en escritura, 24.8% en largometrajes y cortometrajes, 16% en formación, 2% en circulación, 4.4% en desarrollo y 0.7% en el estímulo integral.

En la *Tabla 3* se presenta un listado enfocado en la modalidad de estímulos de convocatoria estudiando la categoría de ficción, esta se divide según las etapas del proyecto y sus necesidades, buscando diversificar a partir de ello los beneficios para dicha modalidad.

Tabla 3
Estímulos por concurso categoría de ficción

AÑO		04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	Total
Escritura de Guion	Proyectos presentados	NA	NA*	NA*	193	265	291	337	334	368	552	530	339	387	319	3.915
	Proyectos presentados: largometraje y género	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	49	55	104
	Proyectos aceptados	NA	NA*	NA*	174	209	253	309	205	260	490	456	282	334	260	3.232
	Proyectos aceptados: largometraje y género	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	44	49	93

AÑO		04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	Total
	Proyectos ganadores	NA	13	15	17	15	20	12	15	15	16	16	18	20	16	208
	Proyectos ganadores: largometraje género	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	2	2	4
Producción Largometrajes Primera película de director	Proyectos presentados	NA*	NA*	NA*	96	94	94	111	123	111	119	70	72	88	138	1116
	Proyectos aceptados	NA*	NA*	NA*	65	65	65	88	73	70	84	50	50	76	113	799
	Proyectos ganadores	9	8	8	10	11	10	11	9	8	7	1	2	3	3	100
Producción Largometrajes Segunda película de director	Proyectos presentados	NA	NA*	NA	NA	NA	15	25	NA	33	18	70	75	31	51	318
	Proyectos aceptados	NA	NA*	NA	NA	NA	7	22	NA	17	11	45	53	29	49	233
	Proyectos ganadores	NA	7	NA	NA	NA	2	2	NA	2	2	3	3	3	3	27
Producción de Largometrajes Coproducción Minoritaria	Proyectos presentados	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	38	16	21	27	38	140
	Proyectos aceptados	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	26	9	13	18	24	90
	Proyectos ganadores	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	2	2	2	3	2	11
Posproducción de Largometrajes	Proyectos presentados	NA*	NA*	NA*	14	18	15	14	14	12	16	18	29	23	22	195
	Proyectos aceptados	NA*	NA*	NA*	9	12	7	10	10	5	15	17	25	14	9	133
	Proyectos ganadores	7	3	4	3	2	3	3	2	2	2	3	4	3	3	44
Estímulo Integral	Proyectos presentados	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	66	32	32	11	141
	Proyectos aceptados	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	18	29	30	6	83
	Proyectos ganadores	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	2	2	2	1	7
Total de Largometrajes estrenados ganadores de estímulos del FDC		2	1	4	7	7	6	4	11	10	6	5	7	11	5	86

Nota: Basado en (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016)

NA* : No se encontraron datos o cifras del año correspondiente

Proyectos ganadores estrenados 2016

En el año 2016 se estrenan y exhiben en total 41 largometrajes nacionales, de estos 14 fueron realizados con el apoyo del Fondo de Desarrollo cinematográfico otorgando estímulos en diferentes etapas.

En la *Tabla 4*, se presenta un listado correspondiente a los resultados en la exhibición y distribución de los estrenos de 41 largometrajes colombianos, y el catálogo colombiano de películas estrenadas en años anteriores, teniendo en cuenta el número de espectadores alcanzados y la taquilla recaudada, cifras tomadas del Anuario 2016 del Ministerio de Cultura; se adiciona información sobre los proyectos que fueron beneficiados por el FDC investigados en la página web de Proimágenes Colombia.

Tabla 4
Comparación películas exhibidas 2016 beneficiadas por el FDC

Películas colombianas exhibidas 2016						
	Titulo	Espectadores	Taquilla	Estímulos FDC	Año Estímulo	Monto otorgado FDC
1	El coco	1152999	8049392801	NA	NA	NA
2	Agente ñero ñero 7	733790	5106876212	NA	NA	NA
3	Usted no sabe quien soy yo	638157	4818050932	NA	NA	NA
4	El paseo 4	563232	4180191429	NA	NA	NA
5	Malcriados	139034	1091252023	NA	NA	NA
6	Polvo Carnavalero	109918	858130756	NA	NA	NA
7	El lamento	59411	401054048	NA	NA	NA
8	El soborno del cielo	44499	375228726	Estímulo producción	2012	700000000
9	La semilla del silencio	39925	320369399	NA	NA	NA
10	Jericó el infinito vuelo de los días	22796	204605750	NA	NA	NA
11	Los nadie	22221	172889050	Estímulo posproducción	2015	1300000000
12	Saudó	20436	151040523	Estímulo escritura y producción	2007 - 2012	7080000000
13	Fragmentos de amor	18873	162542859	NA	NA	NA
14	Anna	17918	157533972	Estímulo producción	2013	7000000000
15	Cinco	17410	162591882	NA	NA	NA

16	Pasos de Héroe	14886	79109500	NA	NA	NA
17	Todo comenzó por el fin	9793	97408400	NA	NA	NA
18	Pariente	8835	71354650	Estímulo escritura y producción	2012 - 2014	72000000 0
19	Las malas lenguas	8577	78889600	NA	NA	NA
20	Eso que llaman amor	7511	61627400	Estímulo producción	2011	70000000 0
21	Malos días	6863	56935300	NA	NA	NA
22	Presos	6756	61012600	NA	NA	NA
23	Lamentos si la escuchas mueres	6071	45629650	NA	NA	NA
24	Siembra	6003	42954300	Estímulo producción	2012	70000000 0
25	Destinos	5836	47255950	NA	NA	NA
26	Dos mujeres y una vaca	5252	41392750	Estímulo escritura y producción	2009 - 2012	71700000 0
27	Magallanes	4268	39828750	NA	NA	NA
28	Chaman el último guerrero	4249	25242050	NA	NA	NA
29	Aislados	3527	26810350	Estímulo producción	2012	10000000 0
30	Oscuro animal	3222	21882550	Estímulo escritura y producción	2012- 2013	37000000 0
31	Paciente	3003	19053150	Estímulo producción	2013	25700000 0
32	Los asombrosos días de Guillermino	2689	11832000	NA	NA	NA
33	La selva inflada	2390	12629000	Estímulo escritura y producción de corto	2012-2013	70000000
34	Home - El país de la ilusión	1289	6038500	Estímulo escritura	2013	22000000
35	No todo es vigilia	791	3894000	Estímulo producción	2013	25700000 0
36	Hombres solos	745	4030000	NA	NA	NA
37	Ati Mindhiwa	424	2629900	NA	NA	NA
38	La luciérnaga	388	2403000	NA	NA	NA
39	Matachindé	220	1569500	NA	NA	NA
40	Moria	181	993000	NA	NA	NA
41	Ciudad sin sombra	126	813500	NA	NA	NA
	Catálogo Uno al año no hace daño 2	722710	5366838347	NA	NA	NA

	Catálogo El abrazo de la serpiente	342274	2903442185	Estímulo producción	2011	70000000 0	
	Catálogo cine colombiano	12205	51699150	NA	NA	NA	
	TOTAL OTORGADO POR EL FDC						6851000000
	TOTAL TAQUILLA BENEFICIADOS FDC						4067771106

Nota: Basado en (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016, p. 105) (Proimágenes Colombia, 2016)

Con base a los resultados previamente planteados, se identifican una serie de problemáticas frente a la dinámica del Fondo de Desarrollo Cinematográfico que inciden en el modelo de financiación actual:

1. Realización

De casi 2.000 proyectos presentados aproximadamente 145 han sido beneficiados con estímulos para su producción, y 86 de ellos han sido realizados y estrenados; se debe tener en cuenta que según la modalidad a concursar se dan hasta tres años para finalizar los audiovisuales, sin embargo los proyectos realizados desde el 2003 representan un 60%, porcentaje bajo teniendo en cuenta que los primeros proyectos beneficiarios en las categorías de ficción ocurrieron hace 13 años.

No se ha encontrado información sobre el porqué parte de los proyectos beneficiarios no han sido realizados, sin embargo los resultados que arroja el análisis de la *Tabla 4* evidencian que el 40% de los largometrajes beneficiados no han sido realizados, lo que demuestra que el propósito de estimular la creación artística no se cumple, debido a esa falta de ejecución que sugiere un problema que se basa en las cifras: hay películas que se deberían haber hecho que no se hicieron.

2. Recaudo

Para analizar la congruencia sobre la dinámica del Fondo de Desarrollo Cinematográfico, se propone un comparativo en lo que se invierte y lo que se recauda anualmente en el cine nacional. Panorama que ampliará la perspectiva sobre lo que actualmente se le llama industria nacional.

El crecimiento de la taquilla en el 2016 corresponde a un 224% adicional al recaudo de hace 8 años, que concluye con el ingreso total de \$530.991 millones de pesos; de este porcentaje, los distribuidores, exhibidores y productores se ven en la obligación de pagar una cuota que va dirigida al Fondo de Desarrollo Cinematográfico, que como se menciona anteriormente corresponde a \$25.951 millones de pesos, es decir el 4.8% de la taquilla del 2016.

Sin embargo el monto total de la cifra de la taquilla corresponde a todas las películas vistas a nivel nacional, incluyendo proyectos internacionales que son el grueso de la taquilla total recaudada. Las cifras correspondientes al recaudo de taquilla del cine nacional que en el 2016 fue de \$35.396 millones, lo que corresponde a la cuota del cine nacional fue \$1.697 millones es decir el 6.5% del porcentaje total que se recaudó para el FDC; según dichos resultados se puede deducir que los proyectos que anualmente se ven beneficiados por el FDC se realizan gracias al cine de Hollywood que representa el grueso de la taquilla.

Sumado al panorama anterior, el total invertido por el Fondo de Desarrollo Cinematográfico en los proyectos que fueron estrenados el año 2016 fue de \$6.851 millones de pesos, y el total de recaudo de las películas que recibieron una inversión estatal fue de \$4.067 millones de pesos, se debe tener en cuenta:

- A. Al porcentaje de recaudo se adiciona el largometraje 'El abrazo de la serpiente' que fue estrenado en el año 2015 y continuó su exhibición en el 2016, este fue un caso poco habitual de éxito que recaudó \$2.090 millones de pesos tras su nominación al Oscar, dicha cifra beneficia el porcentaje total de taquilla teniendo en cuenta que es más de la mitad del total de recaudo, pero a pesar de ello el ingreso en taquilla no cubre lo que el Fondo de Desarrollo Cinematográfico reinvierte en el cine nacional.
- B. El grueso del recaudo total nacional proviene de los éxitos de largometrajes nacionales en su mayoría las comedias populares, quienes suben el promedio de la taquilla y no se ven beneficiados por el FDC, las 7 películas que generaron más recaudo en taquilla no recibieron estímulos del Fondo y representan el 90% del total de la taquilla.

3. Reembolso

Como se analiza anteriormente, el dinero recaudado por el cine nacional tiene un balance negativo y desde el punto de vista industrial no es auto sostenible. Una medida justa para que si llega a existir alguna ganancia el Fondo se beneficie, es plantear un mecanismo de re-embolso al igual que la dinámica planteada por Ibermedia, los montos otorgados podrían plantearse como reembolsables en la medida de lo posible de acuerdo al éxito de la taquilla de los proyectos beneficiarios; con base a ello si la película no tiene acogida por el público no hace la devolución del dinero, pero en caso contrario de poder devolver dinero se propone un reembolso para que se puedan beneficiar más proyectos.

Un ejemplo podría ser el caso de éxito de 'El abrazo de la serpiente' que recauda \$2.090 millones de pesos, el Fondo en este caso le otorga un estímulo de \$700 millones de pesos, un porcentaje pudo reembolsarse al Fondo para estimular la realización de más largometrajes.

Adicional a ello, se podría establecer un límite de estímulos, en donde por ejemplo si una productora recibe tres estímulos y los tres estímulos resultan no tener suficiente recaudo de acuerdo al monto asignado, entonces no recibirá otro estímulo hasta que no haga una película que no arroje pérdidas. Los productores harían más esfuerzos para que los proyectos funcionen porque están arriesgando algo, y la industria sería congruente con su objetivo de auto sostenibilidad penalizando las fallas.

4. Desinformación

El Fondo de Desarrollo Cinematográfico maneja dinero público, por lo tanto es obligación tener claridad e información sobre el panorama y los proyectos, sin embargo en la realización del presente documento (como se menciona anteriormente) se evidencia una falta de investigación, información y actualización en los textos que permita ampliar el panorama. La información expuesta en el documento proviene de lo encontrado en los pocos blogs, noticias y textos que indagan sobre las cifras del panorama actual; para llegar a las conclusiones se debió hacer una búsqueda exhaustiva en las noticias de los proyectos beneficiados en años anteriores, cabe resaltar que no existe ningún link en la página de Promágenes, donde se den cuentas de los dineros otorgados y recaudados para facilitar el análisis. A pesar de que las cifras del Anuario evidencian los resultados positivos, como más adelante se verá, dichos datos se ven influenciados por las comedias populares, que son casos de éxito en taquilla pero que no representan el caso puntual de todos los largometrajes nacionales, es imperante el estudio de todos los datos sobre las cifras y un análisis sobre ello, aunque los resultados no sean favorables, para tener un panorama general aterrizado.

De acuerdo a los resultados, el FDC debería dejar de plantearse como un estímulo a la industria y debería abiertamente plantearse como un estímulo al arte, modificando su discurso y estrategia, fomentando cinematecas, salas rodantes, festivales sin mercado, becas, concertaciones con bibliotecas, investigaciones, entre otros, para difundir el cine nacional.

5. La inexistencia de la industria

Según las cifras expuestas es evidente que no existe actualmente industria cinematográfica en Colombia, teniendo en cuenta que esta depende del Estado y sumado a ello lo recaudado no presenta un balance positivo en comparación con lo reinvertido por el FDC, adicionalmente los proyectos se logran realizar gracias a la industria cinematográfica estadounidense, es decir que la industria nacional no logra ser auto-sostenible a excepción de las comedias populares.

6.1.2.2. ANÁLISIS LEY 814-2003, BENEFICIOS TRIBUTARIOS

Los resultados del análisis del Fondo de Desarrollo Cinematográfico, evidencian que el modelo de financiación no funciona según el objetivo de una industria, a

continuación se hace un análisis sobre la Ley de Cine que desde hace 15 años ha otorgado estímulos a producciones y coproducciones de cine nacional.

Se presenta un análisis con base en los proyectos aprobados para acceder a los beneficios tributarios, los estímulos otorgados, los montos concedidos y un breve anexo sobre el comparativo de la inversión y el recaudo, todo esto con base en el Anuario estadístico del cine colombiano junto con el panorama presentado en el cuaderno No 26 del Ministerio de Cultura.

Resolución de Reconocimiento como Proyecto Nacional

Para acceder a los beneficios tributarios de la normativa, como se mencionaba anteriormente, es necesario que los proyectos cuenten con la Resolución de Reconocimiento como Proyecto Nacional. Según las cifras del Anuario estadístico del cine colombiano (2016), entre el 2004 y el 2016 han sido reconocidos en total 436 proyectos cinematográficos, 339 de ellos han sido largometrajes y 97 cortometrajes; en el 2016 el total de proyectos aprobados fueron 49, de los cuales 39 de ellos son largometrajes y 10 cortometrajes. En la *Figura 4* se presenta un gráfico con los proyectos aprobados en el 2016, se evidencia la baja presencia del formato de animación.

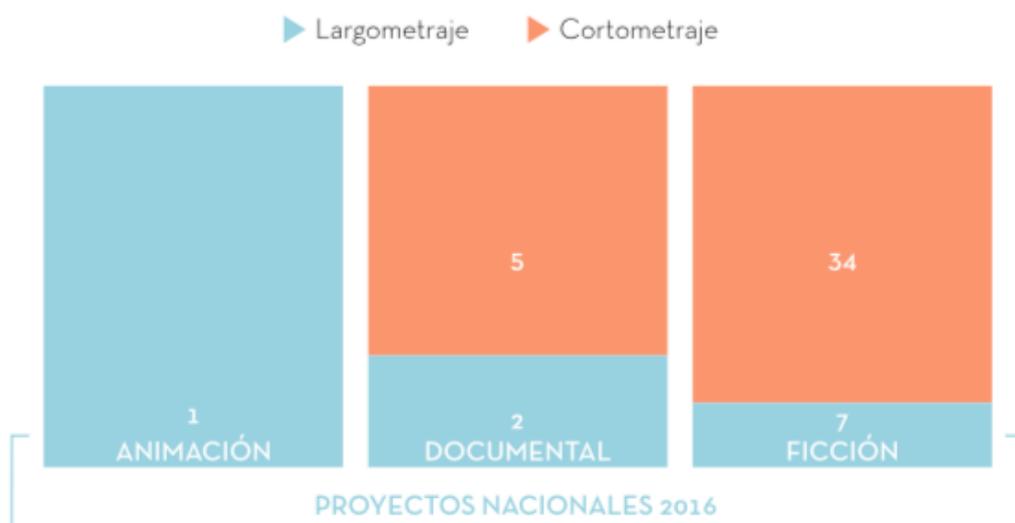


Figura 4. Proyectos Nacionales 2016

Fuente: (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016, p. 12)

Certificados de inversión y donación

Entre los años 2004 al 2016 la normativa ha permitido beneficiar proyectos cinematográficos, entregando al sector \$181.272 millones de pesos. La disminución en el impuesto de renta otorgado a los contribuyentes se realiza a través del certificado de inversión o donación, por el cual los inversionistas o donantes podrán hacer efectiva la deducción de su renta. En el 2016 se entregaron

un total de 133 certificados, beneficiando 39 proyectos cinematográficos a través de \$19.283 millones de pesos (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016).

Según las cifras (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016), durante estos 13 años se ha otorgado en total 1.234 certificados, 1.190 de inversión y 44 de donación. Cabe aclarar que un proyecto puede tener varios inversionistas o donantes, por cada inversionista se entrega un certificado diferente. Durante este periodo de tiempo el total de beneficiados son 208 proyectos, es decir que menos de la mitad de los proyectos que podrían acceder a los beneficios por tener la Resolución de Proyecto Nacional, han accedido a los certificados de inversión o donación.



Figura 5. Inversiones y donaciones 2004-2016

Fuente: (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016, p. 14)

En el 2016 de los 39 proyectos beneficiados por la normativa, seis de ellos obtuvieron el 52.8% del monto total del dinero de la inversión o donación de ese año, dichos proyectos beneficiados fueron largometrajes de ficción. Los montos sobre la inversión o donación varían anualmente, en el 2016 se registra un incremento en el número de inversión o donación y el de certificados, a comparación con el 2015. Este mismo año se presentan más certificados de donación, con un total de 14 certificados, el número más alto en la historia (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016).

A continuación, con base a la dinámica y panorama previamente planteado, se identifican una serie de problemáticas sobre la Ley 814 de 2003 que afecta el modelo de financiación:

1. Dificultad en atraer inversionistas

De los 39 proyectos beneficiados a través de la Ley 814-2003 seis de ellos obtuvieron el 52.8% de inversión, como se menciona anteriormente, cuatro de estos proyectos cinematográficos son comedias populares. Cabe resaltar que son estos mismos proyectos quienes obtienen los porcentajes más altos de la taquilla nacional, y son quienes logran el grueso de inversiones o donaciones en base así

mismo de su éxito en taquilla; el tener un producto comercial es conveniente a la hora de conseguir inversionistas, pero el panorama es distinto cuando los realizadores tienen otros contenidos.

Esta situación puede responder el porqué de la falta de realización sobre el total de proyectos que cumplen con la Resolución como Proyecto Nacional, teniendo en cuenta que menos de la mitad de dichos proyectos han podido acceder a inversionistas, lo que responde a la lógica del mercado y termina por dificultar las posibilidades de proyectos que buscan ofertar otros géneros no populares.

2. Procesos poco estandarizados

A pesar que el objetivo de La Ley de Cine es incentivar la realización cinematográfica, los procesos para acceder a los beneficios están poco estandarizados, como consecuencia la Dirección de Cinematografía puede exigir documentos que no se encuentran dentro de los requisitos pre establecidos, esto conlleva a que el productor se encuentre en un constante limbo al desconocer los procesos burocráticos que la entidad decida imponer sin ningún soporte concreto, dilatando así mismo los procesos.

Sumado a ello, los canales de comunicación en muchas situaciones no son utilizados de manera asertiva, en donde no hay ningún comunicado cuando las normativas son modificadas. Estas situaciones tienen como consecuencia que los procesos se alarguen, lo que afecta toda la cadena de producción y así mismo los inversionistas pierdan interés y credibilidad en las normativas. Esta problemática fue evidenciada en el proceso de realización del cortometraje 'Naranjas sin piel' y va a ser analizada en detalle más adelante.

6.1.2.3. ANÁLISIS LEY 1556

La Ley 1556 de 2012, tiene como objetivo incentivar los servicios de producción y promover más allá otros sectores de la economía ya que ofrece escenarios que pueden ser una tendencia para el turismo, apoyando a la vez la hotelería y turismo de las regiones (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017), es por ello que la información para los posibles interesados es sucinta y clara (a diferencia de otras normativas). Como resultado de los beneficios hasta el 2017 se han rodado 22 proyectos cinematográficos, generando una inversión de \$86.116 millones de pesos en productos y servicios colombianos (Ministerio de Cultura, 2016).

Adicional a la inversión en la industria cinematográfica, la normativa ha generado contraprestaciones por parte de proyectos internacionales de hasta tres veces sobre la inversión realizada por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, tanto en servicios de producción como en servicios turísticos en el país, lo que equivale un retorno significativo (Ministerio de Cultura, 2016).

Pero a pesar del panorama favorable sobre la Ley 1556, los beneficios pueden verse afectados por el momento actual sobre el conflicto en Colombia, así mismo

ha generado una nueva dinámica para las producciones nacionales. A continuación se extienden los dos puntos que afectan la Ley 1556 en la actualidad:

1. Posconflicto

El funcionamiento de La Ley 1556 depende en su totalidad del presupuesto general de la nación y de acuerdo a ello se aprueba el monto sobre el presupuesto a ejecutar en cada proyecto. Ante el panorama del posconflicto y el receso de la economía, el presupuesto general de la nación puede verse gravemente afectado, provocando consecuencias sobre la inversión por parte de productores internacionales ya que el gobierno no podría continuar otorgando los recursos suficientes al Fondo (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017).

Se debe tener en cuenta que de los \$86.116 millones invertidos por los servicios de producción, el Gobierno Nacional en contraprestación ha invertido más de \$28.000 millones. Por cada dólar invertido en productos y servicios cinematográficos nacionales se devuelven 3 dólares a la economía nacional (Ministerio de Cultura, 2016), pero el panorama puede cambiar drásticamente en los próximos años en el posconflicto.

“Es una ley que empieza a tener problemas, porque depende del presupuesto general de la nación. Ante el nuevo panorama del posconflicto y del receso de la economía, no pareciera que el gobierno pueda continuar inyectando recursos suficientes al Fondo.” (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017, p. 12)

2. Sobrefacturación

“Para las producciones “domésticas” de Ley 814, piden tarifa internacional, modelo 1556, y, si acaso se transan por una cuantía menor, lo hacen sentir a uno como si le estuvieran dando un mendrugo.” (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017, p. 32)

La dinámica que ofrece la Ley 1556 modifica la percepción sobre los modelos y tarifas en el cine nacional, los proyectos nacionales ahora encuentran dificultades sobre la contratación del elenco, personal técnico y artístico. Los proyectos que son beneficiados por la Ley 1556 ofrecen honorarios elevados por los servicios prestados, ya que cuentan con más dinero que los proyectos nacionales, lo que tiene como consecuencia la difícil competencia sobre las tarifas ofrecidas por películas nacionales que no logran tener presupuestos ser equivalentes con respecto a las producciones internacionales. Los productores de proyectos nacionales terminan por tener problemas en la financiación y en la consecución de personal técnico y elenco.

“Con la hotelería ocurrió igual: los hoteles de Honda nos cobraron lo mismo que a los huéspedes que llegan allí por la Ley 1556. Debo suponer que como a los coproductores internacionales se les reintegra el 20% de los costos de hoteles, hay un margen de sobrefacturación en las tarifas que quedó por ahí como un boquete secreto bastante lucrativo.” (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017, p. 26)

Las situaciones vividas por algunos productores del sector sugieren que los beneficios que ofrece la normativa han sido utilizados en muchos casos para lucrarse de manera ilegal cuando los servicios ofrecidos sobrefacturan las tarifas, aprovechándose de los beneficios ofrecidos.

6.1.2.4. ANÁLISIS COOPERACIÓN INTERNACIONAL

Para entender la dinámica sobre la cooperación internacional, a continuación se expone un ejemplo hipotético sobre el funcionamiento de los fondos internacionales:

Francia pone un dinero para hacer coproducciones con países del tercer mundo, se alía con un largometraje colombiano que ganó un estímulo por concurso del Fondo de Desarrollo Cinematográfico, el costo total del proyecto es de \$1.000.000.000 y el monto recibido por el FDC es de \$800.000.000, correspondiente al 80% de la financiación del largometraje. Hipotéticamente, un coproductor francés apoya el proyecto y ofrece parte de la financiación del fondo francés, si el proyecto es beneficiado el 80% del dinero otorgado debe gastarse en Francia.

El resultado de acceder al beneficio que ofrece el fondo, es que debido a que el dinero se debe invertir en Francia los procesos cuestan más, teniendo en cuenta que se debe contratar personal francés con tarifas francesas y una logística en otro país. Ahora la película cuesta \$1.500.000.000 y los franceses están poniendo el dinero restante que equivale a \$700.000.000, correspondiente al 46% de la financiación, de la cual sólo el 20% equivalente a \$300.000.000 se puede gastar en Colombia. Sumado a ello, el coproductor francés se queda con el 10% del estímulo francés, más el porcentaje que el estímulo equivalga de la producción en ventas internacionales, exceptuando el territorio de Colombia y con la totalidad de la taquilla en Francia.

Al final del ejercicio se debe tener en cuenta:

- Los productores franceses pusieron menos dinero que los colombianos.
- Los franceses hicieron menos trabajo ya que no hicieron el guion, ni el presupuesto, ni el pitch o los documentos burocráticos para acceder a los beneficios del FDC.
- Mínimo el 80% del dinero se re-invirtió en Francia, beneficiando la economía francesa.
- La taquilla de Francia suele ser mayor que la taquilla en Colombia, así que la retribución obtenida por parte de los franceses va a ser considerablemente mayor.
- Cualquier taquilla que la película genere en el resto del mundo la coproducción francesa se queda con el 40%.

6.1.2.5. ANÁLISIS CROWDFUNDING

El crowdfunding permite conseguir los recursos económicos a través del apoyo colectivo por parte de una comunidad, a cambio de recompensas y de hacerse partícipes del proyecto de una manera simbólica. Este modelo es un fenómeno creciente, en donde los recaudos a nivel mundial presentan una tendencia de aumento duplicándose año tras año, según cifras de la Superintendencia Financiera (2017) se estima que para el 2019, alcance los \$70.000 millones de dólares.

A pesar de las posibilidades que ofrece el crowdfunding, este tiene diversas dificultades en el panorama nacional ya que financieramente representa un problema legal. A continuación se expande la información sobre la problemática actual en el país y las dificultades de la recolecta colectiva.

1. Ingreso del dinero

El modelo de crowdfunding a través de plataformas de financiación colectiva en Colombia debe lidiar con las dificultades legales, debido a la historia del país, esta actividad tiene un alto riesgo de incursionar en lavado de activos, financiamiento terrorista y falta de transparencia, ya que no se puede tener pleno conocimiento sobre la proveniencia del dinero donado para los proyectos. (OECD, 2016)

“Es importante tener en cuenta que, como entidad financiera, debemos cumplir con las políticas antilavado de dinero y es nuestra responsabilidad analizar la procedencia de los recursos que ingresan a la organización.” (Bancolombia, 2015)

Este problema se presenta específicamente cuando los dueños del proyecto deciden hacer una campaña utilizando una plataforma internacional. Al finalizar la colecta es recurrente que el dinero se congele cuando va a ingresar al país, debido a que las entidades financieras deben asegurarse que no sea un caso de lavado de activos, pero para asegurarse de ello necesitan un estudio sobre cada ingreso (lo cual es casi imposible), el trámite puede ser engorroso y sumado a ello las entidades financieras no tienen conocimiento sobre el tema, lo que dilata el proceso sobre la entrada del dinero.

“Si se usan las plataformas nacionales no se tiene este problema, pues cuando los aportes provienen del extranjero a proyectos en plataformas colombianas, estos se reciben a través del integrados de pagos de la plataforma” (Revista Faro, 2016, p. 10)

En el caso de las plataformas colombianas que facilitan el crowdfunding, la manera en como se legaliza es enmarcando el proceso como un modelo colaborativo, en donde los recaudos son registrados como ventas de las recompensas, los aportantes figuran como compradores de dichos beneficios y quien crea la campaña de recolecta figura como el vendedor, es así como las plataformas en Colombia garantizan la legalidad del dinero y facilitan el proceso a los creadores de los proyectos.

2. Aportantes

Parte de la problemática de hacer una recolecta colectiva virtual es el desconocimiento por parte de los interesados, teniendo en cuenta que en Colombia el marketing digital es un tema del cual no hay mucha información. Sumado a ello gran parte de la población no tiene acceso a internet o no confían en los pagos virtuales, e incluso hay un uso incipiente en las tarjetas de crédito (requisito para generar los aportes en algunas plataformas) lo que obstaculiza el modelo de crowdfunding (Revista Faro, 2016).

Sumado a ello, en Colombia no se tiene la cultura de la donación tema que está presente en otros países desde edades cortas, esto conlleva problemáticas que tienen inferencia en la mecánica del modelo, en donde a pesar de poder acceder de manera más fácil a un sinnúmero de internautas los proyectos terminan siendo beneficiados por los familiares y amigos de los creadores del proyecto.

3. Definición

Con la llegada del internet la financiación colectiva llega a una multitud más amplia y con déficit de atención, permitiendo el recaudo del dinero de una manera más rápida y sin los costos logísticos antes implicados, pero como veíamos anteriormente en Colombia este modelo de financiación no se ha regulado y el acceso a los posibles colaboradores es difícil.

Se debe tener en cuenta que las plataformas permiten que el recaudo sea fácil, pero el modelo de crowdfunding consiste en conseguir apoyo colectivo, lo que no requiere necesariamente una plataforma. Se podrían explorar otros mecanismos en base a la misma política, ya que en Colombia este mecanismo debe ser analógico, porque las plataformas no están insertadas “financieramente” de forma amplia en nuestra sociedad.

Un posible modelo de financiación con el mismo objetivo y política es recaudar dinero a través de mensajes de texto, la televisión ya ha hecho uso de esa plataforma para recaudar dinero y el cine podría a su vez lucrarse de este modelo de financiación; en la actualidad hay modelos de crowdfunding que han sido inexplorados, es imperante desligar la definición del modelo de las plataformas virtuales ya que se podría adaptar aún más a las necesidades del contexto nacional.

6.1.3. ANÁLISIS DE DISTRIBUCIÓN Y EXHIBICIÓN

Actualmente la distribución y exhibición de la industria cinematográfica en Colombia se debe enfrentar a diversas problemáticas que surgen de los comportamientos de los espectadores, la era digital, la articulación de nuevas normativas nacionales, el desconocimiento y demás particularidades que se presentan actualmente. A continuación se expone un análisis basado en el panorama nacional, en las cifras que reúne anualmente el Ministerio de Cultura, la encuesta de Consumo Cultural del DANE, junto con artículos y textos que amplían la perspectiva sobre la problemática a la que se enfrenta la industria.

Se toma como base los modelos de distribución y exhibición explicados en el primer apartado del documento, esto con el objetivo de hacer un seguimiento y análisis de lo previamente explicado, teniendo en cuenta los resultados que registra la distribución y exhibición del cine en Colombia.

6.1.3.1. ANÁLISIS FESTIVALES

Los festivales son eventos de glamur que buscan un beneficio propio y que han construido un mercado auto-sostenible. Año tras año algunos realizadores enfocan sus conocimientos en búsqueda de la aprobación por parte los curadores, esto tiene diversas consecuencias entorno a la identidad nacional y la articulación de los modelos de producción. A continuación se exponen algunas problemáticas en lo que respecta a los festivales.

1. Colonización

Las cifras del cine evidencian un decrecimiento constante sobre los contenidos nacionales omitiendo las comedias populares que, como se ve anteriormente, acaparan el 90% de la taquilla.

“Los espectadores en las salas de cine aumentan, pero el promedio de asistencia a películas colombianas es cada vez más bajo, con excepción de comedias populares como las de Dago Producciones, que ayudan a subir el porcentaje anual.” (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017, p. 14)

Este comportamiento se da en parte porque los cineastas buscan el aval de las miradas dominantes de la industria y realizan contenidos que cumplen con los estándares europeos, lo que conlleva a que los contenidos sean aplaudidos por la crítica (en el mejor de los casos) pero el público por el contrario no se sienta identificado, es así como parte del cine colombiano se ha auto colonizado (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017).

Es imperante aclarar que no porque un largometraje cumpla con los estándares de la crítica significa que vaya a ser aplaudido por el público, lo que conlleva a que los festivales sean útiles sólo para quien consigue el aval (los casos son pocos).

Sumado a ello es importante desmitificar que el público reconozca el hecho de que una película sea aplaudida por la crítica como una garantía de calidad que le impulse a querer ver el contenido, sólo un pequeño nicho se ve atraído por lo que sugieren los curadores; un ejemplo es el caso del largometraje 'La tierra y la sombra' de César Acevedo, que recibió el reconocimiento como mejor ópera prima en el Festival de Cannes siendo el premio más prestigioso hasta ahora obtenido por un proyecto, pero a pesar de ello logra 54.000 espectadores, cifra que no es negativa pero que finalmente no logra competir con las comedias populares que en ese mismo año logran un promedio de 400.000 espectadores según las cifras del Anuario del Ministerio de Cultura (2016).

2. Monopolización infligida

Que la mirada dominante aplauda algún contenido tiene el posible efecto de otorgar poder a ciertos miembros de la industria colombiana, ya que al tener un aval son reconocidos dentro del medio. Se puede hacer la hipótesis que esto permite la creación de un conjunto de personas con aparente poder que tienen potestad sobre el dinero estatal, haciendo que la industria en Colombia sea monopolizada gracias a los títulos "aristocráticos" otorgados por la "sabiduría extranjera". Habrá que hacer un seguimiento a los ganadores del FDC y su papel dentro de la industria nacional, para determinar si este panorama nos lleva a una colonización auto infligida que afecta los mecanismos de producción.

Sumado a ello, cuando un mercado es monopolizado se corre el riesgo que los criterios con los que se evalúan los proyectos para ser beneficiados con algún estímulo dependan de las personas que tienen el poder de decisión, teniendo como consecuencia una evaluación poco homogénea y desconectada del público, beneficiando sólo a ciertos miembros del medio, haciendo que nada de eso redunde en películas que tengan mayor público, métodos de producción justos, salarios más equitativos, horas de trabajo decentes, sistemas de financiación autosuficientes. Los festivales pueden llegar a ser la causa de una nefasta colonización cultural y una perpetuación de sistemas "pre-industriales" en la producción artística.

6.1.3.2. ANÁLISIS EXHIBICIÓN EN SALAS

El recaudo por parte de la exhibición en salas de cine representa parte del grueso de los ingresos del cine nacional, por lo tanto este modelo de distribución y exhibición repercute en los modelos de producción gracias a las normativas que establece el Estado para fomentar la industria nacional, son finalmente los espectadores quienes proveen el recaudo de los proyectos. En este apartado se analizarán las cifras junto con los mecanismos estructurados, que evidencian diversas problemáticas en la etapa de distribución y exhibición.

6.1.3.2.1. Exhibidores

En la actualidad existen 39 exhibidores pero, como se mencionaba anteriormente, son 5 los que generan el grueso de los espectadores y la taquilla. Las empresas: Cine Colombia, Cine Mark, Royal Films, Procinal y Cinépolis atraen el 95.7% del total de espectadores y el 96.4% de la taquilla registrada en el 2016, los 34 exhibidores restantes asumen los porcentajes excedentes que corresponden al 4.3% de espectadores y el 3.6% de la taquilla (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016).

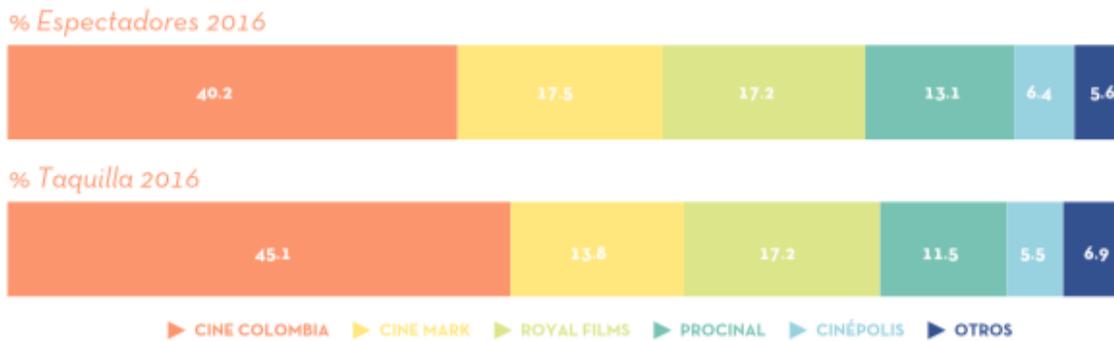


Figura 6. Participación de exhibidores 2016

Fuente: (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016, p. 26)

Según los resultados del Anuario (2016) del Ministerio de Cultura y Dirección de Cinematografía, de las cifras correspondientes al cine nacional el 93.2% de los asistentes y el 94.5% de la taquilla fueron generados por estos 5 exhibidores, los porcentajes restantes que corresponden al 6.8% de los espectadores y el 5.5% de la taquilla fueron registrados por los 29 exhibidores restantes. De las 20 películas más taquilleras del 2016, 14 fueron exhibidas por Cine Colombia, dos por Cinemark, dos por Cinépolis, una en Procinal y una de Royal Films.

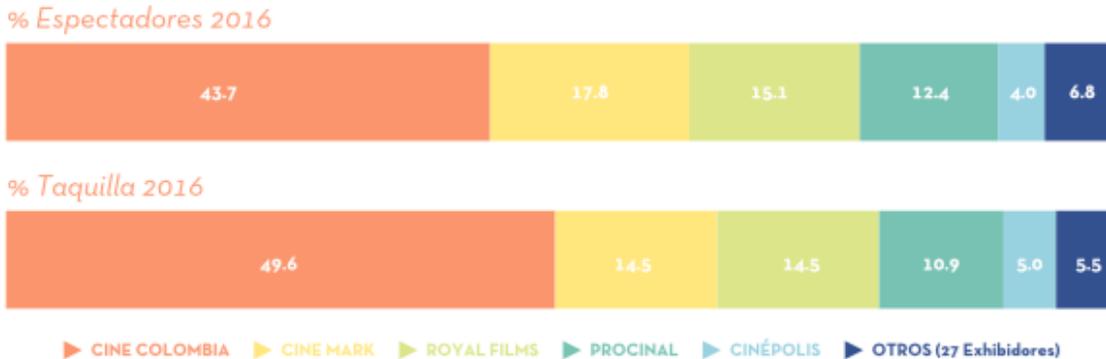


Figura 7. Participación de exhibidores cine nacional 2016

Fuente: (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016, p. 32)

En el negocio de la exhibición generalmente al estrenarse un largometraje la taquilla se reduce semana tras semana, lo que define que el éxito de un proyecto en cines es el fin de semana del estreno. Existe un ratio entre el desempeño de la primera semana y la segunda, con la cual se toman decisiones como dejar o no la película en cartelera. Se fija que si el largometraje tiene 30% menos de asistencia en el segundo fin de semana a su estreno tiene un resultado muy bueno, de tener un 50% se considera que es lo habitual, y de lograr un 70% es muy bajo el nivel de asistencia (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017). Actualmente la manera en como los exhibidores articulan el mercado incide sobre ese primer fin de semana, a continuación para clarificar las problemáticas con respecto a la exhibición, se exponen las particularidades encontradas sobre los comportamientos de los espectadores y de los exhibidores.

1. Oligopolio

Como se observa en la *Figura 6*, con respecto a la participación de los exhibidores, son 5 las empresas que controlan el 94% de la exhibición en la industria cinematográfica en Colombia, por lo tanto el mercado se ve mediado por el comportamiento de dichos exhibidores quienes tienen control del comercio. Esto trae consigo consecuencias que afectan el cine nacional, al depender exclusivamente de pocas empresas que dictan los costos de las boletas, los contenidos distribuidos, los tiempos de exhibición, lugares de exhibición, cartelera y demás factores que tienen incidencia sobre el mercado audiovisual.

2. Tiempo en salas

Las cifras anuales evidencian el decrecimiento de los espectadores del cine nacional con respecto al cine estadounidense, en donde las películas internacionales acaparan la atención del grueso de los espectadores en Colombia, por lo tanto, los exhibidores no hacen ninguna inversión exhibiendo películas colombianas.

El panorama recurrente con el que debe lidiar la exhibición del cine nacional es el corto tiempo que los exhibidores proyectan una película colombiana en sus salas, sin darle la oportunidad al público de asistir al cine nacional, los exhibidores apoyan su decisión en las cifras sobre el consumo por parte de los espectadores. Adicionalmente, el impacto sobre los bajos ingresos de las películas afectan tanto al exhibidor como al Fondo de Desarrollo Cinematográfico, cuyos estímulos se nutren del éxito que tengan los largometrajes en salas, es decir que los malos resultados de una película colombiana afectan toda la cadena del negocio (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017).

La manera en como está articulado el modelo plantea un absurdo del modelo, teniendo en cuenta que mantener películas colombianas en cartelera no favorece a los exhibidores ni al negocio, ya que estas no representan números favorables de

espectadores y taquilla, al no tener buenos resultados también afecta la posibilidad de hacer más películas ya que parte del recaudo va dirigido al Fondo, pero son finalmente los largometrajes del Fondo los que no están teniendo acogida por el público.

3. Accesibilidad

Otra de las dificultades que afronta el cine nacional es la falta de presencia de películas nacionales en ciudades intermedias, donde muchas veces los largometrajes nacionales no llegan. En base a ello el Ministerio de Cultura integra un estímulo en el 2016 para los distribuidores enfocado en la presencia del cine nacional en ciudades intermedias, aún no se puede evaluar los resultados de la medida, pero es necesario la creación de más políticas que apoyen la circulación y alcance en áreas que no cuentan con la accesibilidad (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017).

Sumado a ello, la exhibición del cine nacional se concentra no sólo en las ciudades principales sino que también está enfocada en los estratos más altos, la accesibilidad al cine colombiano (a excepción de las comedias populares) entonces se convierte en algo distante y burgués en donde las clases de estrato socioeconómico bajo no tienen el mismo acceso. En base a ello el Ministerio de Cultura elabora propuestas de cultura para fortalecer la accesibilidad, sin embargo ni siquiera se ha lanzado la prueba piloto para evaluar la propuesta.

2. Incongruencia en la oferta

A lo largo de los años el Ministerio de Cultura ha gestionado la creación de más salas de cine, como se ve en la *Figura 8* anualmente la infraestructura de las salas crece pero paradójicamente esto no repercute en la oferta de cine nacional. El cine autoral nacional es exhibido en muy pocas salas de cine ubicadas en lugares distantes para ciertas clases sociales.



Figura 8. Salas de cine en Colombia 2009-2016

Fuente: (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016, p. 5)

Es incongruente que crezca la infraestructura pero no la oferta sobre los teatros, se siguen inaugurando salas anualmente pero con el objetivo de poner la misma cartelera en vez de ofrecer cine nacional y apoyar el crecimiento de la industria.

6.1.3.2.2. Distribuidores

Según las cifras del Ministerio de Cultura y Dirección de Cinematografía (2016), actualmente 7 distribuidoras generan el grueso de ingresos de la taquilla adquiriendo el 92.6% y el 91.7% de los asistentes a salas de cine. Estados Unidos tiene representantes en Colombia quienes están encargados de distribuir las películas que ellos representan, que finalmente son el grueso de las películas vistas por los colombianos.

Las 3 distribuidoras que generaron más ingresos durante el 2016 son: Buenavista (Disney) quien en Colombia está representada por Cinecolor Films, registró el 24.2% de la taquilla y el 23.3% de los asistentes a salas proyectando en total 16 películas en el 2016. Seguido a Buenavista está Warner Bros, quien está representado por Cine Colombia y quien en el 2016 generó el 21.3% de taquilla y el 20.8% de espectadores. Cine Colombia también es representante de Fox, quien representa el tercer lugar y quien generó el 17.4% de la taquilla y el 16.9% de los espectadores (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016).



Figura 9. Participación sellos 2016

Fuente: (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016, p. 35)

Empresas distribuidoras

Como se ve en la *Figura 9*, Cine Colombia quien representa Fox, Warner y películas independientes (nacionales e internacionales) genera el 48.8% de la taquilla y el 48.5% de los espectadores en el 2016. United International Pictures UIP generó el 20.5% de la taquilla y el 21% de los espectadores representando a Universal, Columbia, Paramount y algunas películas nacionales. La tercer distribuidora en generar más ingresos es Cinecolor Films quien representa Disney y algunas películas independientes, generando un 25.3% en la taquilla y un 24.4% en espectadores (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016).

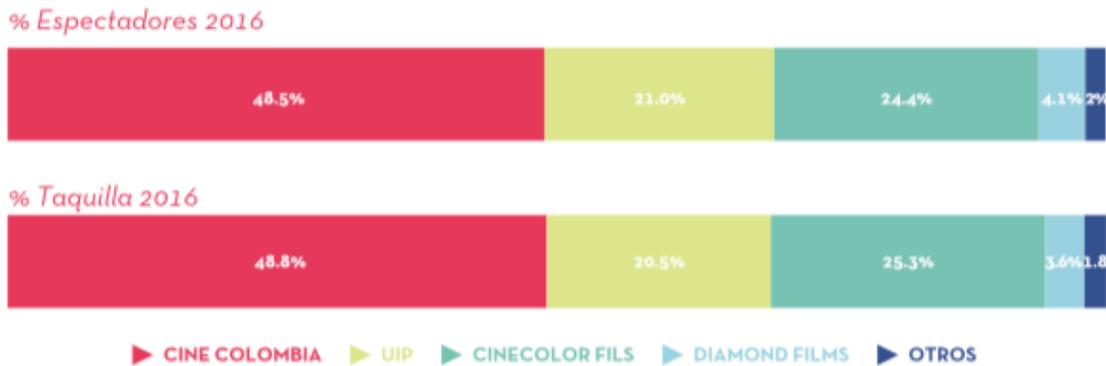


Figura 10. Participación empresas distribuidoras 2016

Fuente: (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016, p. 36)

En cuanto al panorama de distribución del cine nacional, durante el 2016 las películas fueron distribuidas a través de 7 empresas: Cine Colombia, Diamond Films, UIP, Cinecolor Films, Royal Films, Cineplex y Procinal. Las distribuidoras que más generaron ganancias fueron: Cine Colombia quien recaudó 53.6% de taquilla y de espectadores, seguido a ella Diamond Films con 20.6% de taquilla y 21.6% de espectadores y UIP con 17.8% en taquilla y 17.2% de espectadores. Durante este año 9 películas fueron distribuidas directamente por el productor (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016).

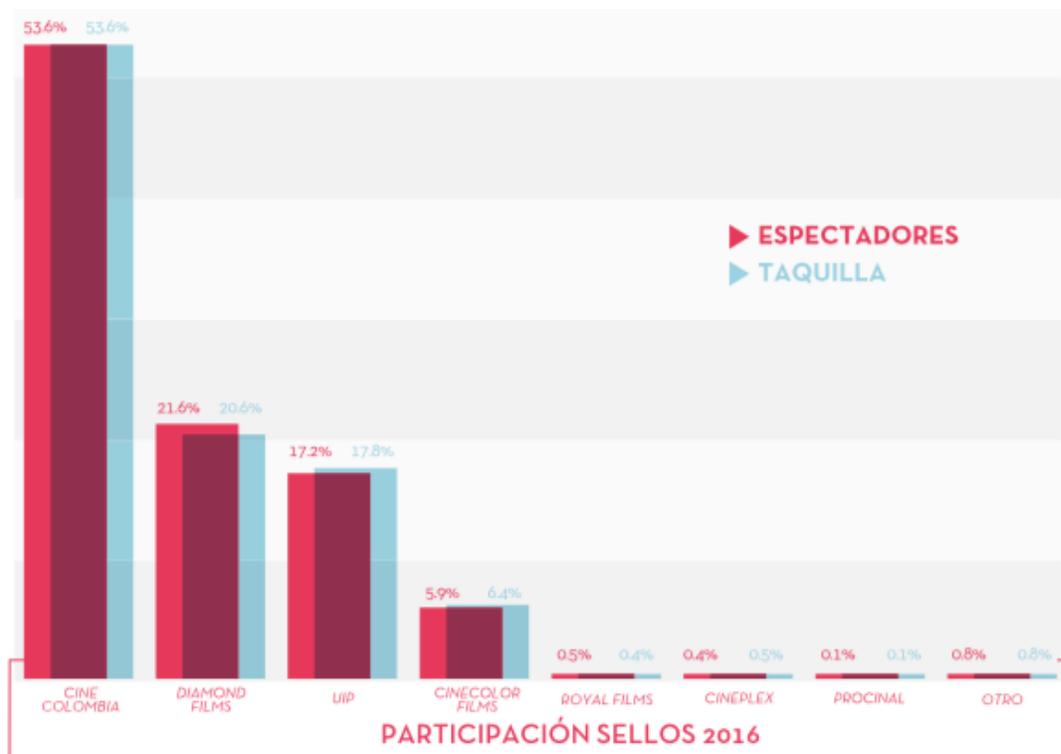


Figura 11. Participación sellos, distribución cine colombiano 2016

Fuente: (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016, p. 37)

1. Acaparar la oferta

Cuando las dinámicas del mercado dependen de pocas empresas, el consumo se ve mediado por los comportamientos y decisiones que estas ejercen. En el panorama actual el cine nacional se ve debilitado por las empresas de Estados Unidos, quienes acaparan gran parte de la oferta con su cinematografía.

Parte del problema proviene de los distribuidores, quienes fortalecen el oligopolio hollywoodense. Durante años la industria cinematográfica estadounidense se ha apoderado de las salas, y en contraposición los contenidos de otros países es casi nulo. La oferta colonizada repercute en la manera en cómo los espectadores se han educado audiovisualmente, lo que afecta notablemente el consumo y a su vez incide en el comportamiento de los exhibidores con respecto a la oferta nacional.

2. Oligopolio

El panorama con respecto a los distribuidores es similar al de los exhibidores, en donde existe un oligopolio el control que ejercen las empresas y su comportamiento repercuten en los modelos de negocio. Las cifras del cine en Colombia evidencian el panorama desalentador para el cine nacional, en parte debido a las consecuencias del comportamiento de los distribuidores a la hora de ofertar productos.

6.1.3.2.3. Espectadores

Las cifras del panorama nacional de cine evidencian un constante crecimiento sobre la asistencia de espectadores a salas de cine, este comportamiento ha sido progresivo en donde el aumento presentado en los últimos 9 años corresponde al 186%, rompiendo el record en el 2016 con 61 millones de asistentes, esto significa un incremento del 4.4% en comparación con el 2015 (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016).

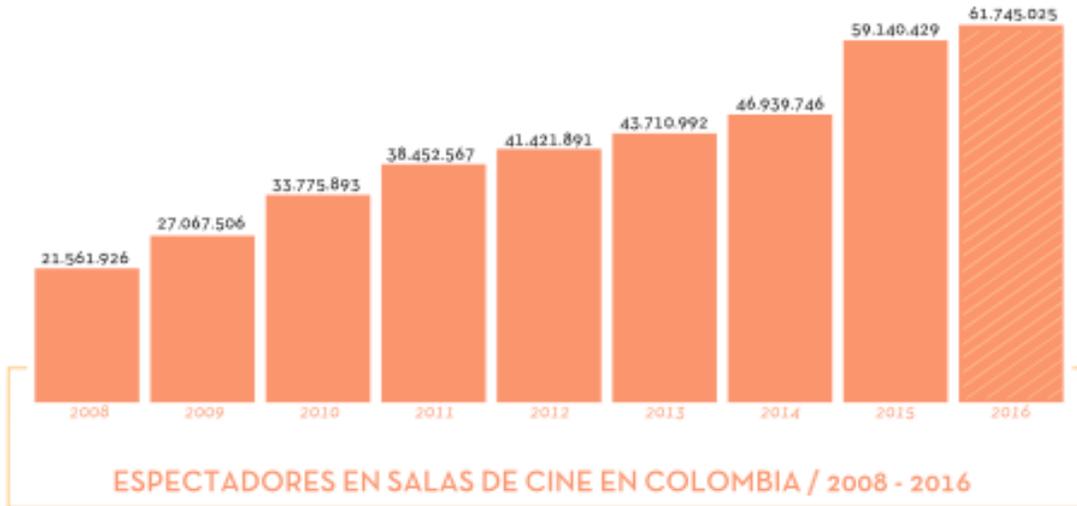


Figura 12. Espectadores en Colombia 2008-2016

Fuente: (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016, p. 22)

De las 20 películas con más espectadores y taquilla estrenadas en el 2016, la nacionalidad de 19 de ellas es estadounidense y 1 colombiana, 9 son películas animadas y las 11 restantes son ficción. El monto total de espectadores que reunieron estas 20 películas es de 31'722.720 es decir el 51% de los espectadores generados en el 2016 (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016).

Por otra parte, según las cifras del Anuario (2016) del Ministerio de Cultura y Dirección de Cinematografía, las películas colombianas registraron en total 4'791.703 espectadores, esto corresponde al 7.8% del total de asistentes a cine durante el año 2016. En comparación con otros años, se rompe el record de asistentes que se acercan a ver cine nacional. El comportamiento por parte de los espectadores en el caso del cine nacional, ha presentado crecimiento y decrecimiento de forma cíclica en los periodos comparados desde el 2008 al 2016, aunque en los últimos años se presenta un crecimiento constante, sin embargo se debe tener en cuenta que las cifras presentadas suman los resultados de comedias populares, películas que representan el 90% de la taquilla.

Como se puede ver en la *Figura 13*, el comportamiento entre el 2008 y 2009 con respecto al 2012 y el 2013 es similar, en donde se presenta un decrecimiento

promediado en un 40% de asistencia; a pesar de ello en los últimos tres años hay un crecimiento constante, en donde del 2014 al 2015 hay un salto del 55.4% y para el 2016 se presenta un crecimiento del 39.8% (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016).

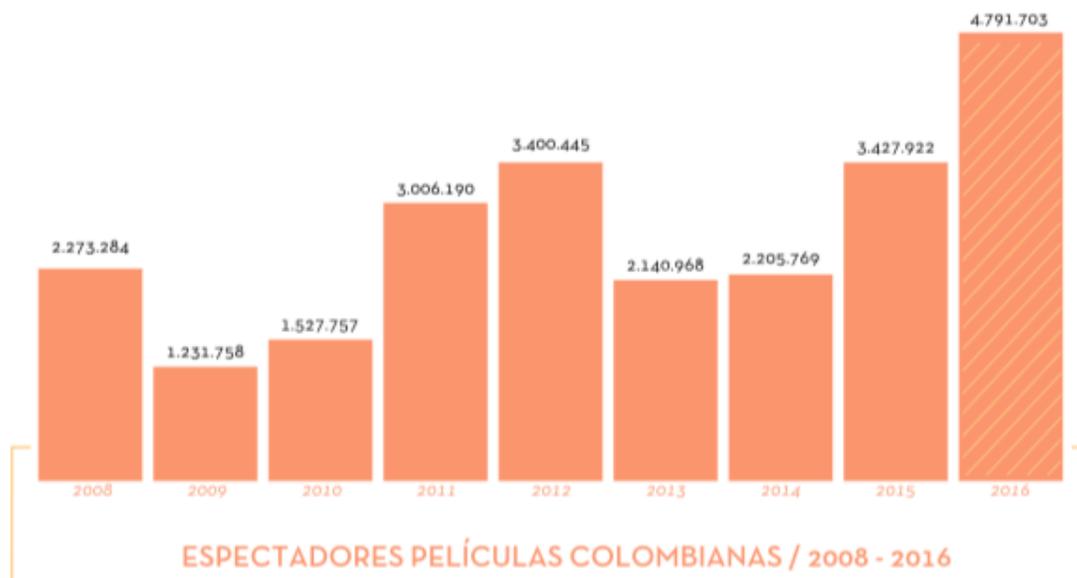


Figura 13. Espectadores cine nacional 2008-2016

Fuente: (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016, p. 22)

Películas exhibidas

Durante el año 2016 fueron estrenadas 299 películas, 41 de ellas colombianas y se re-estrenaron 16 películas. Las películas estrenadas representaron el 95% del total de los asistentes y la taquilla del año. La película “Finding Dory” de Disney fue la película que registró más taquilla y espectadores durante este año (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016).

Según el resultado de las películas estrenadas, en el top 20 se encuentran 9 películas animadas que representaron el 23,9% de los espectadores y taquilla del 2016, las 11 películas restantes son ficción. La nacionalidad del top 20 de películas estrenadas corresponde a 19 películas estadounidense y 1 colombiana: ‘El Coco’, que está en la posición número 14 y fue vista por 1.152.999 espectadores y alcanzó \$8.049 millones en taquilla (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016).

Tabla 5
Top 20 películas exhibidas 2016

TÍTULO EN ESPAÑOL	GÉNERO	NACIONALIDAD	ESPECTADORES	TAQUILLA	
				\$COL	\$USD
BUSCANDO A DORY	ANIMACIÓN	ESTADOS UNIDOS	2.783.899	23.746.755.570	7.777.101
BATMAN VS SUPERMAN: EL ORIGEN DE LA JUSTICIA	FICCIÓN	ESTADOS UNIDOS	2.503.182	24.657.436.285	8.075.350
EL CONJURO 2	FICCIÓN	ESTADOS UNIDOS	2.396.180	17.832.911.047	5.840.307
ESCUADRÓN SUICIDA	FICCIÓN	ESTADOS UNIDOS	2.219.918	21.156.961.347	6.928.939
CAPITÁN AMÉRICA: GUERRA CIVIL	FICCIÓN	ESTADOS UNIDOS	2.164.867	21.450.550.617	7.025.090
ZOOPIA	ANIMACIÓN	ESTADOS UNIDOS	2.054.829	17.715.723.875	5.801.928
LA ERA DE HIELO CHOQUE DE MUNDOS	ANIMACIÓN	ESTADOS UNIDOS	2.000.836	17.830.131.087	5.839.397
EL LIBRO DE LA SELVA	ANIMACIÓN	ESTADOS UNIDOS	1.933.615	17.309.747.821	5.668.970
LA VIDA SECRETA DE TUS MASCOTAS 3D	ANIMACIÓN	ESTADOS UNIDOS	1.612.945	13.296.337.252	4.354.572
X-MEN: APOCALYPSIS	FICCIÓN	ESTADOS UNIDOS	1.538.501	15.055.708.764	4.930.769
DEADPOOL	FICCIÓN	ESTADOS UNIDOS	1.309.395	10.677.648.466	3.496.947
MOANA: UN MAR DE AVENTURAS	ANIMACIÓN	ESTADOS UNIDOS	1.275.131	10.181.168.068	3.334.349
KUNG FU PANDA 3	ANIMACIÓN	ESTADOS UNIDOS, CHINA	1.216.225	10.803.562.903	3.538.184
EL COCO	FICCIÓN	COLOMBIA	1.152.999	8.049.392.801	2.636.189
UN GRAN DINOSAURIO	ANIMACIÓN	ESTADOS UNIDOS	1.108.174	9.708.542.048	3.179.563
ALICIA A TRAVÉS DEL ESPEJO	FICCIÓN	ESTADOS UNIDOS	1.003.059	9.197.494.580	3.012.194
DOCTOR STRANGE: HECHICERO SUPREMO	ANIMACIÓN	ESTADOS UNIDOS	978.635	9.501.057.273	3.111.612
ANIMALES FANTÁSTICOS Y DÓNDE ENCONTRARLOS	FICCIÓN	ESTADOS UNIDOS, REINO UNIDO	943.650	8.647.927.834	2.832.210
DÍA DE LA INDEPENDENCIA CONTRAATAQUE	FICCIÓN	ESTADOS UNIDOS	941.773	9.296.556.730	3.044.637
CIGUEÑAS	ANIMACIÓN	ESTADOS UNIDOS	870.179	6.700.056.182	2.194.279
TOTAL TOP 20 EXHIBIDAS 2016			32.007.992	282.815.670.550	92.622.591

Nota: Fuente. (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016, p. 99)

En cuanto a las películas nacionales, se estrenaron 41 largometrajes de los cuales 9 fueron documentales y los 32 restantes son ficción, los resultados en taquilla y espectadores por parte de los documentales corresponden al 0.5%. Adicionalmente, en el 2016 se presentó el catálogo de cine colombiano, que contiene películas estrenadas en años anteriores, en este caso las películas del catálogo más vistas fueron 'Uno al año no hace daño 2' con un total de 722.710 espectadores y \$5.367 millones de pesos, y el largometraje 'El abrazo de la serpiente' que alcanzó 342.274 espectadores y una taquilla de \$2.903 millones, las películas restantes registraron un total de 12.205 espectadores y \$52 millones de pesos (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016).

Según las cifras del Anuario (2016), el total de espectadores alcanzados por el cine nacional en el 2016 fue de 4'791.703 que equivalen al 7.8% del total de espectadores, en la taquilla se recolectó un total de \$35.396.949.394 millones de pesos correspondiente al 6.6% del total de recaudo.

Tabla 6*Películas colombianas exhibidas 2016*

Películas colombianas exhibidas 2016			
	Título	Espectadores	Taquilla
1	El coco	1152999	8049392801
2	Agente ñero ñero 7	733790	5106876212
3	Usted no sabe quien soy yo	638157	4818050932
4	El paseo 4	563232	4180191429
5	Malcriados	139034	1091252023
6	Polvo Carnavalero	109918	858130756
7	El lamento	59411	401054048
8	El soborno del cielo	44499	375228726
9	La semilla del silencio	39925	320369399
10	Jericó el infinito vuelo de los días	22796	204605750
11	Los nadie	22221	172889050
12	Saudó	20436	151040523
13	Fragmentos de amor	18873	162542859
14	Anna	17918	157533972
15	Cinco	17410	162591882
16	Pasos de Héroe	14886	79109500
17	Todo comenzó por el fin	9793	97408400
18	Pariente	8835	71354650
19	Las malas lenguas	8577	78889600
20	Eso que llaman amor	7511	61627400
21	Malos días	6863	56935300
22	Presos	6756	61012600
23	Lamentos si la escuchas mueres	6071	45629650
24	Siembra	6003	42954300
25	Destinos	5836	47255950
26	Dos mujeres y una vaca	5252	41392750
27	Magallanes	4268	39828750
28	Chaman el último guerrero	4249	25242050
29	Aislados	3527	26810350
30	Oscuro animal	3222	21882550
31	Paciente	3003	19053150
32	Los asombrosos días de Guillermino	2689	11832000
33	La selva inflada	2390	12629000
34	Home - El maíz de la ilusión	1289	6038500

35	No todo es vigilia	791	3894000
36	Hombres solos	745	4030000
37	Ati Mindhiwa	424	2629900
38	La luciérnaga	388	2403000
39	Matachindé	220	1569500
40	Moria	181	993000
41	Ciudad sin sombra	126	813500
	Catálogo Uno al año no hace daño 2	722710	5366838347
	Catálogo El abrazo de la serpiente	342274	2903442185
	Catálogo cine colombiano	12205	51699150
	TOTAL	4791703	35396949394

Nota: Basado en (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016, p. 105)

Según los resultados expuestos en la *Tabla 6*, se identifican situaciones con respecto al consumo por parte de los espectadores en Colombia, ya que el contexto del cine nacional en el país tiene diferentes particularidades que son necesarias analizar:

1. Consumo

A pesar de las cifras que presume el Ministerio de Cultura y Dirección de Cinematografía con respecto al crecimiento del cine en Colombia, el aumento no es significativo con lo que respecta al público colombiano en el cine nacional, teniendo en cuenta que en promedio a cada película colombiana entran 116.871 personas, y que por otro lado el promedio de espectadores por cada película estrenada por Disney es de 852.134 (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016). La situación contrariada que se presenta actualmente en Colombia y en la mayoría de cinematografías del mundo (con contadas excepciones como Corea, la India o Nigeria), es la preferencia de los espectadores sobre las películas ofrecidas por los grandes estudios y el desinterés en el cine nacional, es pertinente el análisis sobre la recepción del público ya que es fundamental entender a los espectadores para que el cine como industria exista.

Adicionalmente, el promedio por película colombiana se ve beneficiado gracias a grandes éxitos en taquilla como las comedias populares, que logran competir con los grandes estrenos que ofrece Estados Unidos, alcanzando abarcar gran parte de la taquilla y espectadores (Cinematoteca Distrital - IDARTES, 2017). Las 6 películas más taquilleras en el año 2016, son comedias que representaron el 90% de la taquilla, dichos resultados ayudan a enaltecer las cifras del cine nacional y la industria colombiana; sin embargo, cuando al promedio no se agregan esos escasos casos de éxito, la media de asistencia a películas colombianas es cada vez más baja.

A pesar que en el panorama actual se presenten casos de éxito, como el caso de las comedias populares, estas tienen un contenido que no logra permear en una reflexión del contexto ni en la historia del cine, teniendo la consecuencia alterna de no ser bien percibidas por los críticos.

“No queremos ser más inteligentes que el público, no queremos mostrar qué tan virtuosos, complicados o profundos podemos llegar a ser.” (Pinzón, 2016)

Pese al desinterés de crear un diálogo y una reflexión con el público, los resultados en la taquilla y espectadores evidencian que el modelo planteado por las comedias populares, en su mayoría realizadas por Dago Producciones, funciona y es por ello que los largometrajes de este género repercuten en el catálogo anual del cine colombiano.

En el resultado del contexto actual sobresale el caso del largometraje ‘El abrazo de la serpiente’, película que fue beneficiada por el FDC y es un caso de éxito según los resultados de la taquilla y el número de espectadores alcanzados. Sin embargo hay que recordar que este caso se da gracias a su nominación a los premios Óscar, convirtiéndose en la primer película nominada a los premios. La película en el 2015, su año de estreno, alcanza los 111.528 espectadores y durante el 2016, tras su reconocimiento, alcanza 342.274 espectadores (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016).

La dinámica y los resultados en el panorama actual sobre el consumo por parte de los espectadores deja entrever las siguientes cuestiones:

- A. En la actualidad los resultados evidencian que el modelo planteado por las comedias populares funciona, sin embargo las películas beneficiadas por el FDC no son atractivas para el público colombiano. Dichos resultados permiten cuestionar la labor del Fondo al escoger los proyectos a beneficiar, quien a pesar de los esfuerzos no logra encontrar una comunicación con el público colombiano.
Si bien el fenómeno del largometraje ‘El abrazo de la serpiente’ significó la visibilidad y resultados positivos, este representa 1 caso de éxito entre la gran cantidad de películas beneficiadas por el FDC, y a pesar de sus resultados positivos no logra competir con las comedias populares.
- B. Según los resultados desalentadores sobre el consumo de cine nacional, la cuestión para los realizadores es cómo llegar a un público al tratar un género distinto a las comedias populares. Al analizar la taquilla independiente de la nacionalidad, es evidente que existe un público interesado teniendo en cuenta que el número de asistentes anuales son 61 millones, pero para abordarlo es necesario estudiar cuáles son las tendencias y preferencias; por ejemplo, del top 20 de películas 9 de ellas son animación que representaron el 23,9% de los espectadores (más que el total alcanzado por las 41 películas nacionales), de las películas nacionales

ninguna de ellas es largometraje animado, es decir que hay un interés inexplorado por parte de los realizadores nacionales.

- C. Se debe tener en cuenta que las comedias populares dentro de su elenco utilizan actores televisivos reconocidos, sumado a ello están realizadas con el apoyo de canales de televisión y empresas exhibidoras, que tienen a su disposición publicitar la película en sus ventanas. La pregunta que surge de este caso es si los espectadores que asisten a las comedias populares lo hacen por el contenido o por el mecanismo de publicidad y *star system*.

2. La doble colonización

Por un lado en el caso del cine nacional, encontramos que durante los últimos años hay un crecimiento en la participación de películas nacionales en festivales internacionales que se consideran importantes, logrando tener una visibilidad en artículos y espacios de la industria y la crítica. Contrario a ello, cuando las películas aclamadas por la crítica llegan a las salas de cine no reciben la misma reciprocidad por parte del público, quienes al parecer no se sienten identificados por lo que ven.

“En la actualidad, las películas que se están produciendo no están logrando entrar en un diálogo nacional y el aparato de representación solo logra generar reflexión y polémica en unos pequeños nichos. “ (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017, p. 15)

A pesar de que la situación se presenta de manera recurrente, parte de los cineastas no buscan la reconstrucción del diálogo con el público, sino que por el contrario se enfocan en el aval por parte de los países dominantes o las miradas “prestigiosas” de la industria cinematográfica, haciendo un cine que busca cumplir con los estándares de la crítica europea convirtiendo así el cine en una colonización auto-infligida (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017).

Sumado a ello, la colonización no sólo se ve por parte de los cineastas, también hay un público colombiano que durante años ha consumido productos audiovisuales y cinematografía en su mayoría estadounidense, por lo tanto está acostumbrado a un lenguaje y una dinámica que dificulta la creación de un lenguaje propio. Cabe recordar que de las 20 películas con más espectadores y taquilla estrenadas en el 2016 la nacionalidad de 19 de ellas es estadounidense y 1 colombiana, lo que denota un problema de oferta como se mencionaba anteriormente, que finalmente repercute en el comportamiento por parte de la población colombiana ,que termina por afectar el consumo nacional.

3. El punto Intermedio

Durante años, el cine colombiano no ha encontrado el punto intermedio de esos dos extremos anteriormente mencionados, esto principalmente porque no hay ningún interés en conectar audiencias y tener éxito dentro de la crítica, cuestión

que ha logrado otros países latinoamericanos alcanzando cumplir con ambos objetivos.

“El problema con el cine colombiano es que pareciera no haber logrado encontrar un tipo de narración intermedia, que conecte y dialogue con el público, cuya calidad lo haga trascender en el tiempo.” (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017, p. 17)

Parte del problema corresponde al poco análisis de la información, lo que trae como consecuencia el desconocimiento por parte de los productores y realizadores con respecto a su público, lo que se traduce en falta de instrumentos para esquematizar un plan de construcción de ese punto intermedio.

4. Comportamiento

El comportamiento por parte de los espectadores se ve modificado por la era digital, lo que significa un cambio en el consumo sobre los escenarios tradicionales, esta transformación determina los rituales en torno a los espacios de consumo y afecta las cifras de audiencia. Contrario a lo esperado, según las cifras el consumo digital aparentemente no afecta la asistencia por parte de los espectadores a salas de cine. Paradójicamente al analizarlo detalladamente, en el escenario actual el público ha dejado de asistir a películas nacionales, opuesto a ello las cifras del cine comercial han aumentado.

Tabla 7

Comparativo películas más vistas y menos vistas 2016

Películas exhibidas 2016						
N o	Más vistas			Menos vistas		
	Título	Género	Espectadores	Título	Género	Espectadores
1	Buscando a Dory	Animación	2.783.899	Ciudad sin sombra	Ficción	126
2	Barman VS Superman	Ficción	2.503.182	Moria	Ficción	181
3	El conjuro 2	Ficción	2.396.180	Matachindé	Documental	220
4	Escuadron suicida	Ficción	2.219.918	La Luciérnaga	Ficción	388
5	Capitán América guerra civil	Ficción	2.164.867	Ati y mindhiwa	Documental	424
6	Zootopia	Animación	2.054.829	Hombres solos	Documental	745
7	La era de hielo choque de mundos	Animación	2.000.836	No todo es vigilia	Documental	791

8	El libro de la selva	Animación	1.933.615	Home - el país de la ilusión	Documental	1.289
9	La vida secreta de tus mascotas	Animación	1.612.945	La selva inflada	Documental	2.39
10	X-Men	Ficción	1.538.501	Los asombrosos días de guillermo	Ficción	2.689

Nota: Basado en (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016, pp. 99-105)

Haciendo un comparativo con las 10 películas más vistas y menos vistas durante el 2016, teniendo en cuenta que durante este año las películas más vistas son de animación y de súper héroes, se puede inferir que las salas de cine aún ofrecen experiencia social y lúdica para ciertos géneros cinematográficos, creando una experiencia basada en la monumentalidad.

Se puede hacer la hipótesis que el público no prefiere las salas de cine para ver un cine autoral, como consecuencia los espectadores se trasladan a escenarios más íntimos en la comodidad del hogar para acceder a contenidos con un corte más reflexivo, lo que concluye un nuevo ritual de consumo. Un ejemplo de ello es el caso de la película 'La Sirga' de William Vega que tiene un corte autoral, proyecto que propone un primer acercamiento al público a través de su estreno en línea que registra 150.000 espectadores en el 2012 (Revista Arcadia, 2012), y para el 2016 es la película más vista en la plataforma 'Retina Latina', a pesar de su éxito en línea en taquilla registra apenas 20.418 espectadores.

La industria cinematográfica se enfrenta con el cambio de comportamiento y las nuevas posibilidades que ofrecen los nuevos medios, en donde en la actualidad crece la oferta de seriados con formatos cinematográficos, con actores y realizadores provenientes en su origen del cine, que terminan por acaparar un alto rango de audiencia. Habrá que analizar en un futuro cercano si estos nuevos formatos afectan la manera en que el espectador consume formatos cinematográficos, y cómo se mediarán los nuevos comportamientos en la cadena de producción.

6.1.3.2.4. Taquilla

Como se mencionaba anteriormente, el crecimiento de la taquilla es consecuente con el crecimiento de asistencia por parte de los espectadores, en donde el incremento corresponde a un 224% adicional comparado con el recaudo de hace 8 años, que concluye con el ingreso total de \$530.991 millones de pesos en el 2016 (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016).

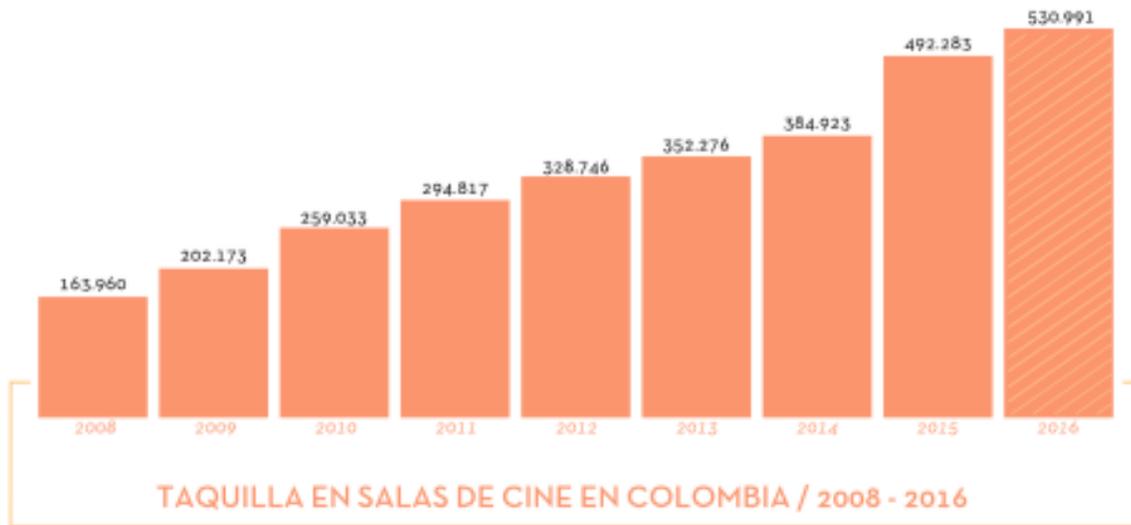


Figura 14. Taquilla en Colombia 2008- 2016

Fuente: (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016, p. 22)

Como a continuación se puede ver en la *Figura 15*, las cifras correspondientes al recaudo de taquilla del cine nacional presentan un comportamiento cíclico, consecuente con los resultados sobre el número de espectadores de películas colombianas. Del 2014 al 2016 se ha presenciado un crecimiento constante, en donde el 44.6% del total de la taquilla se ha recaudado durante esos tres últimos años. El total del recaudo de taquilla en el 2016 fue de \$35.396 millones, que representa un crecimiento del 43.4% en comparación al año 2015.



Figura 15. Taquilla películas colombianas 2008- 2016

Fuente: (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016, p. 22)

En cuanto al precio que pagan los espectadores para asistir a películas nacionales, el promedio de la boleta es de \$7.387 en el 2016, esto equivale a \$1.213 pesos

menos que el precio promedio de la boleta total. Adicionalmente, según el promedio la boleta que paga cada espectador para acceder a las comedias populares es de \$7.200 (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016), género que significa el 90% de la taquilla del cine nacional, de esto se puede deducir que gran parte el público de menor capacidad adquisitiva es el que más asiste a las películas de comedia popular.

6.1.3.2.5. Promoción

Parte del problema sobre la distribución y exhibición del cine nacional proviene desde la promoción de las películas, ya que hay desconocimiento y desinterés por parte de los productores en la búsqueda y conocimiento sobre las estrategias de distribución y exhibición (que incluso deben diseñarse desde los inicios del proyecto) (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017). En la actualidad al estrenarse las películas, el público difícilmente se entera, lo que hace aún más difícil llevar los espectadores a las salas, esto queda evidenciado tangiblemente en el número de espectadores y en la taquilla recaudada.

A su vez, el desconocimiento proviene en parte por la falta de instrumentos que ofrece el Estado, ya que no provee ni métodos o preparación para hacer más factible el proceso. En el caso del Estímulo Integral del FDC, (que provee beneficios para todas las etapas del audiovisual incluyendo la exhibición y distribución) no es posible conocer aún los resultados porque las películas hasta ahora se están realizando, lo que evidencia la inexperiencia tanto del Estado como de los productores en una industria que apenas se construye.

“Claudia Triana (Directora de Proimágenes) es consciente de que el estímulo a la promoción que otorga el FDC debe replantearse, porque no existe una estrategia clara por parte de los productores” (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017)

Es imperante que la construcción de métodos de promoción resuelvan las siguientes líneas que se concluyen en el análisis de producción:

1. Educación

Es necesario que el productor tenga conocimiento y una previa preparación al llegar a esta etapa, ya que en la mayoría de los casos no se tiene en cuenta la promoción desde el desarrollo. Se desconoce cómo desde sus inicios el proyecto debe plantear una ruta de promoción, para crear atención y construir una base de seguidores, es también imprescindible que el productor entienda que esta etapa conlleva costos que deben preverse desde la construcción del presupuesto y el plan de financiación.

Esta necesidad debe partir desde las Instituciones académicas que forman futuros productores, desde las políticas y los instrumentos que puede ofrecer el Estado para generar más formación y conocimiento para la creación de métodos de

promoción. A su vez, es imperante el análisis e investigación del medio y de casos que han funcionado para tomar en base la experiencia y modificarla de acuerdo a las necesidades y el contexto nacional.

2. Nuevos medios

Actualmente, la manera como se entiende la promoción de la películas es anacrónica teniendo en cuenta lo que ofrece la tecnología, que trae consigo la posibilidad de acceder a una multitud de internautas dispersos. Muchas redes sociales y plataformas generan facilidades para acceder y entender el comportamiento de los usuarios, pero a pesar de ello es usual que no haya un estudio de mercadeo en base a dichos comportamientos. Las nuevas políticas deberían desarrollarse en pro al uso de herramientas preexistentes, que ofrecen la facilidad del acercamiento con el público objetivo y el análisis de las conductas al exponer un contenido al público.

Hoy en día la promoción debe incluir, como se menciona anteriormente, la identificación de los conceptos claves del proyecto con el objetivo de hacer visibles noticias que traten sobre la temática abordada, esto de manera recurrente para crear con antelación atención sobre el tema. Así mismo, es pertinente que el elenco protagónico empiece a ser visible en otras noticias lo que hace que su rostro sea importante en el imaginario de un público.

3. Investigación del público Objetivo

Parte esencial de la promoción es el conocimiento sobre el público objetivo, para desarrollar estrategias y materiales enfocados en sus comportamientos, es por ello que parte de la promoción incluye el uso del *Big Data* con el objetivo de identificar nichos para dirigir la atención de las noticias y conceptos en los entornos digitales, estimulando su atención previamente a la aparición del audiovisual, especialmente ahora que las plataformas y dispositivos permean en los espacios habituales de las personas.

Sumado a ello, es necesario los estudios de audiencias a través de la investigación para entender los nuevos escenarios en donde se desarrolla el público objetivo y sus comportamientos.

6.1.3.2.6. Cortometrajes en salas

El proceso de exhibición en salas aporta una cuota, administrada por el Fondo de Desarrollo Cinematográfico, en donde los exhibidores aportan el 8.5% de los derechos de exhibición de películas extranjeras y reciben una reducción del 6.25% de la cuota al proyectar cortometrajes nacionales (Ministerio de Cultura, 2003).

En el 2017 se crea la Convocatoria permanente de cortos, que entra en vigencia en el 2018, la medida tiene tres principales objetivos: aumentar la compra de

cortometrajes por parte de los exhibidores, regular la venta de proyectos (teniendo en cuenta que algunos exhibidores realizaban cortometrajes y se los compraban a ellos mismos, sacando provecho de la normativa) y garantizar la calidad de los proyectos.

Los objetivos se regulan teniendo en cuenta que a partir del 2018 los exhibidores que quieran hacer válida la deducción pueden exhibir sólo 1 cortometraje por mes (en años anteriores se podía exhibir 1 cortometraje por dos meses), esta medida garantiza la compra del doble de cortometrajes anuales. Así mismo ningún exhibidor puede ser productor de un proyecto que sea exhibido y para garantizar la calidad de proyectos se define un comité curador (Proimágenes Colombia, 2018).

En el 2016 de los 39 exhibidores existentes 21 de ellos solicitó la exención de impuestos por la compra de cortometrajes, es por ello que se calcula en el 2018 se requieran 252 cortos (Proimágenes Colombia, 2018), pero a pesar del panorama alentador para la exhibición de cortometrajes en salas de cine la normativa tiene problemáticas perceptibles desde los inicios de la implementación.

1. Incongruencia en la tarifa

La metodología sobre la deducción de la cuota significa que del 8.5% que el exhibidor debe pagar sobre la taquilla sí adquiere cortometrajes nacionales podrá deducir 6.25% sobre esa cuota. A pesar del crecimiento que presenta la taquilla anualmente, los exhibidores siguen pagando los cortometrajes al mismo precio que hace 5 años, no obstante la taquilla ha aumentado un 38% en ese periodo de tiempo.

La tarifa para la venta de un cortometraje debería ser congruente según la taquilla, para el siguiente cálculo se tiene en cuenta la taquilla del 2016 pero cabe resaltar que anualmente esta crece:

Durante el 2016, según las cifras del Anuario (2016) del Ministerio de Cultura y Dirección de Cinematografía, el monto total recolectado fue de \$530.991 millones de pesos, de ese monto los exhibidores deben pagar el 8.5% es decir \$45.134 millones de pesos. Al acceder a la deducción, los exhibidores deben pagar el 2.25% es decir \$11.947 millones de pesos según los cálculos se ahorran \$33.187 millones de pesos. Si todos los exhibidores quisieran acceder a la deducción se necesitarían comprar 468 cortos, si sobre lo que se ahorran quieren lucrarse con el 50% esto da un total de \$16.593 millones de pesos, lo que significa que cada corto (si compran los 468 cortos) debería venderse en \$35 millones de pesos, sin embargo la tarifa ofrecida por un cortometraje oscila de \$1 millón a como máximo \$15 millones de pesos por cortometraje.

En el panorama actual se debe tener en cuenta que son 5 los exhibidores que manejan el oligopolio de la industria, controlando el 96.4% de la taquilla. Como se mencionaba anteriormente, al ser un oligopolio tienen poder sobre las decisiones del mercado, incluyendo lo ofrecido a pagar por cada corto. Estos exhibidores

ofrecen de \$5 millones a \$15 millones por cortometraje, aunque no sea una tarifa justa al ser los montos más altos en el mercado estos exhibidores son los primeros en conseguir los cortometrajes para exhibir anualmente. Entonces son 60 los cortos que consiguen los montos más altos por su venta, los 192 cortos restantes serán vendidos entre de \$1 a \$3 millones de pesos, lo que evidencia que a pesar del crecimiento sobre la demanda no hay equidad ni congruencia sobre la venta de los cortos.

Se concluye que los exhibidores son quienes controlan la tarifa a la hora de acceder a los cortometrajes, y no son honestos ni congruentes a la hora de pagar por los productos teniendo en cuenta el monto que se ahorran. La falta de información por parte de la Dirección de Cinematografía sobre las cifras y precios de venta en concordancia con los números, permite a los exhibidores beneficiarse del desconocimiento de los productores, que podrían presionar el mercado al alza negándose a vender por debajo de una cifra mínima, en lo que podría constituir la primera huelga de cortos del país.

2. Exclusividad

Parte del decreto estipula que un cortometraje sólo puede venderse a un exhibidor, es decir es obligatorio que exista exclusividad, esto con el ánimo de crear más demanda de productos para que más cortometrajes se logren vender. Sin embargo, esta medida es contraproducente para muchos productores y para los exhibidores pequeños.

En años anteriores los productores podían vender su cortometraje a diferentes exhibidores, lo que significaba obtener más ganancias. A partir del 2018 sólo podrá venderlo una vez y los exhibidores no están pagando más, así que sus ganancias se verán fuertemente limitadas.

Sumado a ello, los pequeños exhibidores son los más afectados, ya que no pueden ofrecer las mismas tarifas que los 5 grandes exhibidores y debido a la exclusividad, los productores ya no se ven interesados en venderles cortometrajes, dado que no hay suficientes cortometrajes que cumplan los requisitos. Los oligopolios acapararon el mercado de cortos, así que a partir del 2018 les va a ser difícil acceder a la deducción y dependerán de la oferta anual.

3. La programación

A pesar de que el decreto se jacta de dar accesibilidad a cortos de cualquier género y cuya duración sea de 7 a 14 minutos, esto no es congruente con la programación de los exhibidores. En la logística de las salas, los cortometrajes que se compran deben ser accesibles para todos los públicos, ya que ellos compran uno por mes para todas las salas, y tener un corto que tenga alguna limitante en su clasificación es desacertado, ya que requiere otra logística (una logística bastante

simple pero que pueden omitir al tener un contenido para todo público), así mismo un cortometraje de 14 minutos les quitaría espacio para pautas comerciales.

Estos puntos tienen inferencia en los contenidos, ya que los cortometrajes que no sean familiares y tengan más de 9 minutos van a tener dificultad de ser comprados, lo que seguramente definirá su costo. Aunque se debe tener en cuenta que no se realizaran, así lo demanden, 252 cortos con temática para todo público, eso quiere decir que los exhibidores deben replantear su logística de programación de acuerdo a la demanda.

4. Mucha demanda poca oferta

Para acceder a la convocatoria es necesario que el proyecto sea reconocido como Producto Nacional, se estima que debido al decreto se necesiten 252 cortos en el 2018, sin embargo las cifras evidencian que hay mucha demanda y poca oferta.

Tabla 8
Reconocimiento Producto Nacional 2002-2016

AÑO RESOLUCIÓN	ANIMACIÓN	DOCUMENTAL	FICCIÓN	TOTAL
2002		1	6	7
2003			2	2
2004	5	13	6	24
2005		4	7	11
2006	2	10	14	26
2007	2	8	7	17
2008	4	10	11	25
2009	3	14	11	28
2010	3	31	15	49
2011	3	24	15	42
2012	7	37	23	67
2013	5	23	14	42
2014	4	27	15	46
2015	4	45	22	71
2016	10	27	34	71
	52	274	202	528

Nota: Fuente. (Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía, 2016, p. 78)

Como se ve en la *Tabla 8*, hasta el año 2016 se cuentan con 528 cortometrajes que cumplen con uno de los requisitos para acceder a la convocatoria de cortos. Se debe tener en cuenta que se deben cumplir con más requisitos y que gran parte de los cortometrajes ya han sido vendidos, aunque la cifra anual aumente, en el

mejor de los casos hay 70 cortometrajes disponibles para su compra, cuando son 252 cortometrajes los proyectos que se requieren para el 2018.

Es evidente que la ley aumenta la demanda, pero es necesario replantear la oferta y demás variables sobre la normativa, ya que no porque haya más demanda significa que los exhibidores están dispuestos a pagar más por ello.

5. Información

En primera instancia se estableció que el tiempo de los cortos debía ser de 7 a 9 minutos, pasado un tiempo (seguramente en respuesta a la alta demanda y la poca oferta) el tiempo pasó de 7 a 14 minutos, esto sin previo aviso, comunicado especial o anuncio. Sumado a ello, el decreto establecía su obligatoriedad a partir de enero del 2018, a finales de enero se modifica el decreto haciendo que este entre en vigencia en junio del mismo año, de nuevo la información fue modificada sin previo aviso y sin un comunicado especial. Esta clase de desinformación entorpece todo el flujo de trabajo, teniendo en cuenta que muchos trabajos buscan adecuarse a las normativas.

Así mismo es necesario para los productores entender cuál es el objetivo de la ley y cómo es el funcionamiento de la cuota para entrar en negociación, sin embargo las entidades no ofrecen los instrumentos necesarios para que los interesados se instruyan y saquen provecho de la normativa.

6.1.3.3. ANÁLISIS CANALES DE TELEVISIÓN

Actualmente la televisión a nivel mundial debe enfrentarse con las consecuencias que trae el consumo digital en los medios de exhibición tradicionales, en donde a nivel mundial con el pasar de los años se pierde cada vez más audiencia debido a la migración del público a nuevas plataformas.

A pesar del panorama desalentador para la televisión a nivel mundial, en Colombia el consumo es constante en donde en el 2016 el 92.8% de la población colombiana de 12 años y más consumió televisión, la variación en comparación al 2014 es mínima (DANE, 2016).

	Audiovisuales	%	Variación bial 2014-2016
	Televisión	92,8	-1,7
Edad	12 a 25 años	93,9	-1,6
	26 a 40 años	92,9	-2,0
	41 a 64 años	93,3	-2,0
	65 años y más	88,3	0,1

Figura 16. Consumo de televisión en Colombia 2016

Fuente: (DANE, 2016, p. 20)

Que el consumo en Colombia se mantenga enfocado en la televisión es un factor relevante a la hora de escoger los modelos de distribución y exhibición de un proyecto audiovisual.

1. Comportamiento

Uno de los efectos colaterales sobre la incidencia de los nuevos medios, es la migración de los espectadores al consumo digital. Esto debido a los beneficios que ofrece el consumo en internet, como la posibilidad de ver los contenidos que el espectador desee, en cualquier lugar, a la hora que desee, con la posibilidad de detener y retroceder; lo que tiene como consecuencia la reducción de consumo sobre la televisión.

Por el momento en Colombia las consecuencias no son perceptibles, sin embargo los llamados nativos digitales (quienes aún no son perceptibles en las encuestas del DANE) tendrán incidencia en el consumo audiovisual en algunos años a nivel nacional, deberían estudiarse los casos de otros países que tienen más incidencia en los medios digitales para prever las consecuencias que puede tener en los medios tradicionales.

6.1.3.4. ANÁLISIS INTERNET

El consumo digital conlleva una nueva dinámica en la distribución y exhibición, modificando los modelos de negocio y a su vez el comportamiento sobre el consumo por parte de los espectadores sufre un impacto, debido a las nuevas posibilidades que surgen de la navegación digital.

En Colombia el uso de internet sigue siendo menor que el consumo de televisión pero tiene un mayor crecimiento, en el 2016 pasó del 60.6%, cifra del 2014, al 66.9% en personas de 12 años y más, quienes descargan o ven películas o audiovisuales en línea (DANE, 2016).

Internet	%	Variación bienal 2014-2016
Usó Internet	66,9	6,3
Buscar, descargar o escuchar música en línea	66,6	0,0
Buscar, descargar o ver películas o videos en línea	57,8	9,2

Figura 17. Consumo de internet en Colombia 2016

Fuente: (DANE, 2016, p. 20)

En la actualidad apenas se empiezan a conocer las consecuencias del consumo y una nueva generación se forma audiovisualmente con nuevas dinámicas que afectan el comportamiento. A continuación se exponen cómo los comportamientos

provenientes de los medios digitales han tenido incidencia sobre las etapas y las posibles dificultades que representa la era digital en la distribución y exhibición.

“Muchos de los llamados nativos digitales crecen viendo películas y series internacionales vía internet, pero también consumen otro tipo de contenidos (...), su manera de leer y acceder a la pantalla es otra. Están construyendo otras narrativas y viendo otras estéticas, lo que inevitablemente impactará la producción, el consumo e incluso la identidad nacional” (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017, p. 20)

1. La inmediatez

Parte de las posibilidades que cambian el consumo es la inmediatez que ofrece la era tecnológica, en donde el espectador tiene la posibilidad de acceder a los contenidos de interés de manera rápida y fácil, esto conlleva a un constante crecimiento sobre la demanda que apenas es solventado por los realizadores. En los últimos años se ha visto el crecimiento del consumo de las series cuya realización se acerca a los estándares cinematográficos, las cuales son dirigidas por directores de cine y actores reconocidos en la industria cinematográfica, el consumo por los formatos de seriados va en constante crecimiento y una nueva generación se forma a través de dichos contenidos. Las consecuencias de la formación audiovisual no son tangibles aún, pero es necesario hacer un análisis sobre la manera en que estas nuevas necesidades provenientes de la era digital pueden llegar a afectar o beneficiar la industria cinematográfica en un futuro cercano.

2. Nuevos creadores

Un fenómeno proveniente de la posibilidad de crear contenidos de una manera fácil y rápida, es la creación de materiales cotidianos que resultan ser atractivos a un sin número de personas convirtiéndose en contenidos virales, lo que ha conllevado a que cierto nicho de personas empiece a ganar reconocimiento y seguidores gracias a los contenidos compartidos. Este nicho empieza a tener influencia sobre un público, lo que ha llamado la atención de marcas y empresas quienes han articulado una manera de publicitar sus contenidos a través de dichas personas.

La creación de estos nuevos modelos de negocio podrían repercutir en los patrones de distribución y exhibición, teniendo en cuenta que con la facilidad de crear contenidos y el acercamiento de los influenciadores hacia un público se puede sacar provecho para la promoción, pero también puede tener un efecto contrario en donde los consumidores nativos se forman a través de otras dinámicas de narración.

3. Acceso

A pesar de los cambios que ofrece la tecnología con sus respectivas problemáticas y beneficios, en Colombia el acceso al internet es limitado ya que su concentración

está en las principales ciudades, lo que conlleva a una afectación en la manera de distribuir y exhibir y en los estudios que pueden provenir de ello. Es así como parte de las estrategias de promoción y distribución pueden llegar a tener dos líneas de enfoque, en donde es necesario estudiar los comportamientos provenientes del consumo digital y el comportamiento de los espectadores que tienen un acceso limitado a la tecnología.

“La tecnología ha democratizado la circulación de contenidos, aunque también se ha incrementado la brecha de oportunidades entre los que tienen acceso a internet y a equipos y los que no” (Cinemateca Distrital - IDARTES, 2017, p. 22)

6.1.3.5. ANÁLISIS HOME VIDEO

A pesar de la falta de estudios con respecto al medio de distribución a través de Home Video, se deduce que la piratería es quien más utiliza este medio de distribución para aumentar su lucro. Pese a la consolidación de la piratería en el medio, algunas entidades han intentado fomentar su uso de manera legal bajando los costos de las películas originales para hacerlas más accesibles, pero a pesar de los intentos para regularizar el consumo, a nivel cultural es usual ver en los principales mercados ilegales las películas disponibles incluso cuando apenas llevan semanas en salas de exhibición.

Se debe tener en cuenta que en Colombia, las personas que tienen acceso limitado a internet encuentran la posibilidad de acercarse al cine a través de la piratería. En cuanto a infraestructura, de los 1.102 municipios en Colombia solo 60 tienen acceso a salas de cine, en este caso el consumo ilegal no es una dinámica de una deficiencia moral, sino una realidad del mercado. Las personas que ven una película pirata no la verían en cine porque no tienen acceso, así que no es un dinero que se iba a destinar a las salas de cine porque es un dinero que nunca se gastaría en ello. Sumado a ello, el cine representa en estos casos una manera accesible económicamente a una forma de entretenimiento, teniendo en cuenta los bajos costos de la piratería, una población con posibilidades económicas limitadas no puede acceder a una boleta de \$7.300 para 4 o 5 personas, es por ello que la mayoría de la población colombiana no asiste a salas de cine.

Es necesario replantear las políticas de distribución a través de este medio, ya que las películas que son accesibles a través de su venta a bajos costos son limitadas, y teniendo en cuenta la forma de consumo en Colombia este es un medio al que los productores podrían sacarle más provecho.

6.1.3.6. ANÁLISIS PIRATERÍA

Actualmente en Colombia este modelo se presenta tanto en soporte digitales como físicos, los DVD se venden en los comercios más concurridos del país y

digitalmente se puede tener acceso a los contenidos través de la ciberpiratería, escenario es cada vez más recurrente para los internautas.

Pero a pesar de ser un factor que genera polémica, este elemento ha sido inexplorado como modelo de distribución y promoción. A continuación se exponen los elementos que afectan positiva y negativamente la industria.

1. Mecanismo de promoción

A pesar de las consecuencias económicas sobre la industria, la piratería puede ser un mecanismo de promoción e incluso exhibición aún inexplorado, en donde se pueden dar a conocer nuevos títulos cinematográficos de realizadores desconocidos, esto con el objetivo de construir una audiencia aprovechando la cercanía y accesibilidad por parte del público creciente.

Un problema alterno de la piratería es la dificultad sobre hacer un seguimiento tanto de la compra como del consumo, ya que en muchos casos las personas acceden a la compra de productos audiovisuales por los bajos costos pero nunca los consumen.

2. Negociación

A pesar de que los efectos pueden ser contraproducentes en la exhibición de salas de cine, un estudio de la Comisión Europea realizado en el 2013 y conocido hasta el 2017 señala que no se puede establecer que la piratería tenga incidencia en la disminución de la venta de productos, este estudio fue ocultado durante años debido a que sería desfavorable para las intenciones que tenía el órgano internacional para combatir la piratería.

Se debe tener en cuenta sobre el mecanismo del negocio que los productores pueden llegar a lucrarse si se plantean acuerdos con los encargados de distribuir en el mercado las películas ilegalmente, esto si están dispuestos a dar acceso a contenidos a un precio muy bajo (teniendo en cuenta que de no hacerlo alguien más va a encontrar la manera de lucrarse con su producto).

3. Oferta

Teniendo en cuenta que la oferta del cine en Colombia se ve mediada por el oligopolio presente en la distribución y exhibición, es usual que se encuentre un catálogo de películas más amplio en el mercado pirata. Así que como efecto positivo a través de la piratería se puede difundir la cultura, y es más accesible para los productores mediar con otras posibilidades que con un mercado culturalmente monopolizado, teniendo en cuenta que si las salas de cine no abren un espacio al cine colombiano es posible encontrar dicho espacio en el público que accede a las películas piratas, que como se ve anteriormente es la mayoría de la población.

A pesar de las problemáticas que conlleva la piratería existe un mercado inexplorado que vale la pena tanto estudiar como hacer uso de las alternativas que ofrece para acaparar un público más amplio, siendo consecuentes con el contexto actual en Colombia.

7. PROPUESTA

Tras exponer en el primer apartado el mecanismo de realización utilizado en el contexto nacional actual pasando por los modelos de producción, distribución, exhibición y tras analizar en el segundo apartado el panorama actual de la industria cinematográfica en Colombia, con base a las cifras sobre el resultado de la realización, se propone en este último apartado un modelo de financiación, producción, distribución y exhibición puesto en práctica en el cortometraje titulado 'Naranjas sin piel', intentando responder a las problemáticas actuales y así mismo evidenciar los procesos y dificultades que los realizadores deben afrontar a la hora de hacer un proyecto audiovisual en Colombia.

7. 1. PLANTEAMIENTO

Tras el análisis anteriormente presentado sobre los modelos de financiación, que evidencian una industria que no es auto-sostenible, se propone una forma de resolver los problemas encontrados a través del modelo planteado en el cortometraje de ficción 'Naranjas sin piel', proyecto configurado de acuerdo al modelo de financiación que ofrece la Ley 814 y realizado bajo un marco académico, se propone un método de producción teniendo en cuenta los procesos burocráticos que exige la normativa, y un mecanismo de distribución y exhibición coherente con la propuesta del audiovisual. El modelo planteado tiene dos consecuencias que resuelven parte de las problemáticas encontradas:

a) Independencia del Fondo

Gran parte de la financiación de los proyectos tienen dependencia de los estímulos ofrecidos por el Fondo de Desarrollo Cinematográfico, cuyo análisis evidencia un modelo que no es auto-sostenible y que beneficia un número limitado de proyectos.

El modelo de financiación planteado en el cortometraje 'Naranjas sin piel' es independiente a los estímulos que pueda ofrecer el Fondo y a su vez es auto-sostenible, ofreciendo una respuesta a la problemática de financiación encontrada.

b) Independencia del contenido

La financiación de gran parte de los proyectos nacionales depende del contenido del proyecto. El FDC escoge los proyectos a beneficiar de acuerdo a la viabilidad y la calidad del contenido según sus parámetros, por otro lado los inversionistas apuestan a las comedias populares porque los resultados demuestran rentabilidad sobre la inversión.

El modelo planteado desliga el contenido de la facilidad de financiación, permitiéndole a los realizadores traer una nueva oferta de contenidos, en donde el inversionista se arriesgue por proyectos que no son comedias populares ya que la propuesta está basada en la renta y la auto-sostenibilidad, permitiéndole al inversionista re-evaluar su inversión con un producto terminado y no con la quimera de un producto que es lo que constituye el guión.

7.2. PUESTA EN PRÁCTICA DEL MODELO

A continuación se presenta la realización del proyecto 'Naranjas sin piel' en las cinco etapas del audiovisual, en donde se evidencian los procesos para llevar a cabo la propuesta y las problemáticas dentro de la dinámica del cortometraje.

7.2.1. DESARROLLO

Como se explicaba en el primer apartado, la etapa de desarrollo está compuesta por los puntos que funcionarán como base financiera y conceptual del proyecto. En el caso de 'Naranjas sin piel' esta etapa se ve mediada por la propuesta de producción, en donde se piensa la dinámica del proyecto para acceder a los beneficios tributarios de la Ley 814, a continuación se exponen los puntos junto con su ejecución y resultados.

7.2.1.1. Guion

El cortometraje 'Naranjas sin piel' es un proyecto de ficción en donde desde la historia se narra un cuento animado titulado 'La Sonrisa y la Sombra', se plantea que este también sea distribuido de forma independiente como un video corto para distribuir en redes o un cuento ilustrado tanto en pdf como impreso, lo que traduce una extensión *transmedia* del proyecto que tiene un atractivo adicional en el público.

El guion se encuentra en el **Anexo 1**

El cuento 'La Sonrisa y la Sombra' se encuentra en el **Anexo 2**

7.2.1.2. Investigación

El cortometraje 'Naranjas sin piel' se articula para que pueda financiarse a través de la Ley 814, que establece beneficios tributarios para los inversionistas. Durante la etapa inicial del proyecto se realiza la previa investigación sobre la normativa, la productora del cortometraje encuentra evidente la falta de herramientas por parte del Estado para entender las matemáticas y el funcionamiento de la ley, porque hasta la fecha del presente documento no se encuentra en ninguna página web, ni en otro canal de divulgación información sobre la matemática que se debe realizar para entender la normativa. Tras un periodo de estudio se establece un modelo matemático en base a la Ley 814, explicado más adelante.

Los documentos sobre las matemáticas de la Ley 814 consultados fueron: 'La Ley de Cine para inversionistas y donantes' (2005) del Ministerio de Cultura, la DIAN y Proimágenes en Movimiento y 'Cine en Colombia, Siéntalo, entiéndalo y hágalo' (2006) de Gonzalo Castellanos. Cabe resaltar que ninguno de los documentos encontrados se encuentra actualizado.

7.2.1.3. Planeación financiera

La gestión del proyecto en este caso está enfocada en la consecución de inversionistas, es por ello que se articulan los elementos para cautivar a posibles financistas. En este caso la presentación o Pitch hace parte de la gestión, en donde se atraen los inversionistas tras la explicación sobre los beneficios tributarios y económicos al invertir en la realización del cortometraje. Dicha modalidad sobre la gestión del proyecto es contraria a las preestablecidas en donde lo atractivo es el contenido, haciendo irrelevante el gusto, la educación, la crítica, omitiendo los problemas anteriormente planteados.

De acuerdo a las necesidades del proyecto se plantean mecanismos que faciliten la planeación de la financiación, el primer paso es hacer el desglose (con el objetivo de extraer los elementos y necesidades del proyecto) y en base a ello hacer el presupuesto. Seguido a ello es necesario sentar base sobre los tiempos a ejecutar plasmados en un cronograma, esto con el objetivo de clarificar las fechas y el proceso a los posibles interesados.

Los documentos sobre la planeación financiera: desglose, presupuesto y cronograma se encuentran en el **Anexo 3**.

7.2.1.4. Propuesta de financiación

La propuesta de producción está basada en la investigación sobre el panorama de producción audiovisual actual, en base a ello se plantea una dinámica sobre la financiación estableciendo:

1. Propuesta sobre el modelo de financiación

Un inversionista pone dinero en una empresa si esta le brinda rentabilidad e interés, de lo contrario invierte su dinero en un banco, que le puede llegar a proponer intereses del 1% al 10% anual a través de alternativas como fondos de inversión colectiva, bonos, CDT, pensiones voluntarias, entre otros. Para que la inversión en cine sea atractiva esta inversión debe tener algún atractivo personal o brindar algún interés, pero la utilidad ofrecida debe ser mayor a la que da un banco y compense el riesgo.

En el 2016, el incentivo fiscal planteado por la normativa descontaba de la renta el 41.25% de la inversión o donación (el porcentaje cambia anualmente debido a los cambios en las leyes tributarias). La devolución de la inversión restante depende de las ganancias que haga el proyecto, el riesgo sobre la recuperación tiene como consecuencia que el beneficio solamente logra ser atractivo para el inversionista si

el productor puede devolver parte de la inversión que no es deducida y adicionalmente puede dar un interés o ganancias futuras.

Para que el modelo sea atractivo se propone al inversionista poner una cantidad de dinero al proyecto, recuperar el 41.25% de la inversión a través de la devolución del impuesto, y para recuperar el 58.75% restante de la inversión más el interés que se acuerde tiene dos opciones:

- a) Mirar el proyecto finalizado y determinar si mantiene su inversión. De quedarse con el porcentaje de participación asumirá el riesgo completo de la inversión, permitiéndole recuperar el dinero y obtener ganancias si el proyecto hace dinero.
- b) Exigir al productor la compra de un porcentaje de la inversión, cuyo máximo no supere la suma restante de la inversión menos la devolución impositiva más el interés acordado sobre el total de la inversión. De exigir la devolución, el inversionista perderá todo derecho a demandar porcentajes sobre las ganancias futuras, que deriven de la venta o exhibición del cortometraje.

El interés ofrecido depende del inversionista, para algunas personas que no son empresarios y pagan un impuesto alto de renta por ejemplo, basta con que lo ofrecido sea mayor que el interés que da el banco; para empresarios, el lucro debería ser mayor que las ganancias que pueda otorgarle el invertir en su propia empresa.

Para dar garantía al inversionista sobre la devolución de la parte restante del monto de la inversión junto con los intereses acordados, se hace un contrato en el cual el equipo técnico contratado por el productor se compromete a devolver parte de su salario, en caso que el inversionista ejerza la opción de exigir al productor la compra de su porcentaje de la inversión, en cuyo caso el contratado se volverá inversionista del proyecto y obtendrá ganancias proporcionales a las ganancias que pueda hacer el cortometraje. Cuando el inversionista solicita la devolución de su parte de la inversión, el productor y el equipo técnico están asumiendo el riesgo que el inversionista a dejado de asumir.

7.2.1.5. Inversionistas

A partir de los cálculos sobre la inversión, devolución e interés se procede a buscar posibles inversionistas, garantizando un interés anual sobre la inversión en un lapso de 6 meses; el proceso consistió en averiguar a través de conocidos, familiares, amigos, voz a voz y correos directamente a entidades, sobre posibles inversionistas empresarios o personas que declararan impuesto sobre la renta.

Durante el proceso se logran conversaciones con diversas empresas y personas que estaban interesadas, en un principio los posibles inversionistas dudaban del modelo debido a que es una propuesta sin antecedentes lo cual puede significar un riesgo, y sumado a ello la desconfianza sobre el Estado y los procesos burocráticos es una constante en el panorama actual, ya que se duda sobre la

eficiencia del gobierno para otorgar los papeles para acceder a los beneficios sobre la inversión; a pesar de ello algunos inversionistas accedieron a la inversión, pero a mitad de proceso se retractaron debido al tiempo que el proceso conllevó, explicado más adelante.

Durante el proceso se llega a concretar dos inversionistas, dispuestos a poner 30 millones y 15 millones respectivamente. En ese momento se replanteó el plan de financiación de tal forma que la parte faltante según el presupuesto fueran aportes en especie e inversión del equipo. Este proceso de búsqueda de financiación tomó 6 meses.

7.2.1.6. Reconocimiento Proyecto Nacional

En simultáneo al proceso, para acceder a los inversionistas se hacen los trámites de Reconocimiento como Proyecto Nacional para poder acceder a los beneficios tributarios, y se tiene en cuenta el decreto 1080 del 2015 sobre el personal técnico y artístico. En el caso de 'Naranjas sin piel' y de acuerdo con el funcionamiento de la normativa, este debe cumplir los requisitos de Aprobación Ordinaria debido a que el total del presupuesto es menor a 7.060 Salarios Mínimos.

De acuerdo a la normativa en el caso de 'Naranjas sin piel' se solicitaron los siguientes documentos, cabe mencionar que ahora el proceso es en línea y los requisitos pueden modificarse de acuerdo a las nuevas normativas emergentes. Según lo exigido por la Dirección de Cinematografía (2016) los requisitos en este caso fueron:

1. **Formulario de solicitud** debidamente diligenciado, firmado por el productor colombiano o el representante legal de la empresa cinematográfica colombiana.

2. **Información del productor** colombiano:

a) Persona natural:

- Copia de la cédula de ciudadanía.
- Copia del RUT.

3. **Información del proyecto:**

a) Sinopsis (una página a doble espacio), impresa y digitalizada.

b) Guion.

c) Lista de locaciones.

d) Cronograma general desde la etapa de desarrollo hasta la distribución y promoción.

e) En el caso de coproducciones, presentar los contratos respectivos.

f) Lista del personal técnico y artístico que incluya nombres, apellidos, cargos y nacionalidad de los integrantes del equipo, confirmados al momento de presentar el proyecto. Debe presentarse impresa y digitalizada.

g) Adjuntar la siguiente documentación únicamente para el personal técnico y artístico requerido de conformidad con los porcentajes establecidos en el Decreto 1080 de 2015, artículos 2.10.1.5 (producciones), 2.10.1.6 (producciones y coproducciones) y 2.10.1.7 (coproducciones):

- Hojas de vida.
- Copias de contratos o cartas de intención.
- Copias de cédulas de ciudadanía.

h) Presupuesto desglosado que contemple los costos hasta copia final o hasta distribución y promoción, siempre y cuando estos rubros estén a cargo del productor.

i) Certificado de registro del guion, expedido por la Dirección Nacional de Derecho de Autor, excepto para documentales que no lo utilicen. El registro puede haber sido realizado en una oficina equivalente en el extranjero.

j) Certificado de registro del contrato de cesión de derechos del guion al productor, expedido por la Dirección Nacional de Derecho de Autor. El registro puede haber sido realizado en una oficina equivalente en el extranjero. No aplica para documentales que no utilicen guion.

El proceso para que el cortometraje 'Naranjas sin piel' fuera reconocido como Proyecto Nacional inició a finales del mes de agosto del 2016, el día 9 de septiembre de 2016 la Dirección de Cinematografía solicitó claridad en la participación de La Universidad de La Sabana, debido a que en el listado de locaciones figura el estudio de La Universidad como locación en donde se realizaría el cortometraje. El 13 de septiembre del 2016 se envió dicha aclaración, en donde el jefe de área de Comunicación Audiovisual manifestó la formalización de coproducción, dicha carta **NO** fue aceptada por la Dirección de Cinematografía porque la carta no estaba membretada, esta respuesta fue otorgada el 21 de septiembre del 2016.

Debido a que la colaboración de La Universidad estaba dificultando el trámite y se corría el riesgo de perder inversionistas, se decide desistir de la ayuda de La

Universidad debido a que el membrete hubiera requerido un proceso de aprobación diferente al acuerdo establecido con la facultad y dicho proceso hubiera sido muy largo por el trámite a través de las instancias de la misma, es por ello que se presentó nuevamente el proyecto independiente del apoyo el día 27 de septiembre.

Se acuerda con La Universidad desligar el cortometraje como trabajo de grado de carácter creativo pasando a ser una investigación aplicada, esto con el objetivo de obtener una carta que afirmara que el proyecto audiovisual no tenía ningún objetivo académico o institucional, dando resultado para el trabajo de grado un documento sobre todo el proceso llevado a cabo.

Desde los inicios no existió claridad sobre el caso de 'Naranjas sin piel', teniendo en cuenta que el cortometraje tenía carácter académico podía ser rechazado, debido a que en el Artículo 5 del decreto 1021 del 2016 se establece que el proyecto no puede tener carácter institucional, la Dirección de Cinematografía no clarificó si este era el caso del cortometraje y el proyecto sería evaluado por el comité asignado. De no desligar el proyecto de La Universidad se corría el riesgo de que el comité, tomando el Artículo 5, rechazara al proyecto la posibilidad de acceder a los beneficios tributarios, aún hoy en día no se tiene claridad en el caso que un proyecto tenga carácter académico pueda acceder a La Ley 814.

El día 20 de octubre la Dirección de Cinematografía solicita una carta en donde La Universidad desista la coproducción, dicha solicitud es incongruente teniendo en cuenta que rechazaron la solicitud del día 27 de septiembre porque consideraban que un papel no tenía validez, y luego utilizaron el mismo papel que consideran inválido para rechazar de nuevo una solicitud, es decir que pidieron un documento para invalidar un documento que no tiene validez.

Sumado a ello, las cartas de intención donde los actores manifiestan su compromiso con el cortometraje fueron rechazadas porque no tenían los nombres de los personajes, es absurdo e ilógico que den largas a un proceso porque faltan dichos datos, ya que el guion sólo cuenta con tres actores, sólo uno de ellos hombre y sólo uno de ellos niña, teniendo en cuenta que dentro de los requisitos formales nunca se aclara de manera específica que se necesiten los nombres de los personajes dentro de las cartas.

El proceso es aún más dispendioso teniendo en cuenta que los documentos son rechazados paulatinamente, lo que afecta la lógica de trabajo ya que se imposibilita corregir todos los documentos solicitados y por el contrario se dilata el proceso corrigiendo los documentos de uno en uno. Finalmente el proyecto es aceptado y recibe el Reconocimiento como Proyecto Nacional, el tiempo que el proceso conllevó supuso 5 meses.

Los documentos aprobados se encuentran en el **Anexo 4** adjunto al trabajo.

7.1.2.7. Fiduciaria

Según la Ley 814-2003, el dinero proveniente de la inversión se debe recibir a través de un encargo fiduciario, esto con el objetivo de hacer un seguimiento de la ejecución del dinero, así que parte del proceso incluye la búsqueda de una entidad encargada y la negociación sobre los montos que cobran mensualmente. Durante este proceso se hace una investigación sobre las entidades fiduciarias vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia que cumplen con los requisitos para acceder al dinero, durante el proceso se hace evidente el desconocimiento por parte de la mayoría de entidades sobre el proceso de inversión en cine;

La dinámica consiste en que desde el momento en que entra dinero a la fiduciaria estas empiezan a cobrar un monto de dinero mensual por el manejo, así que se debe hacer una planeación sobre el flujo de caja. El monto que la entidad cobra depende del presupuesto con el que se cuente, como el porcentaje parte de ello no es posible abrir una fiduciaria sin tener un monto asegurado de \$25 millones de pesos.

7.1.2.8. Replanteamiento del modelo

A pesar de que el cortometraje obtiene el Reconocimiento de Proyecto Nacional y de tener la fiduciaria a disposición para empezar el proceso, debido a la dilatación del proceso que finaliza tras 5 meses de problemas burocráticos, los inversionistas pierden credibilidad en el proceso y desisten financiar el cortometraje. La ineficacia de la burocracia es un problema que afecta toda la cadena de producción, y la confianza por parte de los inversionistas también depende de ello, ya que si el proceso de consecución del primer certificado presenta ese grado de incertidumbre y dificultad, no hay ninguna garantía sobre el proceso de la consecución del certificado de exención tributaria una vez concluida la inversión. Las consecuencias sobre dichas dificultades en este caso perjudicaron la viabilidad de la propuesta, conclusión del proyecto explicada más adelante.

El proyecto 'Naranjas sin piel' es finalmente financiado por el director y la productora del cortometraje, esto a través de un contrato de inversión y un modelo de recaudo en base a la posible venta del cortometraje a salas de cine. Finalmente el cortometraje tuvo lugar en La Universidad de La Sabana el 2 y 3 de octubre del 2016.

7.2.2. PRE-PRODUCCIÓN

En el caso de 'Naranjas sin piel' la etapa está pensada de acuerdo a la dinámica de producción planteada, los cumplimientos burocráticos sobre el personal técnico y artístico que dicta la Ley 814 y las facilidades logísticas y técnicas que la Universidad otorgaba, a continuación se exponen los puntos junto con su ejecución y resultados.

7.2.2.1. Recursos conceptuales

Según el modelo planteado, desde la parte conceptual del cortometraje es primordial tener en cuenta que el contenido sea apto para todo público y pueda compactarse en 7 minutos 30 segundos para la facilidad de venta en salas de cine; adicional a ello, con base al cortometraje se derivan otros contenidos como el cuento ilustrado y animado, lo cual conlleva un proceso.

La dinámica conceptual inicia con las ilustraciones presentes en el audiovisual, la referencia para empezar las ilustraciones se toman del Storyboard realizado por el director. Se ejecutan una serie de reuniones entre el director, la ilustradora y la directora de arte, en donde se aclaran las necesidades del proyecto para que con base a ello se efectúen los borradores. Seguido a ello, se realizan observaciones y correcciones sobre dichos borradores en compañía de dirección de arte para ser consecuentes con la estética del cortometraje, tras las modificaciones se obtienen las ilustraciones definitivas.

El Story Board de las ilustraciones y del cortometraje se encuentra en el **Anexo 5** adjunto al trabajo.

7.2.2.2. Recursos físicos

La búsqueda de los recursos físicos en el caso de 'Naranjas sin piel' se ve mediada por las posibilidades que otorga La Universidad, es por ello que durante esta etapa se hace una investigación previa sobre los equipos, elementos y recursos que están a disposición de la realización del cortometraje, con base en ello se disponen los recursos económicos necesarios para comprar o alquilar los elementos complementarios de cada departamento.

Esta etapa también incluye la búsqueda del espacio físico o *scouting*, en este caso desde sus inicios se plantea el uso del estudio de televisión de La Universidad, teniendo en cuenta que se cumple con las necesidades técnicas del proyecto, el proceso incluye la gestión de permisos y las adecuaciones del lugar.

Así mismo, en esta etapa se realiza el plan de alimentación de acuerdo a las necesidades de rodaje y las compras del departamento de producción para asegurar el bienestar del equipo técnico y artístico. Durante esta etapa y de acuerdo a las necesidades del guion el departamento de arte trabaja en la estructura y escenografía de la puesta en escena de 'Naranjas sin piel'.

El inventario de los recursos físicos utilizados en la realización se encuentran en el **Anexo 6** adjunto al trabajo.

7.2.2.3 Recursos humanos

La logística en el rodaje plantea la optimización de los recursos tanto físicos como humanos, en donde cada persona desarrolla una actividad según las necesidades de cada momento. A pesar de la propuesta de optimización de recursos humanos, la consecución del personal se ve mediada y afectada por los procesos burocráticos a cumplir para acceder a los beneficios tributarios y la venta a salas de cine. Esto debido al personal mínimo exigido en el decreto 1080 del 2015, que obliga a tener un número mínimo de realizadores independientemente de lo que el productor considere necesario para el cortometraje.

Casting

En el caso de 'Naranjas sin piel' desde su etapa inicial se preveían a los posibles actores principales. El actor Jarlin Martínez fue escogido gracias a su trabajo en el largometraje 'Manos sucias', en donde el director del cortometraje visualizó su trabajo y consideró que tenía potencial para trabajar en un largometraje que está desarrollando, decide que el cortometraje 'Naranjas sin piel' es un buen lugar para probar las dinámicas de trabajo con él.

Para la búsqueda de la niña que interpreta a 'Isabel', el director ve el trabajo de María Paula Valdez, la actriz escogida, en un corto estudiantil y también ve un potencial por explorar, en este caso considera que el cortometraje puede ser una oportunidad de desarrollar ese potencial e irle enseñando rudimentos del proceso de actuación.

De acuerdo a ello se plantea ver en campo las virtudes y carencias en la interpretación de los actores, omitiendo el proceso tradicional de casting. En ese sentido se puede plantear el proceso de escoger el elenco como un método de experimentación durante la realización de un cortometraje, un campo de entrenamiento para que los actores perfeccionen sus cualidades y se entrenen en hacer cine, panorama inexistente en la industria actual.

Equipo técnico y artístico

El Decreto 1080 del 2015 estipula el mínimo de personal artístico y técnico que debe tener una producción, modificándose de acuerdo al formato y el tipo de producción, esta normativa debe tenerse en cuenta desde que se conforman los equipos y se hacen los contratos. El cumplimiento de este decreto es necesario para acceder a los beneficios tributarios por el proceso de Reconocimiento de Proyecto Nacional y la venta del proyecto finalizado a salas de exhibición a través del Reconocimiento de Producto Nacional.

En el caso del cortometraje 'Naranjas sin piel', los requisitos a seguir consistían en cumplir con un número determinado de personal artístico y técnico, a continuación el porcentaje de artistas necesarios en la producción nacional para cortometrajes:

Porcentaje de artistas colombianos en la producción nacional

Cargo
Personal Artístico
Director
2 Actores protagónicos
4 de las siguientes personas:
Autor del guión
Autor de la música Original
1 Actor secundario
Director de Fotografía
Director de Arte o Diseñador de Producción
Diseñador de vestuario
Sonidista
Montajista
Diseñador de Sonido
Personal Técnico
7 de las siguientes personas:
Operador de cámara
Primer asistente de cámara o foquista
Gaffer
Maquillador
Vestuarista
Ambientador
Script
Asistente de dirección
Director de Casting
Efectos especiales en escena
Efectos Visuales
Colorista
Microfonista
Grabador o artista Foley
Editor de diálogos o efectos
Mezclador

Teniendo en cuenta dicho requisito y de acuerdo a las necesidades del proyecto, se contratan las 14 personas requeridas y necesarias para la producción; a partir de ello y en base a los cargos que dispone el decreto, se procede a hacer los contratos con cada persona, solicitar la cédula y la hoja de vida de cada miembro, dichos documentos son necesarios para cumplir con las normativas de los modelos planteados.

Contratos

Como se menciona anteriormente, este documento tiene el objetivo de garantizar el cumplimiento del equipo técnico y el productor según lo acordado con el inversionista, a continuación se cita el párrafo que cumple con una función clave dentro del esquema construido:

PARÁGRAFO. *El DIRECTOR declara conocer y aceptar que i) EL PRODUCTOR ha pactado con un inversionista el derecho a exigir que EL PRODUCTOR readquiera del 60% de la PARTICIPACIÓN del inversionista sobre los Ingresos Netos del CORTOMETRAJE, mediante el pago de una suma de dinero el PRODUCTOR al inversionista ii) Este derecho se puede ejercer dentro de los cinco (5) días calendario siguientes a que el INVERSIONISTA vea el corte final del CORTOMETRAJE. En caso de que el inversionista ejerza el referido derecho, EL DIRECTOR se obliga a pagar al PRODUCTOR la suma de _____ (\$_____) dentro de los CINCO (5) días siguientes a que el EL PRODUCTOR le informe que el INVERSIONISTA ha ejercido el derecho.*

7.2.2.4. Recursos logísticos

Para optimizar el rodaje y la visualización del plan de rodaje se usa el concepto de emplazamiento, que es la posición en la que se ubica la cámara para grabar un número determinado de planos, dicho elemento determina la posición de los elementos de la dirección de fotografía y los objetos de arte, este elemento logístico ayuda a determinar la dificultad técnica y logística de cada plano estableciendo el plan de rodaje y demás recursos logísticos.

Los recursos logísticos que ayudan a dinamizar el rodaje en este caso se componen de cuatro elementos: los emplazamientos, los planos de piso, el plan de rodaje y la hoja de llamado. A continuación se presentan los documentos que componen la logística del rodaje.

Planos de piso

Para realizar los planos de piso se lleva a cabo el siguiente proceso:

- 1- Se realizan pruebas con la dirección de arte para determinar los lentes y el diafragma a utilizar en los diferentes planos, con el objetivo de conseguir el desenfoque adecuado en las estrellas de la escenografía.
- 2- Tras determinar los elementos a utilizar, se hace uso de la herramienta Magic Arri, para determinar el ángulo de visión de la cámara con cada lente y de acuerdo a ellos calcular las distancias entre la cámara y la canoa, entre la canoa y el telón de fondo, del mar y del telón de fondo.
- 3- Se trazan borradores de los mapas de piso y luego mapas de piso a escala del set.

- 4- Se utilizan herramientas como Photometric Calculator Arri para calcular la cantidad de luz en los diferentes planos (de acuerdo a las posiciones requeridas de las luminarias en función del plano de piso), y determinar los filtros necesarios para obtener los ratios y texturas de luz deseados.

Dicha planeación permite precisión en los recursos que se necesitan, en donde se determina la distancia exacta a la que deben estar las luces, los filtros que cada luz debía tener para obtener el resultado necesario para usar el lente y el diafragma que se había probado previamente.

Los planos de piso se encuentran adjuntos al **Anexo 7** del documento.

Plan de rodaje

Los emplazamientos planteados son los que dictan el plan de rodaje en el caso de la realización de 'Naranjas sin piel', según el mapa de piso y los elementos a utilizar se establece el orden de los emplazamientos para facilitar la dinámica dentro de la logística de rodaje.

El plan de rodaje está adjunto como **Anexo 8**.

Hoja de llamado

La hoja de llamado, en el caso del cortometraje realizado, tiene el objetivo de clarificar los datos básicos del rodaje como dirección de la locación, datos de contacto del equipo, horas de recogida y horas determinadas del plan de rodaje, dicho documento es dirigido al equipo técnico y artístico.

Las hojas de llamado se encuentran en el **Anexo 9** del documento.

7.2.3. RODAJE

El rodaje del cortometraje 'Naranjas sin piel' tuvo lugar en La Universidad de La Sabana en el estudio de televisión. El 1 de octubre del 2016 se realizó el montaje de la puesta en escena del cortometraje, seguido a eso el 2 y 3 de octubre se realiza el cortometraje en la locación, a pesar de tener retrasos el cortometraje se finaliza en las fechas acordadas.

Durante el rodaje se presentaron una serie de inconvenientes que retrasaron el proceso, a continuación se enumeran las problemáticas durante la realización que hacen parte finalmente del proceso académico y pedagógico:

1. Para poder optimizar el flujo de trabajo en rodaje hubo que organizar la bodega antes del montaje, dado que estaba desorganizada (el tránsito para sacar y entrar cosas era estrecho y objetos como el dolly estaban atrapados

- entre escenografías arrumadas). Esa organización añadió **1 hora** al montaje. Hora que fue necesaria reponer el día domingo.
2. Por petición expresa de los responsables del estudio, debido a que el día previo al montaje se había caído una luz de la parrilla, el montaje de luces requirió revisar una a una todas las monturas de las luces para cerciorarse que los movimientos que íbamos a realizar no afectaran la seguridad de los integrantes de la grabación. Eso extendió el tiempo de montaje de luces, y nos forzó a retrasar 1 hora el comienzo de la grabación el día Sábado, y por ende se añadió **1 hora** de rodaje el día domingo para compensar ese retraso.
 3. El seteo de luces para la grabación estaba diseñado de tal forma que una vez puestas la iluminación de todos los emplazamientos de cámara quedase lista y solo hubiera que hacer ajustes menores de intensidad, el plan de rodaje presentado fue diseñado en función de ese supuesto. Sin embargo una vez en el estudio descubrimos que 2 luces T1 no funcionaban y que 3 de las 4 luces led no tenían banderas, por lo que no se podían usar. Eso forzó a rehacer el diseño de luces y a realizar ajustes de posición de las mismas en cada emplazamiento. Ese trasteo de luces añadió 15 minutos a la preparación de cada uno de los emplazamientos a realizar. Dado que el plan contempla 15 emplazamientos, el total la demora acumulada por ese cambio de planes equivale a 225 minutos, que son **4 horas**.
 4. El día sábado 1 de octubre había un grupo de estudiantes del taller de televisión realizando labores de arte en la bodega, no se tuvo notificación previa de la presencia de los estudiantes y como consecuencia del ruido inevitable que generaba el grupo y a que el estudio no está plenamente insonorizado (los ruidos de las personas transitando alrededor se filtran al estudio) , el día de rodaje se atrasó **1 hora** adicional.
 5. El domingo 2 de Octubre se realizaba el plebiscito, y aunque el plan de rodaje contemplaba tiempo para que las personas fueran a votar por la mañana, aquellas que votaron en corferias se demoraron en llegar al set, lo que retrasó **1 hora** el comienzo de rodaje el día domingo.
 6. Uno de los actores del cortometraje (Jarlin Martinez) es ciudadano de Buenaventura y dada la carga emotiva del corto en relación con la violencia de este país, sumado a su pasado (que ha sido golpeado de forma cruenta por la violencia), una vez conocido el resultado del plebiscito, en medio de una toma se quebró emocionalmente y derrumbó al resto de integrantes del equipo. Por respeto y compasión con el actor y con aquellos del equipo que también se sintieron profundamente compungidos por el resultado, nos vimos forzados a realizar una pausa de **1 hora** antes de retomar el rodaje.
 7. Por último, cabe recordar que la grabación es parte de un trabajo de grado y como tal tiene un carácter adicional pedagógico, en el cual tanto el profesor Ivan Sierra (director y director de fotografía del corto), como al profesor invitado de la Universidad Nacional Mauricio Piñeros (Sonidista del corto), no solo realizaban su labor profesional sino que explicaban a los asistentes (que eran estudiantes) diferentes detalles de las labores que se realizaban (tales como uso del exposímetro, seteos de cámara, uso de filtros y

difusores, técnicas de organización y manejo de personal en el set, seteo de micrófonos, uso de mezcladora en captura de sonido directo, técnicas de alambrado...etc). No obstante, tanto el proceso pedagógico en el set como el hecho de que los estudiantes estén aprendiendo el oficio hace que cada emplazamiento sea un poco más demorado que en un set profesional. Dicha demora es difícil de cuantificar pues varía mucho con respecto a los conocimientos previos de cada asistente. En este caso específico el total del tiempo adicional equivalió a **1 hora**.

El tiempo acumulado por las razones referidas anteriormente equivale a **10 horas**, que se repartieron de la siguiente manera: **8 horas adicionales** al plan de rodaje el **Domingo 2 de Octubre** y **2 horas adicionales** al plan de rodaje el **Sábado 1 de Octubre**.

7.2.4. POST-PRODUCCIÓN

Durante la etapa de post-producción se realizan dos versiones del cortometraje, una de 9'30", que es la duración del corto completo, con el ritmo exacto que el montajista considera que debe tener, y otra de 7'30" que es una versión reducida para salas de cine. Esta etapa implica así mismo la realización de las ilustraciones que lo componen, junto con el proceso de montaje, efectos especiales, corrección de color, musicalización, diseño sonoro, subtitulación y diseño de créditos. El montaje termina en enero, el sonido en marzo y la ilustraciones se finalizan en agosto, a inicios del 2018 se procede a hacer ajustes de ADR para que el proyecto quede finalizado a mediados del 2018 y a partir de esa fecha empieza el proceso de distribución y exhibición del cortometraje. Al proyecto de grado se adjunta una versión sin dichas modificaciones.

7.2.4.1. Legalización

Durante esta etapa en el caso de 'Naranjas sin piel' se realizan los procesos legales y burocráticos para asegurar los gastos ejecutados en el cortometraje, así mismo se establecen los contratos sobre la inversión para clarificar los porcentajes correspondientes sobre el recaudo que el cortometraje genere a futuro.

Presupuesto ejecutable

El presupuesto inicialmente planteado corresponde al presupuesto total del cortometraje, es habitual que durante la realización este sufra modificaciones, como antes se menciona, el presupuesto ejecutable final corresponde a todos los gastos realizados junto con sus soportes.

El presupuesto ejecutable se encuentran en el documento como **Anexo 10**.

Plan de financiación

En el caso de 'Naranjas sin piel', debido a que el plan de financiación planteado desde el desarrollo no se lleva a cabo y el presupuesto ejecutado es financiado por dos miembros del equipo, el presupuesto total planteado en la etapa inicial no es ejecutado; los gastos corresponden a los elementos necesarios para realizar el cortometraje, omitiendo el pago de algunos miembros del equipo técnico, teniendo como resultando un pago simbólico considerablemente menor en comparación con el presupuesto total.

De acuerdo al presupuesto ejecutable es necesario replantear el plan de financiación en donde según el presupuesto ejecutado se dividen los porcentajes de inversión de cada miembro.

Acuerdo de inversión

Teniendo claridad sobre el presupuesto ejecutado y los montos de inversión se procede a hacer un acuerdo de inversión, esto con el objetivo de esclarecer la manera en que se va a distribuir el dinero si se presentan retribuciones por la venta o exhibición del cortometraje. A continuación se presenta el parágrafo del contrato de inversión que especifica los porcentajes entre las dos partes.

5.2. Porcentaje de participación. *El porcentaje de participación de EL INVERSIONISTA en los Ingresos Netos de EL CORTOMETRAJE será de _____ por ciento (___%) de los Ingresos Netos (LA PARTICIPACIÓN).*

PARÁGRAFO PRIMERO. *EL PRODUCTOR no garantiza la recuperación de la inversión.*

PARÁGRAFO SEGUNDO. *La participación de EL INVERSIONISTA en los Ingresos Netos de EL CORTOMETRAJE se liquidará y pagará cada vez que dichos Ingresos sean efectivamente recibidos por EL PRODUCTOR. Para tales efectos, EL PRODUCTOR presentará al INVERSIONISTA la correspondiente liquidación dentro de los treinta (30) días siguientes al recibo efectivo de los Ingresos Netos, con el fin de que EL INVERSIONISTA presente la correspondiente cuenta de cobro o factura.*

PARÁGRAFO TERCERO. *En caso de que EL INVERSIONISTA desee revisar o tener acceso a los soportes contables o contabilidad de EL PRODUCTOR en relación con los Ingresos Netos, podrá hacerlo mediante aviso de por lo menos diez (10) días hábiles y, máximo, una vez cada año, salvo que las partes acuerden algo diferente.*

7.2.5. DISTRIBUCIÓN Y EXHIBICIÓN

Parte de la propuesta del proyecto es hacer un cortometraje con incentivo fiscal y sacar ganancias a través de la venta en cine, dicho proceso implica invertir el orden de las prioridades, en donde es habitual que la primera ventana de exhibición y distribución sean los festivales de cine, en este caso se cuestiona dicha dinámica teniendo en cuenta que estos escenarios no representan ninguna ganancia desde el punto de vista industrial o económico.

El cortometraje cuenta con dos versiones, una de 7'30" y otra versión extendida de 9'30" estas fueron pensadas de acuerdo a la etapa de distribución y exhibición. Se tenía conocimiento previo que para salas de cine se requería un tiempo máximo de 9 minutos sin embargo durante esta etapa el decreto 554 fue implementado aumentando dicha duración a 14 minutos, para ese momento ya se contaba con los requisitos de venta sobre la versión de 7'30" así que es esta versión la que finalmente se enfoca en su exhibición a cine e independientemente de lo que diga la ley, las salas de exhibición prefieren comprar cortos de 7'30", que el proyecto tenga esa duración aumenta las posibilidades de venta.

Se establece la posibilidad de la venta del cortometraje en salas de cine a través de la convocatoria permanente de cortometrajes, la cual entra en vigencia a partir de junio del 2018. De acuerdo a este último modelo se articula un mecanismo burocrático ya que se exige que el proyecto sea reconocido como Producto Nacional para su venta, dicho modelo exige que desde el desarrollo se tengan en cuenta los requisitos exigidos para su exhibición en salas de cine.

7.2.5.1. Reconocimiento Producto Nacional

Para acceder a ambos modelos de distribución y exhibición planteados, es necesario que el proyecto finalizado cuente con el Reconocimiento de Producto Nacional para acceder a los beneficios ofrecidos por los estímulos automáticos y cumplir con los requisitos burocráticos que implica su venta a salas de cine.

De acuerdo a la normativa en el caso de 'Naranjas sin piel' se solicitaron los siguientes documentos, cabe mencionar que los requisitos pueden modificarse de acuerdo a las nuevas normativas emergentes. Los requisitos solicitados fueron (Ministerio de Cultura, 2017):

1. Datos de la obra

a) Datos: Título de la obra, tipo de producción, cantidad de productores nacionales, idioma, lugares de filmación, duración, fechas de rodaje, formatos de rodaje, formatos de exhibición, sinopsis.

b) Costo discriminado de la obra

c) Certificación de autorización derecho de autor

d) Créditos idénticos a los de pantalla

2. Datos del productor

a) Persona natural:

- Datos de ubicación
- Datos de contacto
- Copia de la cédula de ciudadanía.

3. **Personal técnico y artístico** requerido de conformidad con los porcentajes establecidos en el Decreto 1080 de 2015:

- Información de contacto
- Copias de contratos o cartas de intención.
- Copias de cédulas de ciudadanía.

4. Finalización

Se debe llevar en un DVD la copia del cortometraje finalizado

Durante el proceso de distribución y exhibición del cortometraje 'Naranjas sin piel' era necesario como requisito que este fuera reconocido como Producto Nacional, durante dicho proceso la Dirección de Cinematografía pidió las siguientes aclaraciones:

1. Debe aportar documentación de la Universidad de la Sabana que permita establecer el carácter de la participación en la obra, tanto de la institución educativa, como, de ser el caso, de estudiantes de la misma.
2. En el campo "Certificación de autorización derecho de autor" debe adjuntar certificación firmada por el productor en la cual exprese que cuenta con todas las cesiones y/o autorizaciones requeridas para el uso, dentro de la obra cinematográfica, de las obras protegidas por el derecho de autor.
3. Los créditos adjuntos deben ser idénticos a los que figuran en la obra incluyendo los créditos iniciales, logotipos y título.

De la actriz protagónica, menor de edad, María Paula Valdés:

- a. Debe presentar el respectivo permiso del Ministerio de Trabajo.
- b. Debe diligenciar los datos de la actriz en los campos asignados, y no los de la madre.
- c. Debe adjuntar el registro civil de nacimiento.

Durante este proceso se reúnen y modifican los papeles solicitados, sin embargo el requisito sobre la actriz menor de edad que establece tener un permiso por parte del Ministerio de Trabajo no se había previsto durante la etapa de pre-producción; al solicitar el permiso el Ministerio de Trabajo clarifica que este proceso se debe hacer con antelación al rodaje y no es posible solicitarlo una vez terminado el trabajo.

Finalmente al exponer la situación a la Dirección de Cinematografía ellos desisten de solicitar dicho permiso y es otorgado el Reconocimiento como Producto Nacional; se debe tener en cuenta que a la fecha existe una alta demanda de cortometrajes y poca oferta.

Los documentos aprobados se encuentran en el **Anexo 11** adjunto al trabajo.

7.2.5.2. Salas de cine

Durante la etapa de distribución y exhibición el proceso se ve mediado por la convocatoria de cortos establecida por el decreto 554, dicha convocatoria permite que 'Naranjas sin piel' acceda al mercado a través de un banco de cortometrajes para luego ser negociado por los exhibidores interesados, para acceder a ello se exige una serie de requisitos, a continuación se presenta el proceso sobre la normativa.

Adicional a ello, la exhibición en salas de cine exige la clasificación de la película, dicho procedimiento es realizado a través del Ministerio de Cultura y establece la clasificación que tiene el proyecto, de acuerdo a ello es permitido que este se reproduzca en las salas de acuerdo a la clasificación del largometraje a exhibir.

Convocatoria de cortos

Los requisitos exigidos por la convocatoria son (Proimágenes Colombia, 2018):

1. Formulario de registro de proyecto en línea debidamente diligenciado, con aceptación de términos y condiciones.
2. Enlace en Vimeo del cortometraje con duración entre 7 y 14 minutos.
3. Copia de la certificación de 'Reconocimiento de Producto Nacional'.
4. Autorización de uso de la obra para evaluar, firmada.

Una vez cumplido el proceso 'Naranjas sin piel' fue aprobado por el CNACC para entrar al banco de cortometrajes el 13 de diciembre del 2017, a partir de esa fecha los exhibidores fueron informados de los cortometrajes disponibles y se contactaron manifestando su interés en su compra. A la fecha no se ha vendido el cortometraje y se sigue la negociación con diversos exhibidores.

Clasificación de la película

Parte del proceso exige obtener la clasificación del cortometraje, dicho proceso se realiza a través del Ministerio de Cultura quien con un comité designado designa la edad del público para su exhibición.

Los requisitos para la clasificación son (Ministerio de Cultura, 2017):

- A. Se debe radicar en la oficina de correspondencia del Ministerio de Cultura los siguientes documentos:
1. Solicitud escrita del interesado o su apoderado a la Secretaría Técnica Comité de Clasificación de Películas, en donde se especifiquen los datos del corto a clasificar
 2. Recibo original de consignación del BANCO POPULAR a favor del Ministerio de Cultura Cuenta Fomento Museos y Patrimonio Cultural - Número 050-00129-6 DTN por **\$104.200** (Ciento cuatro mil doscientos pesos), suma equivalente a cuatro (4) salarios mínimos legales diarios por película de cortometraje.

No se debe entregar copia del cortometraje. Ante el comité se exhibirá la película entregada para solicitar certificación de nacionalidad de la obra.

En el caso del cortometraje 'Naranjas sin piel' el comité encargado establece que el cortometraje es apto para todo público.

Negociación

Tras tener la Resolución de Producto Nacional se procede a la negociación con los exhibidores, en donde primero se hace una investigación sobre los posibles montos a negociar, sin embargo la Dirección de Cinematografía no otorga ninguna información al respecto ni hay un control sobre las tarifas. A partir de la situación, se realiza una investigación sobre la exención de impuestos que los exhibidores tienen al comprar cortos (mencionada previamente) y se determina un rango de venta estableciendo la negociación ideal de \$28'000.000 para recuperar la inversión y sacar ganancia, teniendo en cuenta que sólo se puede vender a un exhibidor dándole exclusividad y renunciando a la posibilidad de recibir más ganancias, y como mínimo aceptar un monto de \$12'000.000 para recuperar una parte de la inversión.

Cuando el proyecto fue aprobado en la convocatoria de cortos, los exhibidores se contactaron directamente con la productora para llegar a una negociación, los montos ofrecidos variaron de \$1'000.000 a \$12'000.000. Según lo conversado con los exhibidores pequeños la convocatoria los afectó teniendo en cuenta que los cortos tienen exclusividad y ellos no tienen la infraestructura económica para competir con lo ofrecido por los grandes exhibidores.

El decreto establecía su obligatoriedad a partir de enero del 2018, a finales de enero se modifica haciendo que este entre en vigencia en junio del mismo año, de nuevo la información fue modificada sin previo aviso y sin un comunicado especial. Dicha modificación influye en la compra de cortometrajes ya que al ser más laxos con los exhibidores estos pueden negociar los cortometrajes que no hayan pasado por la curaduría durante el primer semestre del 2018, lo que significó en el caso de la venta de 'Naranjas sin piel' una disminución monetaria sobre las propuestas recibidas en los primeros meses.

Durante la negociación, cuando se estaba llegando a un acuerdo con un exhibidor que ofrecía como máximo \$12'000.000 este se retractó y bajo la tarifa a \$7'000.000. La incongruencia sobre la oferta deriva en la decisión de congelar la negociación con los exhibidores en la espera de obtener un mejor precio cuando la normativa empiece a tener vigencia, ya que sigue existiendo mucha demanda y poca oferta, lo que puede derivar en la competencia entre exhibidores para comprar los pocos cortos que cumplen con los requisitos, subiendo los montos ofrecidos por la compra de los cortometrajes.

7.2.5.3. Festivales

Tras congelar el proceso de venta a cines y de acuerdo a la propuesta audiovisual y temática de 'Naranjas sin piel', se hace una investigación tomando como base el listado otorgado anualmente por el Fondo de Desarrollo Cinematográfico. El listado inicial está compuesto por 100 festivales en los que podría entrar en competencia el cortometraje y en los cuales de ser seleccionado se podría acceder a los Estímulos Automáticos ofrecidos por el FDC. En base a la investigación inicial se establece la participación del corto en 13 festivales como circuito inicial durante el 2018, dichos festivales escogidos son reconocidos dentro de la industria y se pretende durante esta etapa acceder a códigos para que sea más accesible su participación.

Así mismo durante esta etapa se realiza el material promocional, teniendo en cuenta que en gran parte de los festivales se solicitan fotografías y materiales promocionales.

El material promocional del proyecto se encuentra en el **Anexo 12**.

El circuito inicial de festivales está disponible en el **Anexo 13** adjunto al documento.

8. CONCLUSIONES Y PROSPECTIVA

Durante el proceso legal el proyecto 'Naranjas sin piel' se vio afectado debido al desconocimiento por parte de la productora, la ineficiencia por parte del Ministerio, la falta de estandarización de protocolos y de eficiencia en los procedimientos burocráticos, la poca información sobre las normativas y el inadecuado uso de los canales de comunicación. A pesar de cumplir con los requisitos para acceder a los beneficios tributarios que ofrece la normativa, dichos inconvenientes producen la pérdida de los inversionistas, de lograr atraerlos y convencerlos para asumir el riesgo de invertir. Finalmente, el cortometraje 'Naranjas sin piel' es financiado por el director y la productora del cortometraje, esto a través de un contrato de inversión y un modelo de recaudo con base a la posible venta del cortometraje a salas de cine. El rodaje del proyecto se realiza el 2 y 3 de octubre del 2016 en las instalaciones de la Universidad de La Sabana y se prevé que el proyecto esté finalizado a mediados del 2018, adjunto se encuentra una versión avanzada del proyecto.

El presente trabajo de investigación sucinta la aplicación de modelos de producción, distribución y exhibición, dentro de la cadena del audiovisual. Debido a la magnitud de la investigación y la aplicación del proceso en un proyecto audiovisual, se propone seguir con el estudio sobre la industria en Colombia, la aplicación de nuevos modelos de acuerdo a las necesidades del contexto actual y la continuación de la dinámica planteada.

A continuación se exponen las conclusiones sobre el proceso de realización del cortometraje.

8.1 CONCLUSIONES PRODUCCIÓN

Sobre el proceso en el modelo de producción del cortometraje 'Naranjas sin piel' se puede concluir:

1. Desinformación

Al iniciar el proceso de investigación sobre la Ley 814 no se encontró un documento sobre las matemáticas de la normativa actualizado, lo que puede generar confusión en productores y contadores teniendo en cuenta que los porcentajes han sido modificados a partir del 2012, en donde el porcentaje pasa a ser del 125% al 165% en la deducción sobre el impuesto de renta. Cabe resaltar que entender las matemáticas de la normativa es parte esencial de La Ley de Cine.

A pesar de no ser el caso del cortometraje 'Naranjas sin piel', el desconocimiento sobre las matemáticas de la normativa se presta para confusiones, en donde los productores prometen un monto de dinero al inversionista que no es posible lograr. El inversionista otorga los montos requeridos y al acceder a la deducción tributaria

que ofrece La Ley 814 los porcentajes inicialmente pactados no se cumplen, lo que genera la desconfianza sobre la inversión en la cinematografía y el inversionista pierde el dinero invertido.

En el caso de 'Naranjas sin piel' desde el inicio se tiene claridad sobre el funcionamiento pero gracias a un documento de difícil acceso que se consiguió de Proimágenes. Pero a pesar de tener claridad sobre las matemáticas, que la información no esté disponible hace difícil para contadores e inversionistas creer la dinámica del modelo cuando se expone.

Por el contrario, la Ley 1556 presenta facilidad para acceder a la información, junto con videos, gráficos y textos disponibles para los productores internacionales, pero por el contrario los documentos sobre la Ley 814 no se actualizan desde el 2012.

2. Canales de comunicación

Los canales de comunicación en muchas situaciones no son utilizados de manera asertiva, no hay ningún comunicado cuando las normativas son modificadas. El uso de los canales de comunicación hace parte de la cadena para que productos audiovisuales se logren financiar y el proceso de financiación del cortometraje evidencia las falencias sobre este punto, esta dificultad repercutió específicamente en su etapa inicial en donde se perdió en total 4 meses de trabajo por la falta de la disposición de los funcionarios en comunicar los cambios en las normativas.

3. Procesos poco estandarizados

Durante la realización de 'Naranjas sin piel' los rechazos incoherentes tuvieron como consecuencia la pérdida de todos los inversionistas debido a que este proceso fue dilatado durante 5 meses por documentos que no se encuentran en la ley; a pesar que el objetivo de La Ley de cine es incentivar la realización cinematográfica, la realización de 'Naranjas sin piel' se enfrentó a constantes retrasos y obstáculos a la adherencia con las normativas de la Ley. Debido a estos inconvenientes el cortometraje perdió el apoyo de varios inversionistas.

Así mismo, hasta el día de hoy se desconoce si en caso tal de que un proyecto tenga un carácter académico pueda acceder o no a los beneficios que ofrece La Ley 814; en la normativa no dice nada al respecto, pero los reparos de cinematografía plantean esa duda que no permite concluir nada al respecto, la respuesta nunca fue clara y denota el desconocimiento de La Ley de Cine incluso por parte de los mismos funcionarios que dilataron el asunto sin dar una respuesta concreta.

4. Inversionistas

El acercamiento a los inversionistas para lograr la financiación del proyecto evidenció que en donde los procesos burocráticos son inconsistentes, los

inversionistas terminan desconfiando del Ministerio de Cultura y de la palabra de los productores debido a que los procesos se dilatan y el procedimiento no es suficientemente metódico y transparente. Como en cualquier otra industria, una burocracia lenta y desorganizada no estimula la inversión. Desde esa perspectiva, el mayor problema de la cinematografía nacional no se encuentra en las leyes, sino en la ineficiencia burocrática de las instituciones que deben aplicarlas.

8.2. CONCLUSIONES DISTRIBUCIÓN Y EXHIBICIÓN

Sobre el proceso de distribución y exhibición se puede concluir:

1. Desconocimiento procesos legales con menores de edad

El proceso de contratación de menores de edad requiere legalmente un proceso burocrático a través del Ministerio de Trabajo, de no ser así se incumplen una serie de normativas teniendo en cuenta que un menor de edad no puede trabajar. En el caso de 'Naranjas sin piel' se exceptuó para su venta dicho documento, sin embargo hay un vacío pedagógico sobre los procesos legales que se deben llevar a cabo en cualquier trabajo sea académico o profesional. Es necesario que desde la academia se haga seguimiento y se de conocimiento sobre dichos procesos.

2. Canales de comunicación

La convocatoria permanente de cortos ha sufrido cambios sobre el decreto, modificaciones que pueden alterar desde la post-producción hasta el proceso de distribución y exhibición. Dichas modificaciones nunca fueron emitidas públicamente o a través de comunicados, lo que infiere en el desconocimiento de las partes interesadas y la dilatación de todos los procesos.

En el caso específico de 'Naranjas sin piel' dicha falta de uso en los canales de comunicación influyeron en cuanto a la modificación de tiempos de cortometrajes; el decreto inicial estimaba que el cortometraje debía ser de mínimo 7 minutos y máximo 9 minutos, meses después se modifica (sin ningún aviso) siendo ahora de 7 minutos mínimo y 14 minutos máximo. Es imperante entender que dichas modificaciones alteran por completo los procesos en la post-producción desde la edición y los procesos burocráticos, teniendo en cuenta que en este caso se realizaron todos los documentos sobre Producto Nacional con la versión de 7'30" y ahora que el decreto dicta que es posible vender la versión de 9'30" de quererlo sería necesario hacer de nuevo todos los documentos, pagar la clasificación de la película y pasar por el comité curador.

3. Incongruencia sobre la venta

De acuerdo con los cálculos previamente expuestos, el costo sobre la compra de cortometrajes debería ser más elevado que lo ofertado por parte de los exhibidores,

anualmente la deducción que los exhibidores hacen por la compra de cortos es mayor pero los montos ofrecidos son iguales que hace 5 años; en el caso de la venta del cortometraje inicialmente los exhibidores ofrecieron de 1 a 12 millones de pesos, después de modificado el decreto 554 se retractaron y la oferta bajo de 1 a 8 millones de pesos.

Es evidente las diferencias económicas sobre la oferta, ya que los exhibidores pequeños no pueden ofrecer lo mismo que las grandes empresas, y son ellos los que finalmente se ven gravemente afectados por este nuevo decreto ya que no existe tanta oferta y los pocos cortometrajes ofertados prefieren venderlos a los grandes exhibidores. Sumado a ello, los grandes exhibidores son los que establecen los costos por cada cortometraje teniendo total control sobre el mercado. Es necesario que desde la Dirección de Cinematografía se regulen los costos para equilibrar el mercado

4. Información sobre costos

Como se mencionaba anteriormente, los costos ofertados por la venta de cada cortometraje son incongruentes en comparación con la tarifa ahorrada en el caso de los grandes exhibidores. Sin embargo no hay información que clarifique o evidencie cuál podría ser el costo de cada cortometraje, cuando el productor sabe cuál es el monto máximo que puede pedir (resultante de dividir la exención impositiva por el número de cortos) entonces sabe cuánto está ganando el otro en la negociación y puede sacar provecho de los datos para que la oferta sea justa de acuerdo al monto que se ahorra el exhibidor por comprar su cortometraje.

Al solicitar dicha información a la Dirección de Cinematografía, teniendo en cuenta que es esta entidad la que tiene claro el funcionamiento del mercado, no se emite ninguna respuesta concreta dejando la negociación en manos de los grandes exhibidores con un oligopolio de precios y productores que a sabiendas de la incongruencia sobre la venta venden sus productos sin más opciones.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, B. (2009). *Análisis de las políticas de fomento del cine en Colombia*. Bogotá: Universidad colegui mayor de nuestra señora del Rosario.
- ANCINE. (2017). *Coproducir con Brasil*. From Ancine.gov.br: <https://www.ancine.gov.br/es/coproducir-con-Brasil/introduccion>
- Bancolombia. (25 de Agosto de 2015). *El Espectador*. (L. León, Producer) Retrieved Marzo de 2018 from <https://www.elespectador.com/tecnologia/el-viacrucis-de-hacer-crowdfunding-colombia-articulo-581507>
- Biblioteca Nacional de Colombia. (2017). *Depósito Legal*. From [Bibliotecanacional.gov.co](http://bibliotecanacional.gov.co) : <http://bibliotecanacional.gov.co/es-co/servicios/profesionales-del-libro/deposito-legal>
- Calvete, A. M., & Ortiz, T. F. (2011). *Estudio jurídico sobre la Ley de Cine (Ley 814 de 2003): La exhibición y divulgación del cine nacional como parte esencial de la industria cinematográfica colombiana*. Santander: Universidad Industrial de Santander.
- Castellanos, G. (2006). *Cine en Colombia, Siéntalo entiéndalo y hágalo*. Bogotá: Proimágenes en movimiento.
- Cinemateca Distrital - IDARTES. (2017). Cuadernos de cine colombiano No 26. Instrumentos del estado para el fomento del cine. Bogotá.
- Consejo Nacional de las artes y la cultura en Cinematografía. (2004). *La Ley de Cine para todos*. Bogotá: Ministerio de Cultura - Proimágenes en Movimiento.
- Córdoba, M. G. (2016). Rueda de prensa sobre Ley Filmación Colombia.
- DANE. (2016). *Encuesta de Consumo Cultural*. Bogotá: DANE.
- Dinero. (8 de Abril de 2017). From Plataformas de crowdfunding para financiar proyectos: <http://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/plataformas-de-crowdfunding-para-financiar-proyectos/243850>
- Dirección Nacional de Derecho de Autor. (2017). *Obras literarias - Derecho de Autor*. Retrieved 2018 from [Derechodeautor.gov.co](http://www.derechodeautor.gov.co) : <http://www.derechodeautor.gov.co/web/guest/obras-literarias>
- Dorado, H. (2009). *Las partituras de los sueños*.
- European Commission. (2015). *Estimating displacement rates of copyrighted content in the EU*. Bruselas.
- Fondo de Desarrollo Cinematografico. (2017). *Estímulos Automáticos*. From [Convocatoriafdc.com](http://convocatoriafdc.com) : http://convocatoriafdc.com/#estimulos_automaticos
- Franco, J. F. (2008). *Imágenes para mil palabras*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Göteborg Film Festival. (2017). *Göteborg Film Festival*. Retrieved 7 de Diciembre de 2017 from <https://goteborgfilmfestival.se/>
- Hubert Bals. (2017). *About HBF*. Retrieved 27 de Febrero de 2018 from [IFFR: https://iffr.com/en/iffr-industry/hubert-bals-fund/about-hbf](https://iffr.com/en/iffr-industry/hubert-bals-fund/about-hbf)

Ibermedia. (2017). *El programa | Programa Ibermedia*. Retrieved 27 de Febrero de 2018 from Programaibermedia.com: <http://www.programaibermedia.com/el-programa/>

Ibermedia. (2016). *Programaibermedia.com*. From Brasil de Todas as Telas: <http://www.programaibermedia.com/nuestras-noticias/brasil-de-todas-as-telas-productores-latinoamericanos-atencion-a-esta-convocatoria/>

IDFA Bertha Fund . (2017). *IDFA Bertha Fund | IDFA*. Retrieved 26 de Febrero de 2018 from Idfa.nl: <https://www.idfa.nl/en/info/idfa-bertha-fund>

Indiegogo. (2017). *Learn About Indiegogo* . From Indiegogo.com: <https://www.indiegogo.com/about/our-story>

Instituto Cervantes. (2016). *El español: una lengua viva*. Madrid.

Kickstarter. (27 de Febrero de 2018). *About — Kickstarter*. From Kickstarter.com: <https://www.kickstarter.com/about?ref=global-footer>

La Vaquinha. (30 de Mayo de 2017). *LaVaquinha*. Retrieved 2018 from La historia del Crowdfunding : <https://www.lavaquinha.com/la-historia-del-crowdfunding/>

Labrada, F. (2015). *Panorama de plataformas de distribución digital de cine VoD y sus modelos de negocio*. Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia - Dirección de Cinematografía .

LatAm Cinema. (10 de Octubre de 2016). *Latamcinema.com*. Retrieved 2017 from La Fabrique des Cinémas du Monde novena edición: <https://www.latamcinema.com/la-fabrique-des-cinemas-du-monde-pone-en-marcha-su-novena-edicion-a-la-que-podran-postularse-proyectos-latinoamericanos/>

LatAm cinema. (2016). *Sørfond y el Pitching Forum*. Retrieved 2017 from Latamcinema.com: <https://www.latamcinema.com/sorfond-el-fondo-noruego-de-coproduccion-recibe-solicitudes-de-latinoamerica/>

Ley 397, Artículo 40 (7 de Agosto de 1997).

Ley de Cine, 814 (2003).

Meseguer, A. (24 de Marzo de 2014). *La Vanguardia*. Retrieved 2018 from ¿Es el crowdfunding la alternativa a la crisis de financiación del cine?: <http://www.lavanguardia.com/cine/20140324/54403857361/crowdfunding-crisis-financiacion-cine.html>

Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía. (2016). *Anuario estadístico del cine colombiano*. Bogotá.

Ministerio de Cultura ; Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) ; Proimágenes en Movimiento. (2005). *La Ley de Cine para Inversionistas y Donantes*.

Ministerio de Cultura. (2017). *CLASIFICACIÓN DE PELÍCULAS PARA SU EXHIBICIÓN* . From Mincultura.gov.co: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/Produccion/Paginas/CLASIFICACION-DE-PELICULAS-PARA-SU-EXHIBICION.aspx>

Ministerio de Cultura. (2016). Convocatoria de Estímulos 2016. *Programa Nacional de Estímulos* .

Ministerio de Cultura. (2017). Convocatoria de Estímulos 2017. *Programa Nacional de Estímulos* .

Ministerio de Cultura. (2003). IX. CUOTA DE PANTALLA. In *Ley de Cine*. Bogotá.

Ministerio de Cultura. (15 de Junio de 2016). *Ley Filmación Colombia*. From Mincultura.gov.co: <http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Paginas/Ley-Filmaci%C3%B3n-Colombia--ha-generado-ingresos-al-pa%C3%ADs-por-m%C3%A1s-de-86-mil-millones.aspx>

Ministerio de Cultura. (14 de Agosto de 2017). *Mincultura.gov.co*. From El cine colombiano pasa por su mejor momento: <http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Paginas/El-cine-colombiano-pasa-por-su-mejor-momento,-tras-siete-a%C3%B1os-de-crecimiento.aspx>

Ministerio de Cultura. (2010). Política Cinematográfica. In *Compendio de políticas culturales* (p. 655). Bogotá.

Ministerio de Cultura. (2017). *Trámite Reconocimiento Como Obra Nacional* . Retrieved Febrero de 2018 from Cineproducto.mincultura.gov.co: <http://cineproducto.mincultura.gov.co/>

OECD. (2016). *Estudios del Centro de Desarrollo Startup América Latina 2016 Construyendo un futuro innovador: Construyendo un futuro innovador*. París: OECD.

Pinzón, J. C. (26 de Octubre de 2016). “No queremos ser más inteligentes que el público”. (Semana.com, Interviewer) Bogotá.

Proimágenes Colombia. (2016). *Cine Colombiano Largometrajes*. From http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/peliculas_colombianas/resultados_peliculas.php?nt=1

Proimágenes Colombia. (2018). *CONVOCATORIA CORTOS EN SALAS*. Retrieved 12 de Febrero de 2018 from Proimagenescolombia.com: <http://www.proimagenescolombia.com/secciones/proimagenes/interna.php?nt=31>

Proimágenes Colombia. (2017). *Financiación: Fondos internacionales* . Retrieved 20 de Febrero de 2018 from Proimagenescolombia.com: http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/fondos/fondos.php?tipo=int

Proimágenes. (2017). *Devolución Ley 1556 « Comisión Fílmica Colombiana*. Retrieved 26 de Febrero de 2018 from Locationcolombia.com: <http://locationcolombia.com/estimulos-2/incentivos/?lang=es>

Proimágenes, C. (2017). *Convocatorias Fondo de Desarrollo Cinematográfico*. Retrieved 20 de 02 de 2018 from Convocatoriafdc.com: <http://www.convocatoriafdc.com/>

Proimágenes, C. (2017). *Convocatorias Fondo de Desarrollo Cinematográfico*. Retrieved 20 de 02 de 2018 from <http://www.convocatoriafdc.com/>

Reda, J. (7 de Septiembre de 2017). *What the Commission found out about copyright infringement but ‘forgot’ to tell us*. From Julia Reda: <https://juliareda.eu/2017/09/secret-copyright-infringement-study/>

Resolución , 1021 (República de Colombia 3 de Mayo de 2016).

Retina Latina. (2017). *Acerca de Retina Latina – Retina Latina*. From Retinalatina.org : <https://www.retinalatina.org/acerca-de-retina-latina/>

Revista Arcadia. (12 de Agosto de 2012). La Sirga, un éxito en Internet. *Revista Arcadia* .

Revista Faro. (2016). El Crowdfunding como ventana a la financiación cultural. *Revista Faro No.7* , 30.

Rivera, J. (2017). *Jerónimo Rivera Presenta*. Retrieved 25 de 02 de 2018 from <https://jeronimorivera.com/cinecolombiano/>

Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. (2017). *Concursos - Portafolio Distrital de Estímulos*. From Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte: <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/convocatorias/>

Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. (2018). *Sobre el Programa Distrital de Estímulos*. From Programa Distrital de Estímulos para la Cultura: <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/convocatorias/sobre-el-programa-distrital-de-estimulos>

Sundance. (2017). *Sundance.org*. Retrieved 2018 from About us: <http://www.sundance.org/about/us#/our-story>

SØRFOND. (2017). *SØRFOND PITCHING FORUM*. Retrieved 2017 from Filmfrasor.no: http://www.filmfrasor.no/sorfond/pitching_forum.html

World Cinema Fund. (2017). *World Cinema Fund*. Retrieved 9 de Diciembre de 2018 from https://www.berlinale.de/en/branche/world_cinema_fund/wcf_profil/index.html

10. ANEXOS

10.1. ANEXO 1. Guion 'naranjas sin piel'

Naranjas sin piel
Versión 4
16 de Agosto de 2016

Escrito por:

Ivan Sierra Sanjurjo

1 - EXT. MAR (ESTUDIO) - NOCHE

Telas de color azul oscuro ondulan furiosamente enfrente de la cámara simulando un mar tormentoso. Detrás de ellas se ve ISABEL (13), sentada de costado en una canoa que se mece estrepitosamente, su cabello negro agitado por el viento, su rostro salpicado de sangre y levemente iluminado por la luna, mira con ojos atónitos y perdidos enfrente suyo. La cámara se acerca a ella mientras el agua golpea el casco de la canoa y se rompe en miles de partículas brillantes. El sonido de la guerra empieza a confundirse con los sonidos de la escena.

Suenan:

Ametralladoras, llantos, gritos y ambulancias aullando.

ISABEL (V.O.)

(Gritando) Mamá, Mamá, Mamá...

El tronar lejano de un bombardeo acompaña los fogonazos de luz amarillenta que iluminan esporádicamente el rostro de la niña.

En la popa, HORACIO (30), rema con ímpetu cansado. Las olas se rompen en el casco, y el agua salta en todas direcciones.

HORACIO

(Gritando) ¡Se entra el agua!

ISABEL escucha a HORACIO con la mirada perdida.

HORACIO

(Gritando) ¡Hay mucho peso!

ISABEL mira con tristeza su regazo. HORACIO la mira con pena sin dejar de remar con ímpetu.

HORACIO

(Gritando) ¡Nos vamos a hundir!

En el regazo de ISABEL yace una MUJER (40) ensangrentada, con los ojos y la boca abierta de par en par. ISABEL la mira con tristeza, le cierra los parpados con la mano. Las olas

golpean el casco de la canoa y el agua salpica sobre la muerta. ISABEL llora.

HORACIO lucha con su remo contra las olas, y mira a ISABEL con pena.

ISABEL empuja el cuerpo fuera de la borda, y este se desgonza sobre el agua.

Una gran ola de tela cubre la pantalla.

TITULO:
NARANJAS SIN PIEL

2 - EXT. MAR (ESTUDIO) - NOCHE

El reflejo en el agua del rostro de ISABEL, con los brazos cruzados sobre las piernas y la cabeza apoyada sobre las rodillas, mirando con tristeza el agua; la superficie se agita levemente y dibuja volutas sobre el rostro. La canoa descansa meciéndose ligeramente sobre un mar calmo de tela. HORACIO descansa un momento observando con pena a ISABEL.

Compadecido HORACIO mira a la niña, piensa un momento, saca de uno de sus bolsillos una navaja, la mira entre sus manos, desenfunda su hoja metálica, y la acaricia.

HORACIO
Esta navaja me la regalaron el día del padre...

ISABEL no deja de mirar el agua. HORACIO prende un pequeño farol eléctrico que cuelga de un mástil corto a un costado suyo. La luz amarilla del farol ilumina a ambos.

HORACIO
..."para que me peles las naranjas" me dijo mi niña.

HORACIO saca un costal debajo del tablón en el que se encuentra sentado. Adentro de el hay algunos víveres enlatados, botellas de agua y unas cuantas frutas. HORACIO toma una naranja y comienza a pelarla en espiral desde el ombligo. HORACIO sonríe para sí mismo.

HORACIO
...siempre se la pelaba en espiral... una sola tira completica... y ella se entretenía con eso...

de papá uno tiene esos trucos pendejos para entretener a los pelaos... con mi niña era este...

HORACIO se queda rememorando un momento.

HORACIO
...este y el cuento de "la sonrisa y la noche"

HORACIO mira a ISABEL, que no aparta la mirada del agua.

HORACIO
¿Te sabes el cuento de "la sonrisa y la noche"?

ISABEL, no responde, ni voltea a mirar. HORACIO continúa hablando como si le prestaran atención.

HORACIO
Siempre se lo contaba en la cama, antes de dormir.

ISABEL contempla su reflejo tambaleante en el agua.

HORACIO
En un día que duraba... ¿Cómo es que era la vaina?

3 - ILUSTRACIONES

Mientras H cuenta en OFF la historia, vemos ilustraciones de libro infantil, tipo Edward Gorey.

HORACIO (V.O.)
En un mundo donde la noche duraba casi todo el día, y el día era tan nublado que parecía de noche, las personas deambulaban tristes entre la penumbra, desconfiando de las sombras que se veían a medias entre la sombra de la noche.

Ilustración 1 = Un grupo de 5 sombras grises sobre un fondo negro. Papá sombra, Mamá sombra, Hijo Mayor Sombra, Hijo del medio sombra, Abuela sombra, e Hija menor sombra. Van en fila, tomados de la mano, mirando en todas las direcciones con desconfiados ojos negros.

HORACIO (V.O.)
En esta tierra a oscuras, perderse era frecuente, y muy sensatas eran las personas que le tenían miedo; pues aquellos que se perdían casi nunca volvían a encontrarse.

Ilustración 2 = La familia Sombra en circulo comiendo algo sombrío en medio de los arboles de un bosque. La hija sombra se aleja siguiendo curiosa la sombra de un gato.

HORACIO (V.O.)

Para desgracia de las familias, los más propensos a perderse son los más curiosos y los más curiosos son los más pequeños. Así fue como una noche, la más pequeña de la familia se perdió, y sin esperanza deambulo, llorando por esa familia que nunca volvería a encontrar.

Ilustración 3 = Una niña diminuta perdida entre las ramas del bosque.

HORACIO (V.O.)

Hasta que de repente, en algún momento de una noche que había durado quien sabe cuántas noches, una luz apareció detrás de la sombra de un árbol, y la miro con ojos atónitos.

Ilustración 4 = Un zorro resplandeciente se asoma detrás de un árbol de naranjas y su luz deja ver los colores de su entorno; a sus pies un grupo de animales pequeños que también miran atónitos a la niña.

HORACIO (V.O.)

"¿De dónde sacas esa luz?" le preguntó la niña.
A lo que el zorro respondió "De mi sonrisa".

Ilustración 5 = Las naranjas cuelgan como soles naranjas encima de las cabeza del zorro y la niña. El zorro tiene la boca abierta de par en par y entre sus dientes hay un pájaro de color azul, La niña mira el pájaro con sorpresa.

HORACIO (V.O.)

"Todo es tan hermoso junto a ella!" dijo la niña, y luego añadió "Yo quiero una, ¿Dónde puedo conseguirla?".

"Yo puedo darte un retoño de la mía" dijo el zorro "pero no sé si deba".

"¿Por qué no?" dijo la niña.

Ilustración 6 = El zorro y la niña observan un pequeño huevo de pascua que él sostiene en la mano enfrente de ambos. Los animalitos a sus pies observan como si vieran una joya.

HORACIO (V.O.)

"Porque te ves muy ingenua" dijo el zorro "no sé si puedas conservarla".

"Claro que puedo" dijo la niña con enojo.

"¿Estás segura?" preguntó el zorro, "Si te doy esta sonrisa ¿vas a conservarla aunque llueva o aunque truene? ¿aunque el viento te congele los huesos o aunque te abandone la fortuna?"

Ilustración 7 = Sombras tenebrosas se ciernen encima de el zorro y la niña que se ven como una luz diminuta en medio del bosque. La niña observa seria los monstruos sobre su cabeza

HORACIO (V.O.)

"Si" dijo la niña "lo prometo" dijo aun más segura.

"Muy bien" dijo el zorro "entonces esta sonrisa es tuya"

Ilustración 8 = El zorro pone el huevo de pascua en las manos de la niña y ella sonríe por primera vez. Luz irradia de su cuerpo y alumbra su entorno como el zorro. Los animales pequeños abrazan en una rueda a la niña.

HORACIO (V.O.)

"Ahora eres responsable de ella" dijo el zorro "si la dejas apagar, toda la belleza que ves a tu alrededor desaparecerá". Y mientras se alejaba añadió "¡Que la felicidad aflore en ti pequeña!"

Ilustración 9 = La niña sentada en medio del bosque con las cascarras de huevo de pascua entre entre sus manos; de entre ellas sale volando un pájaro de colores que la niña observa sonriente. A sus pies un par de hámsters se acercan a ver. Lejos entre las sombras de los arboles el zorro y los pequeños animales se alejan.

HORACIO (V.O.)

La sonrisa guió a la niña hasta su hogar y allí puso un huevo, que dio otra sonrisa que puso un huevo que dio una sonrisa que puso un huevo... hasta que la noche se fue llenando de luces como las estrellas en un cielo despejado...

Ilustración 10 = La familia de la niña sonriente reunida en círculo, observando un pequeño polluelo asomando por el cascaron que el Padre tiene entre sus manos. Cascarras de huevos de pascua yacen a los pies de los demás y su

respectivo pájaro revolotea encima de la cabeza de cada uno de sus dueños.

HORACIO (V.O.)

Uno esperaría que apenas en un puñado de noches hubiera tantas luces que la noche ya no existiera. Pero cómo sospechaba el zorro, aunque la felicidad era fácil de recibir, no todos la podían conservar.

Ilustración 11 = La familia caminando junta por el bosque con sus pájaros iluminando el camino hacia el horizonte; entre los arboles hay un montón de pequeñas luces dispersas; en medio de una de ellas un hombre corre despavorido mientras una sombra de dientes se cierne sobre el pájaro que lo ilumina. Otras sombras como esa pululan en el bosque; figuras tenebrosas acechando encima de los pájaros y sus dueños.

4 - EXT. MAR(ESTUDIO) - NOCHE

HORACIO tiene los ojos cerrados y sonríe. ISABEL lo observa seria, con el rostro apoyado sobre su rodillas.

HORACIO

Cuando terminaba la historia, la miraba serio y le decía...

HORACIO abre los ojos y mira serio a la cámara.

HORACIO

"¿y tu? ¿Eres capaz de conservar tu sonrisa, llueva, truene o relampaguee?" y ella sonreía y asentía con la cabeza diciendo "¡llueva, truene o relampaguee!"

HORACIO sonríe y mira la naranja a medio pelar entre sus manos.

HORACIO

(para sí mismo)Llueva, truene o relampaguee

ISABEL lo mira seria.

ISABEL

¿Dónde están?

HORACIO continua pelando la naranja y cuenta como si fuera historia muy antigua.

HORACIO

Mi otro niño y ella fueron a jugar al bosque. El niño volvió pero la niña no. La buscamos meses enteros, y nunca la encontramos. ¿un hombre, un lobo, un fantasma? Nadie supo qué se la llevó.

ISABEL mira nuevamente al mar con tristeza. HORACIO resopla y mira la naranja entre sus manos mientras la despoja de su piel.

HORACIO

Mi mujer no le perdonó al mundo que fuera tan cruel, su corazón se amargó, y cada vez que yo trataba que la vida continuara ella se resentía conmigo. Así que un día se marchó a donde le dejaran estancarse en paz.

Sin dejar de contar, HORACIO termina de cortar la naranja, recoge la tira espiral en que se convirtió su cáscara, se para y camina hasta ISABEL.

HORACIO

El niño también se resintió con el mundo; pero en vez de aislarse decidió que quería cambiarlo. Cuando se hizo mayor se fue a la guerra, a cazar fantasmas en el bosque.

HORACIO se acuclilla al lado de ISABEL y le extiende la naranja pelada. Ella deja de mirar el agua y lo mira compasiva, pero no toma la naranja. Con la navaja en la mano Horacio sostiene la espiral de la cáscara entre el índice y el pulgar y la suspende en el aire entre él y la niña. La espiral parece un farolito naranja. HORACIO sonríe pensando en su hija. ISABEL mira el farolito sin entusiasmo y luego mira seria a HORACIO.

ISABEL

No es gracioso.

HORACIO

(como dando un consejo) Pierde la ingenuidad pero nunca pierdas la inocencia

ISABEL mira a HORACIO seria, sin entender. HORACIO deja la cascara en el suelo, toma la navaja poniendo su hoja sobre la palma de su mano, con el mango apuntando hacia la niña, y extiende la mano como si se la ofreciera. ISABEL observa el cuchillo.

HORACIO

Inocente es aquel que no desea hacer daño a nadie, ni tiene miedo de que le vayan a hacer daño a él.

HORACIO cierra la mano con fuerza alrededor de la hoja de la navaja. Sangre empieza a escurrir por su palma.

HORACIO

Ingenuo es aquel que cree que nadie quiere hacerle daño y que nada puede herirle.

HORACIO abre su mano y está cubierta de sangre. ISABEL lo mira entre atónita y preocupada. Horacio cierra la navaja y se la guarda en el bolsillo.

HORACIO

La tristeza es pasajera, guardar la tristeza es añadirle un dolor a otro dolor ¿Y eso pa' qué?

HORACIO saca la mano por la borda y la lava en el agua salada.

HORACIO

Lo único que puedo hacer por mi pequeña es conservar su sonrisa en mi sonrisa. Si dejo de sonreír ¿Qué logro? Nada; matar eso que a ella le gustaba cuando estaba aquí. Yo me quedé en este mundo, soy responsable por esa sonrisa. Si dejo que se apague... la estaría decepcionando.

ISABEL piensa un momento, mira su reflejo en el agua y trata de sonreír; pero la sonrisa le sale falsa, así que desiste. HORACIO la mira compasivo.

HORACIO

Toma tiempo perder el dolor de haber perdido y el miedo a volver a perder.

HORACIO pone la naranja pelada en la borda enfrente de ISABEL, ella la mira, como un pequeño planeta naranja enfrente suyo.

HORACIO

Le prometí a tu madre que las iba a ayudar cruzar el mar. Voy a hacer todo lo que pueda para cumplir lo que queda de mi promesa.

Una pequeña luz parece palpitar dentro de la naranja.

FIN

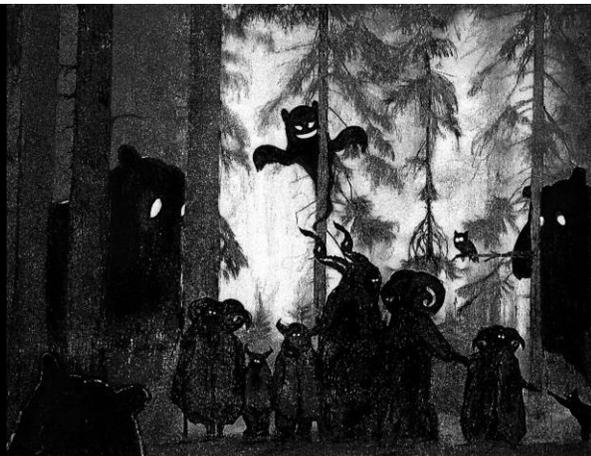
10.2. ANEXO 2. Cuento 'La sonrisa y la sombra'



Página de derechos

Ivan Sierra
La Sonrisa
y la Sombra
Ilustrado por Daniela Ramona

En un mundo
donde la noche duraba casi todo el día,
y el día era tan nublado
que parecía de noche,
las personas deambulaban
tristes entre la penumbra,
descongiando de las sombras
que se veían a medias
entre la sombra de la noche.



En esta tierra a oscuras,
perderser era frecuente,
y muy sensatas
eran las personas que le tenían miedo;
pues aquellos que se perdían
casi nunca volvían a encontrarse.



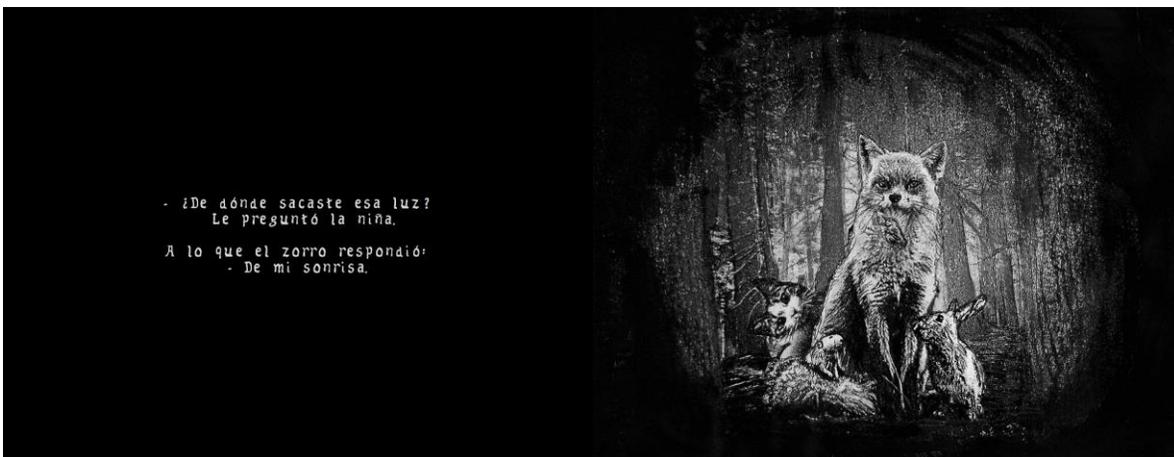
Para desgracia de las familias,
los más propensos a perderse son
los más curiosos,
y los más curiosos son
los más pequeños.
Así fue como una noche,
la más pequeña de la familia se perdió.





-y sin esperanza deambuló,
llorando por esa familia
que nunca volvería a encontrar.

Hasta que de repente,
en algún momento de una noche
que había durado quien sabe cuántas noches,
una luz apareció
detrás de la sombra de un árbol,
y la miró con ojos atónitos.



- ¿De dónde sacaste esa luz?
Le preguntó la niña.

A lo que el zorro respondió:
- De mi sonrisa.



- ¡Hace todo tan bonito!
Yo quiero una, ¿Dónde puedo conseguirla?
Dijo la niña.

-Yo puedo darte un retoño de la mía,
pero no sé si deba.
Dijo el zorro.

-¡Por qué no?
Dijo la niña.

- ¡Porque te ves muy ingenua!
No sé si puedas conservarla.
Dijo el zorro

- ¡Claro que puedo!
Dijo la niña con enojo.

- ¡Estás segura?
Si te doy esta sonrisa
¡vas a conservarla
aunque llueva o aunque truene?
¿Aunque el viento te congele los huesos
o aunque te abandone la fortuna?
Preguntó el zorro



- ¡Si!
Dijo la niña

- ¡Lo prometo!
Dijo aún más segura.

- Muy bien.
Dijo el zorro.

- Entonces, esta sonrisa es tuya.



- Ahora eres responsable de ella.
Si la dejas apagar,
toda la belleza que ves a tu alrededor
desaparecerá.

Dijo el zorro, y mientras se alejaba añadió.

- ¡Que la felicidad aslore en ti pequeña!

La sonrisa guió a la niña hasta su hogar
y allí puso un huevo,
que dió otra sonrisa
que puso un huevo
que dió una sonrisa
que puso un huevo.
Hasta que la noche se llenó de luces
como la noche en un cielo despejado.



Uno esperaría
que apenas en un puñado de noches
hubiera tantas luces
que la noche ya no existiera.
Pero como sospechaba el zorro,
aunque la felicidad era fácil de recibir,
no todos la podían conservar.



¿Y tú?
¿Eres capaz de conservar tu sonrisa
aunque llueva o aunque truene?
¿Aunque el viento te congele los huesos
o aunque te abandone la fortuna?

10.3. ANEXO 3. Planeación financiera

Cronograma

EL FILO DE LA INOCENCIA CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES 2016 - 2017													
		2016											
DESARROLLO		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
	Busqueda de Financiación												
	Casting												
	Scouting de Locación												
PREPRODUCCION													
Dirección	Guion Técnico												
	Ensayo con actores												
PREPRODUCCION													
Producción	Selección de suppliers (Transporte, Catering)												
	Selección y contrato de Locación												
	Permisos												
Foto	Visita a Locaciones												
	Investigación, referencias y pruebas												
	Propuesta												
Arte	Visita a Locaciones												
	Investigación, referencias y pruebas												
	Propuesta												
	Preproducción de Arte												
	Busqueda de vestuario												
	Ensayo con vestuario												
RODAJE													
	EN BOGOTA												
POSTPRODUCCION													
	Edicion Offline												
	Post Online (Color, Masters y conversiones)												
	Diseño de Credits												
	Diseño Sonoro y Composición												
	Postproduccion de Sonido												
	Master y copias												
DISTRIBUCIÓN													
	Diseño de material gráfico												
	Tramites de Nacionalización												
	Campaña de redes												
	Aplicación a festivales												
	Pre producción del lanzamiento en colombia												
	Premiere												

Desglose

Desglose Naranjas sin piel																	
Escena	I/E	Dia/Noche	Duración	Centro de Producción			Descripción	Principales		Personajes			Vehiculos			Observaciones	
				Locación Real	Locación Guion	Set		Nombre	#Prin x día	Figurantes	Nombre	#Fig x día	Vehiculos	Numero	#V x día		
1	E	Noche	1/2	Estudio	Mar	Mar	Horacio e Isabel intentan huir de la guerra, la tormenta amenaza con hundir la canoa e Isabel se ve obligada a arrojar el cuerpo de su madre al mar.	2	Isabel / Horacio	1	1	Mujer	0.5	Canoa	1	0.5	
2	E	Noche	1/2	Estudio	Mar	Mar	Horacio empieza a narrar la historia de "la sonrisa y la noche"	2	Isabel / Horacio	1			0	Canoa	1	0.5	
3		Ilustraciones	1	Estudio de sonido			La historia que cuenta Horacio se narra a través de ilustraciones	1	Horacio	1			0		0	0	Narración
4	E	Noche	1	Estudio	Mar	Mar	Horacio cuenta su historia, y la diferencia entre inocencia e ingenuidad.	2	Isabel / Horacio	2			0	Canoa	1	1	
Total días			3														

Presupuesto

PRESUPUESTO

Formato de rodaje	1080p
Semanas de preproducción	6
Días de rodaje	1
Semanas de posproducción	4
TOTAL PESOS:	96276698

PROYECTO	Naranjas sin piel
PRODUCTOR	Linda Marin
DIRECTOR	Ivan Sierra Sanjurjo

RESUMEN	
1. GASTOS GENERALES	5715503
2. DESARROLLO	14617195
3. PREPRODUCCION	2100000
4. PRODUCCION Y RODAJE	47844000
5. POSPRODUCCION	18000000
6. PROMOCION Y LANZAMIENTO	8000000
TOTAL	96276698

	Precio Unitario	Unidad	Total en Pesos	4x1000
1. GASTOS GENERALES : \$ 5715503				
Gastos fiduciaria	2000000	1	2000000	8000
Gastos asesoria legal	2400000	1	2400000	9600
Gastos de timbre y notaria	140000	1	140000	560
Contador	760000	1	300000	1200
Depósito legal	400000	1	400000	1600
Clasificación de la película	91930	1	91930	368
Costo 4X1000			383573	

2. DESARROLLO : \$ 14617195				
Producción				
Productor Ejecutivo	3000000	1	3000000	12000
Guión				
Derechos y honorarios	6067195	1	6067195	24269
Presentación				
Fotocopias y encuadernación	280000	1	50000	200
Ilustradora	5500000	1	5500000	22000

3. PREPRODUCCION : \$ 2100000				
CASTING				
Casting	1500000	1	1500000	6000
LOGÍSTICA				
Transporte personas y carga terrestre	600000	1	600000	2400

4. PRODUCCION Y RODAJE :
\$ 47844000

PERSONAL PRODUCCIÓN					
Productor de campo	3000000	1	3000000	12000	
Asistente de producción de campo	800000	1	800000	3200	
DIRECCION					
Director	5000000	1	5000000	20000	
Asistente de dirección	800000	1	800000	3200	
Otros asistentes de dirección	0	1	0	0	
Script	700000	1	700000	2800	
ELENCO					
Actores principales	3000000	1	3000000	12000	
PERSONAL DEPARTAMENTO DE FOTOGRAFÍA					
Director de fotografía y cámara	2500000	1	2500000	10000	
Camarografo	1000000	1	1000000	4000	
Asistente de cámara I	800000	1	800000	3200	
Asistente de cámara II	0	1	0	0	
Gaffer	800000	1	800000	3200	
Electricista	600000	1	600000	2400	
Asistente de Luces	0	1	0	0	
Otros asistentes de luces	0	1	0	0	
SONIDO					
Sonidista	2000000	1	2000000	8000	
Microfonista	800000	1	800000	3200	
DIRECCION ARTISTICA					
Dirección de arte	2500000	1	2500000	10000	
Asistente de Arte	800000	1	800000	3200	
Escenografo	800000	1	800000	3200	
Ambientador	0	1	0	0	
Utilero	600000	1	600000	2400	
Asistente(s) de utilería	0	1	0	0	
Diseñador de Vestuario	800000	1	800000	3200	
Maquillador	600000	1	600000	2400	
EQUIPO DE RODAJE, ACCESORIOS Y MATERIALES					
Alquiler cámara, optica y accesorios	4000000	1	4000000	16000	
Alquiler Luces y Grip	3000000	1	3000000	12000	
Alquiler otros equipos	500000	1	500000	2000	
Casetes, discos duros, dvd y otros	300000	1	300000	1200	
MATERIALES DE ARTE					
Ambientación, escenografía y utilería	4000000	1	4000000	16000	
Vestuario	600000	1	600000	2400	
Maquillaje	800000	1	800000	3200	
MATERIALES DE SONIDO					
Alquiler paquete de sonido	1000000	1	1000000	4000	
Compras miscelaneas de sonido	200000	1	200000	800	
LOCACIONES					
Tarifa locaciones	2884000	1	2884000	11536	
LOGÍSTICA					
Tranporte personas y carga terrestre	800000	1	800000	3200	
Tranporte personas y aereo	400000	1	400000	1600	
Alojamiento	110000	6	660000	2640	
Alimentación	800000	1	800000	3200	

4. POSPRODUCCION : **\$ 1800000**

EDICION					
Editor/Montajista	3000000	1	3000000	12000	
Proceso de finalización y Master	3000000	1	3000000	12000	
Composición (diseño de títulos y créditos)	2000000	1	2000000	8000	
Subtitulación	1500000	1	1500000	6000	
SONIDO					
Edición de sonido/Diseñador de sonido	2000000	1	2000000	8000	
Grabación y edición foley	2000000	1	2000000	8000	
Mezcla final y codificación	2000000	1	2000000	8000	
MUSICA					
Estudio de grabación	1000000	1	1000000	4000	
Derechos música original	1500000	1	1500000	6000	

5. PROMOCION Y LANZAMIENTO : **\$ 8000000**

HONORARIOS					
Diseño y producción de campaña	1200000	1	1200000	4800	
Concepto y diseño ,material impreso	1200000	1	1200000	4800	
Personal prensa y relaciones públicas	1200000	1	1200000	4800	
Campaña digital y redes sociales	1200000	1	1200000	4800	
PREMIER					
Gastos logística, bebidas y pasabocas	1500000	1	1500000	6000	
DISTRIBUCIÓN					
Festivales y muestras internacionales	1200000	1	1200000	4800	
LOGÍSTICA					
Envíos	500000	1	500000	2000	

10.4. ANEXO 4. Documentos reconocimiento proyecto nacional

Formulario

	Formulario de Solicitud de Reconocimiento como Proyecto Nacional – Aprobación ordinaria	Página 1 de 1
		Código: F-DCI-032
		Versión: 0 Fecha: 29/Ago/2013

Este proyecto cumple con las condiciones para ser una producción o coproducción nacional, el capital invertido en éste es al menos 20% colombiano; el presupuesto total no es superior a 7060 S.M.L.M.V; (para cortometrajes el presupuesto total no es superior a 880 S.M.L.M.V).

DATOS DEL PRODUCTOR (Si son varios productores colombianos, favor diligenciar la información específica de cada uno)

Tipo de productor	Persona jurídica	Persona natural	<input checked="" type="checkbox"/>
Datos de la Persona Jurídica			
Nombre o razón social		Número de NIT	
Nombres y apellidos del representante legal		Tipo documento	C CE
		Número	
Datos de la Persona Natural			
Nombres y apellidos Linda Vanessa Marín Torres		Número C.C.: [REDACTED]	

DATOS DE CORRESPONDENCIA (Si son varios productores colombianos, favor diligenciar los datos del productor delegado, persona natural o jurídica, para adelantar este trámite)

Dirección de correspondencia [REDACTED]			
Teléfonos [REDACTED]	Fax	Celular [REDACTED]	Correo Electrónico [REDACTED]
Sitio web	Municipio Chía	Departamento Cundinamarca	

DATOS DE LOS COPRODUCTORES EXTRANJEROS (diligenciar los datos para todos aquellos con los cuales se tenga contrato de coproducción firmado).

Nombre o razón social		
Nombre de contacto		
Teléfonos (indicativo)	Fax (indicativo)	Correo Electrónico
Sitio web	Ciudad	País

DATOS DEL PROYECTO

Nombre del proyecto Naranjas sin piel							
Marque con una (x) o complete la siguiente información							
Proyecto de	Largometraje		Etapa actual	Desarrollo	<input checked="" type="checkbox"/>	Producción nacional	<input checked="" type="checkbox"/>
	Cortometraje	<input checked="" type="checkbox"/>		Preproducción		Coproducción nacional	
	Duración	8 min		Producción		Presupuesto total: 97'401.195	
			Posproducción		Presupuesto parte colombiana: 97'401.195		
Formato rodaje	35mm	Super16mm	16mm	Electrónico	<input checked="" type="checkbox"/>	Especificar 1920X1080	
Ficción	<input checked="" type="checkbox"/>	Documental		Animación			

DECLARACIÓN

Declaro que: a) conozco que, una vez expedida la Resolución de Reconocimiento como Proyecto Nacional, el plazo de ejecución del proyecto cinematográfico es de tres (3) años; b) el proyecto deberá mantener las condiciones para aprobación ordinaria, y en caso contrario deberá surtir un nuevo trámite de aprobación; c) que cuento con autorizaciones y cesiones de derecho de autor que permiten a la empresa productora o a mí producir el proyecto; d) acepto que el incumplimiento o falsedad de cualquier información suministrada es razón suficiente para que la Dirección de Cinematografía anule la respectiva Resolución de Reconocimiento como Proyecto Nacional.

FIRMA

Con mi firma acepto plenamente las condiciones, y certifico la veracidad de todo cuanto queda consignado en el presente formulario y sus respectivos anexos.

[REDACTED]	
FIRMA DEL PRODUCTOR O DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA PRODUCTORA	CIUDAD Y FECHA BOGOTÁ - 9/08/16

Sinopsis

Una canoa se aleja de la guerra, Isabel y su madre se encaminan en una travesía sin retorno buscando la otra orilla del mar, pero antes de emprender el largo viaje la guerra cobra una víctima más; Isabel mantiene su mirada perdida mientras su madre permanece muerta en su regazo. Horacio, quien tenía la misión de ayudarlas a cruzar el mar, lucha contra las olas que amenazan con hundir la canoa, hay mucho peso. Isabel saca el cuerpo de su madre por la borda.

Compadecido con la pequeña, Horacio le comparte su pasado y la razón de su sonrisa. Tras hechos que nunca fueron esclarecidos su hija desapareció en el bosque, la pérdida también tuvo como consecuencia el quebranto de su hogar. A pesar de los hechos Horacio decidió no guardar tristezas, conservando esa sonrisa.

El hombre se comprometió con ayudarlas a cruzar el mar, y cumplirá con su palabra; al terminar la travesía Isabel se deberá enfrentar con la dificultad de conservar la felicidad sin importar las circunstancias.

Locaciones

LISTADO DE LOCACIONES				
Proyecto:	Naranjas sin piel			
Ciudad	Departamento	Locación	Dirección	Teléfono
Chía	Cundinamarca	Estudio de Televisión	Campus del Puente del Común, Km. 7, Autopista Norte de Bogotá	8615555

Personal técnico y artístico

LISTA DE PERSONAL			
NOMBRES	APELLIDOS	CARGOS	NACIONALIDAD
Linda Vanessa	Marín Torres	Productor	Colombiano
Ivan José	Sierra Sanjurjo	Director	Colombiano
Ivan José	Sierra Sanjurjo	Autor del guion	Colombiano
Ivan José	Sierra Sanjurjo	Director de Fotografía	Colombiano
Guadalupe	Errazuriz	Director de Arte	Colombiano
Juan Mauricio	Piñeros Pulido	Sonidista	Colombiano
Miguel Ángel	Amaya Farfán	Montajista	Colombiano
Nicolás	Rico Rojas	Diseñador de Sonido	Colombiano
Nicolás	Rico Rojas	Autor de la Música Original	Colombiano
Estefanía	Baquero Lozano	Primer asistente de Cámara	Colombiano
Deivy Farith	Rubriche Torres	Gaffer	Colombiano
Dayan Stefany	Triana Castro	Script	Colombiano
Karen Vanessa	Ruiz Hernández	Asistente de Dirección	Colombiano
Valeria	Murcia Valdes	Vestuarista	Colombiano
Giselle Andrea	Geney Celis	Director de casting	Colombiano
Anderson Steven	Barbosa Vera	Colorista	Colombiano
Jarlin Javier	Martínez Muñoz	Actor protagónico	Colombiano
María Paula	Murcia Valdes	Actor protagónico	Colombiano

Certificado de registro de obra literaria

	MINISTERIO DEL INTERIOR DIRECCION NACIONAL DE DERECHO DE AUTOR UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL OFICINA DE REGISTRO <u>CERTIFICADO DE REGISTRO OBRA LITERARIA INEDITA</u>	Libro - Tomo - Partida 10-589-179
		Fecha Registro 14-jul-2016
		Página 1 de 1
<u>1. DATOS DE LAS PERSONAS</u>		
AUTOR		
Nombres y Apellidos	IVAN JOSÉ SIERRA SANJURJO	No de identificación CC [REDACTED]
Nacional de	COLOMBIA	
Dirección	[REDACTED]	Ciudad BOGOTA D.C.
<u>2. DATOS DE LA OBRA</u>		
Título Original	NARANJAS SIN PIEL	
Año de Creación	2016	
CLASE DE OBRA	INEDITA	
CARACTER DE LA OBRA	OBRA INDIVIDUAL	
CARACTER DE LA OBRA	OBRA ORIGINARIA	
AMBITO LITERARIO	INTERES GENERAL	
<u>3. DESCRIPCIÓN DE LA OBRA</u>		
<u>4. OBSERVACIONES GENERALES DE LA OBRA</u>		
<u>5. DATOS DEL SOLICITANTE</u>		
Nombres y Apellidos	IVAN JOSÉ SIERRA SANJURJO	No de Identificación [REDACTED]
Nacional de	COLOMBIA	Medio Radicación REGISTRO EN LINEA
Dirección	[REDACTED]	Teléfono [REDACTED] Ciudad BOGOTA D.C.
Correo electrónico	[REDACTED]	Radicación de entrada 1-2016-53177
En representación de	EN NOMBRE PROPIO	
 MANUEL ANTONIO MORA CUELLAR JEFE OFICINA DE REGISTRO		
LVP		

Nota: El derecho de autor protege exclusivamente la forma mediante la cual las ideas del autor son descritas, explicadas, ilustradas o incorporadas a las obras. No son objeto de protección las ideas contenidas en las obras literarias y artísticas, o el contenido ideológico o técnico de las obras científicas, ni su aprovechamiento industrial o comercial (artículo 7o. de la Decisión 351 de 1993).

Certificado cesión de derechos

	MINISTERIO DEL INTERIOR DIRECCION NACIONAL DE DERECHO DE AUTOR UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL OFICINA DE REGISTRO	Libro - Tomo - Partida 11-121-230 Fecha Registro 04-ago-2016
	<u>CERTIFICADO DE REGISTRO DE ACTOS Y CONTRATOS</u>	
Página 1 de 1		
<u>1. DATOS DE LAS PERSONAS</u>		
PARTE INTERVINIENTE -- CESIONARIO		
Nombres y Apellidos	LINDA VANESSA MARÍN TORRES	No de identificación CC [REDACTED]
Nacional de	COLOMBIA	
Dirección	[REDACTED]	Ciudad CHIA
PARTE INTERVINIENTE -- CEDENTE		
Nombres y Apellidos	IVAN JOSÉ SIERRA SANJURJO	No de identificación CC [REDACTED]
Nacional de	COLOMBIA	
Dirección	[REDACTED]	Ciudad BOGOTA D.C.
<u>2. CLASE DE CONTRATO O ACTO</u>		
TRANSFERENCIA DE DERECHOS PATRIMONIALES		
DURACION ENTRE CINCO (5) AÑOS Y DIEZ (10) AÑOS		
<u>3. OBJETO Y AÑO DE CREACIÓN</u>		
Objeto CESIO'N DE DERECHOS PATRIMONIALES DE AUTOR DERIVADOS DE LA OBRA LITERARIA TITULADA "NARANJAS SIN PIEL" POR PARTE DEL AUTOR Y A FAVOR DEL CESIONARIO.		
<u>4. VALOR</u>		
Oneroso		
Cuantía	6067195	
<u>5. LUGAR Y FECHA DE LA FIRMA</u>		
BOGOTA D.C.	27-julio-2016	
<u>6. OBSERVACIONES GENERALES DE LA OBRA</u>		
<u>7. DATOS DEL SOLICITANTE</u>		
Nombres y Apellidos	LINDA VANESSA MARÍN TORRES	No de Identificación [REDACTED]
Nacional de	COLOMBIA	Medio Radicación REGISTRO EN LINEA
Dirección	[REDACTED]	Teléfono [REDACTED] Ciudad CHIA
Correo electrónico	[REDACTED]	Radicación de entrada 1-2016-60549
En representación de:	EN NOMBRE PROPIOEN NOMBRE PROPIO	
 MANUEL ANTONIO MORA CUELLAR JEFE OFICINA DE REGISTRO		
MZP		

Nota: El derecho de autor protege exclusivamente la forma mediante la cual las ideas del autor son descritas, explicadas, ilustradas o incorporadas a las obras. No son objeto de protección las ideas contenidas en las obras literarias y artísticas, o el contenido ideológico o técnico de las obras científicas, ni su aprovechamiento industrial o comercial (artículo 7o. de la Decisión 351 de 1993).

10.5. ANEXO 5. Storyboard

STORYBOARD 'LA SONRISA Y LA SOMBRA'

BORRADOR ILUSTRACIONES
LA SONRISA Y LA SOMBRA

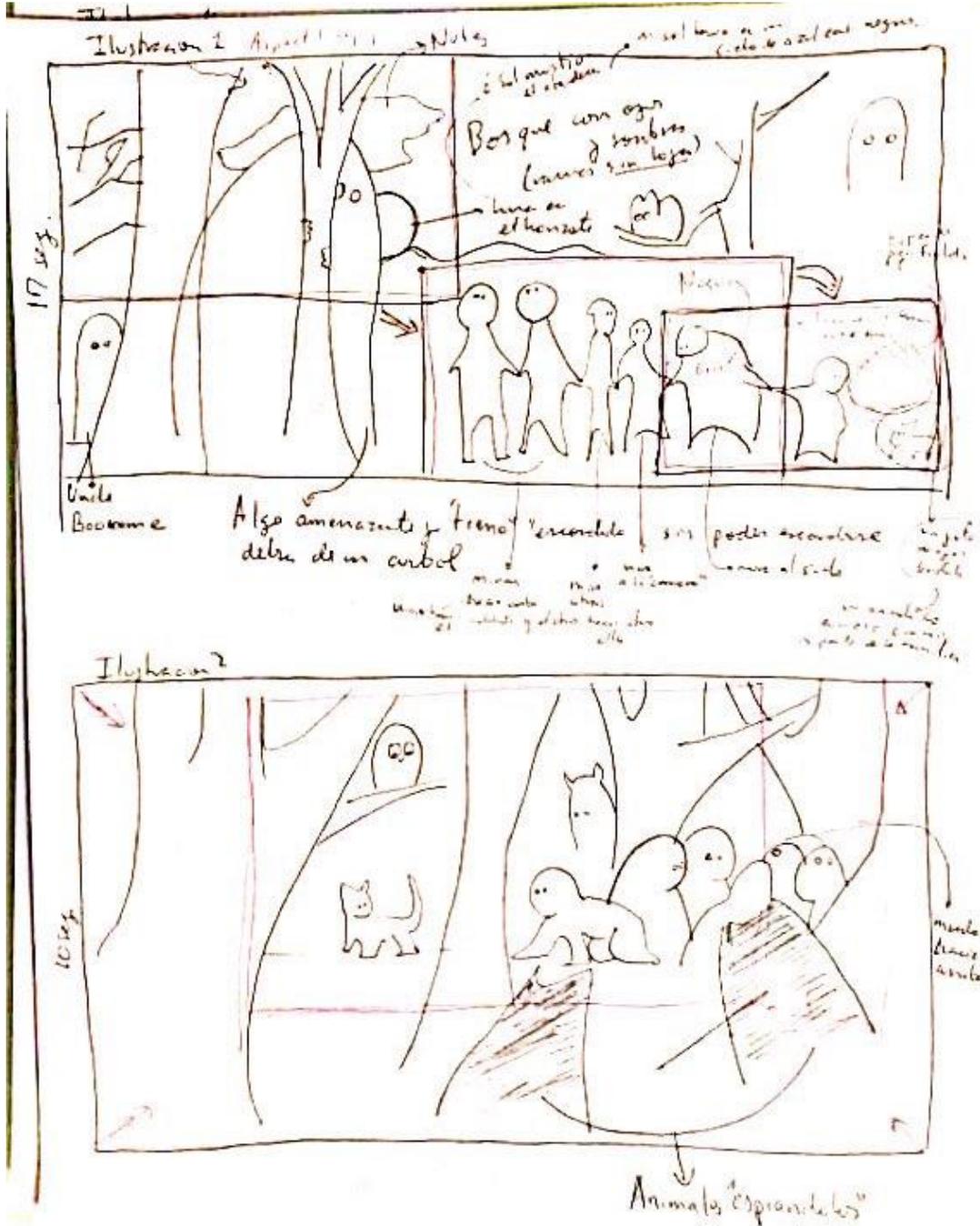
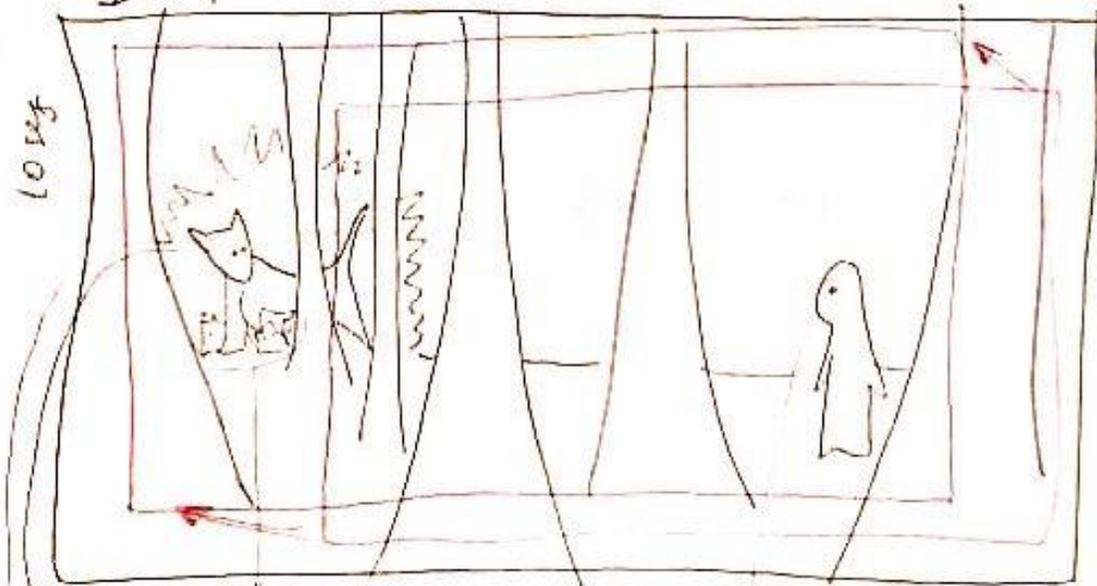


Illustration 3



La chambre et table de chevet de la chambre les autres chambres

Illustration 4



10/07

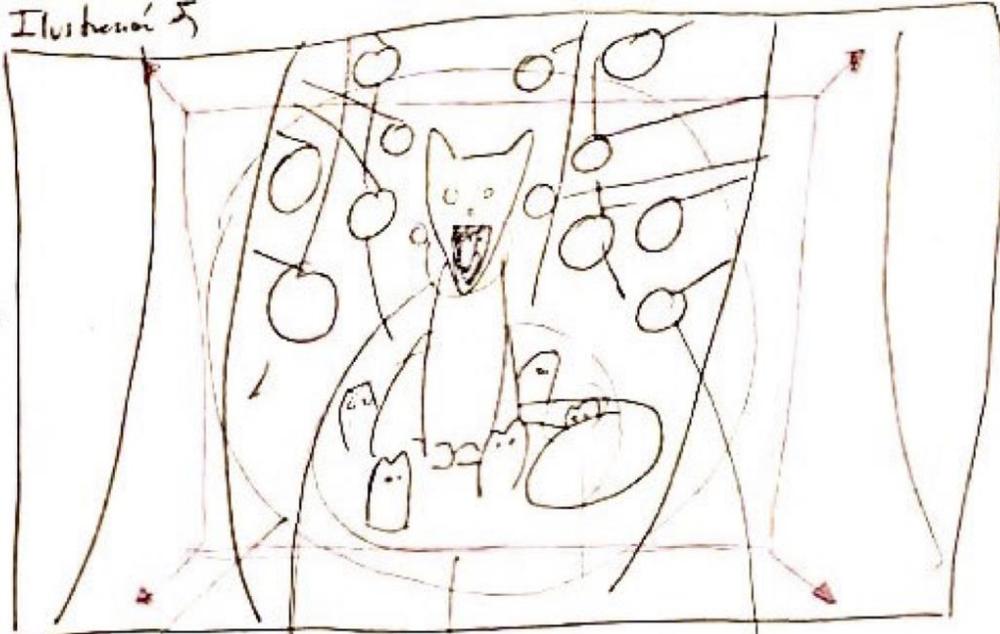
Améliorer sur plus in...
à l'extérieur

La bibliothèque
sur table avec sur

meuble de la

Ilustración 5

11 seg



Los alrededores del Zorro que le avienta

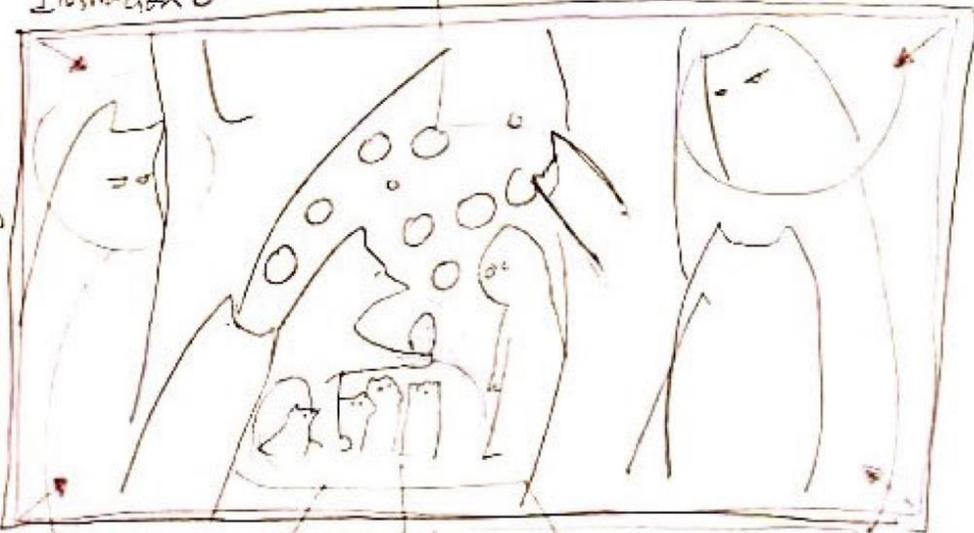
Pajano de agua centrado

Animalitos curvados manitas falditas

Nieve y calquela de ramos de arboles (una más que otra con los detalles de la labor del zorro)

Ilustración 6

15 seg



Labra del zorro al zorro con los detalles de la labor

Animalitos curvados manitas falditas

Lambos No muy labra

Ilustración 7

16 seg



Flora truco
Sombra

ángulos redondeados

El zorro y los animales miran a la niña

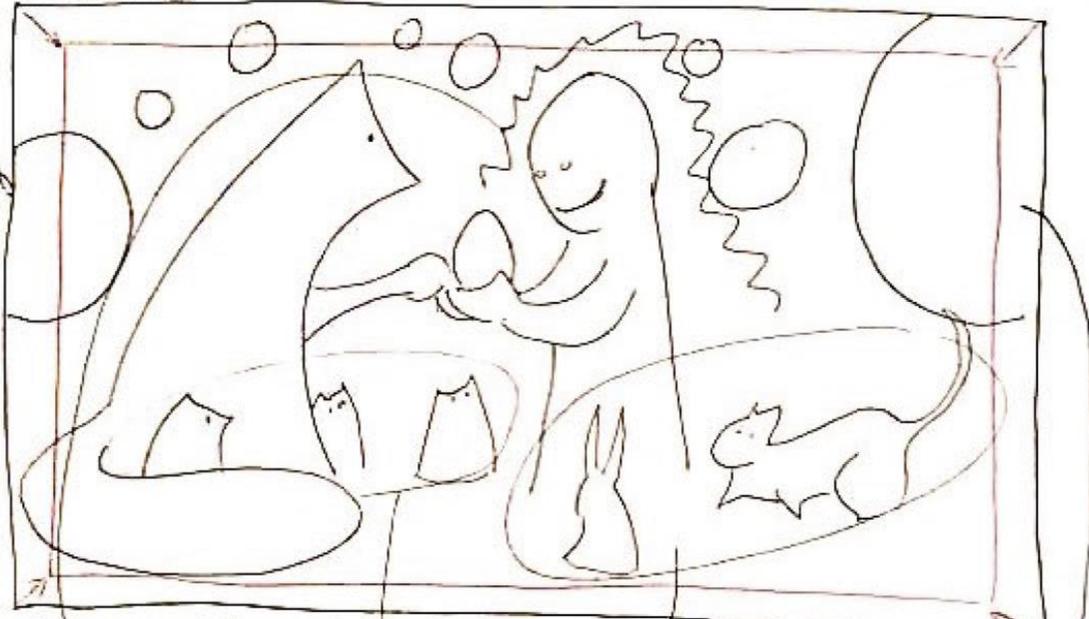
El huerto en el suelo entre el zorro y la niña

La luz es un "Burbuja" en medio de la oscuridad

La niña mira los sombreados en el huerto

Ilustración 8

10 seg



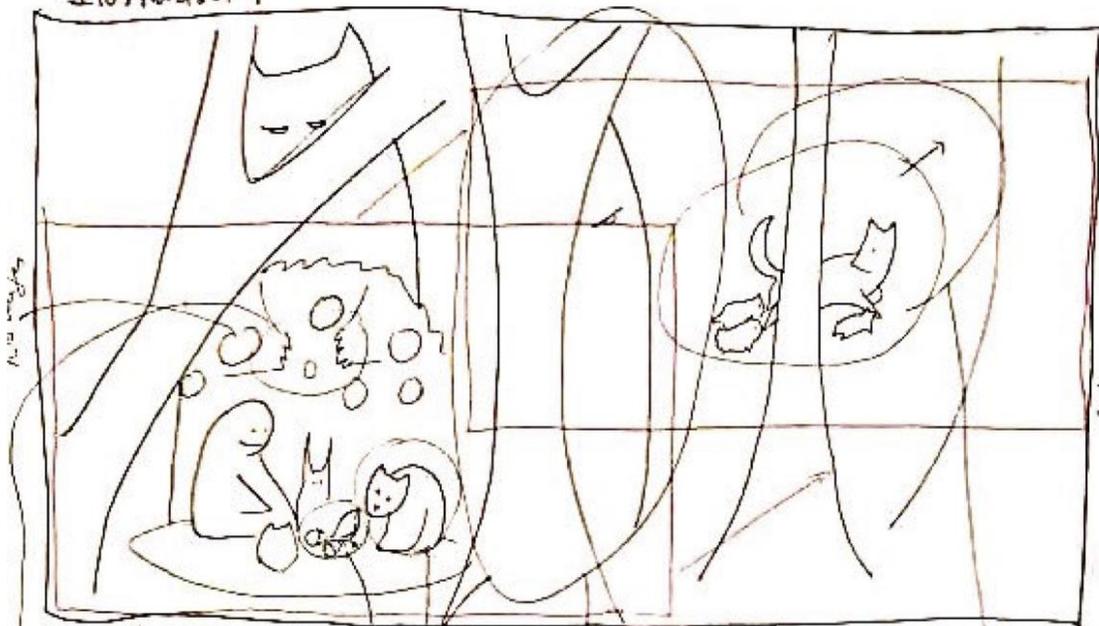
los machos del cuerpo de la niña

los animales del zorro le miran

El gato al comer

Mirando en

Ilustración 9



16891

de tras de la luz mas pequeña gomas

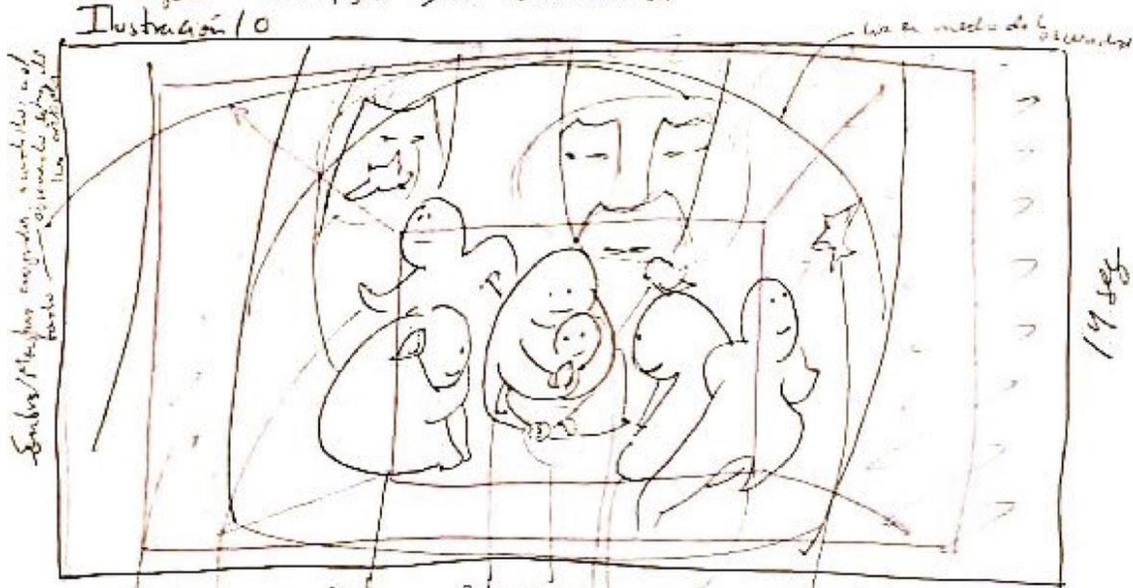
Si esto es punto gabriela
de tras de la luz mas pequeña gomas
si esto es punto gabriela
de tras de la luz mas pequeña gomas

Un espacio de oscuridad un poco
mas grande entre ambos lados

Si se hubieran movido es conducto
en la oscuridad

Ubicando mas
a la izquierda

Ilustración 10



En las ilustraciones anteriores, se muestra un
punto de vista que se ve desde el
lado izquierdo

Una en medio de la oscuridad

16892

Pajaro
volando

Miño
con el
detrás de la
pijama

Abuelo
con una pijama
y el hombre

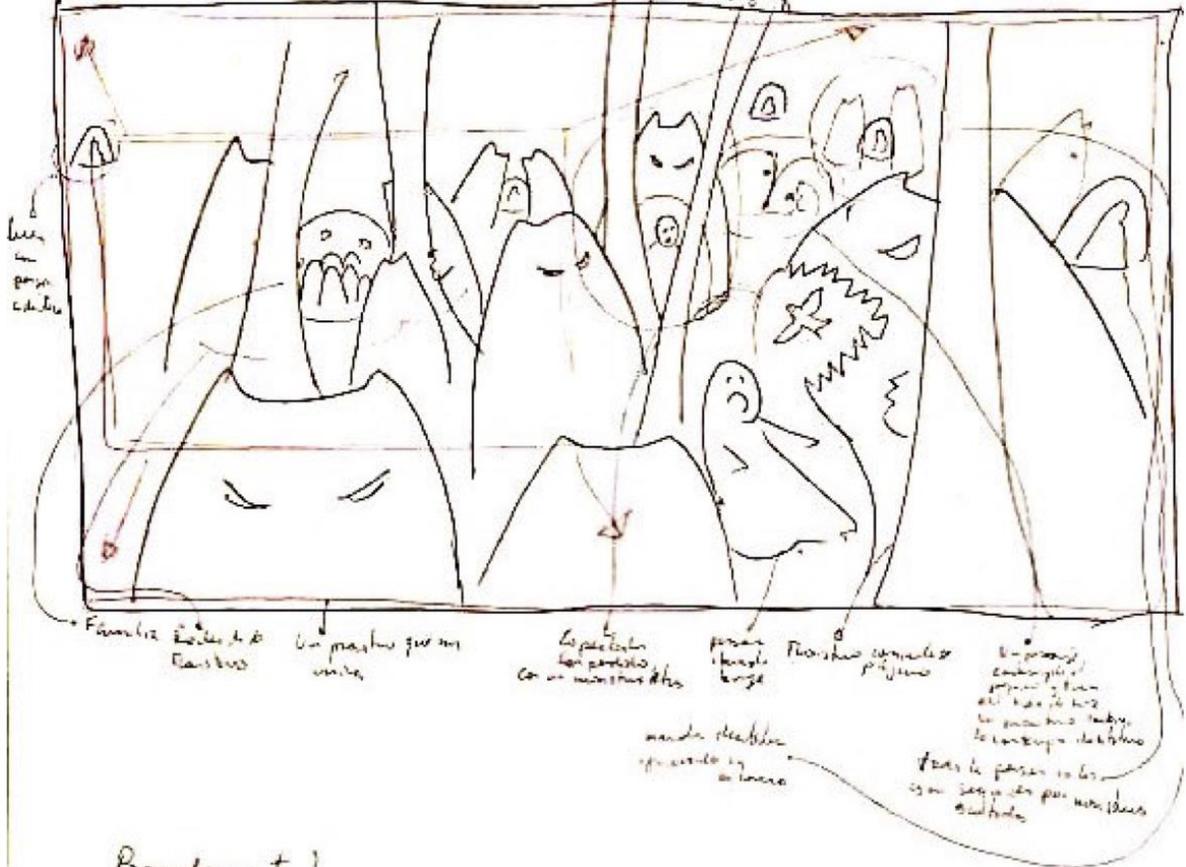
Primo con
una pijama
y el hombre
con una
pijama

Miño
con el
detrás de la
pijama

Pajaro volando
con el
detrás de la
pijama

Ilustración II

14/04/88



Procedimiento?

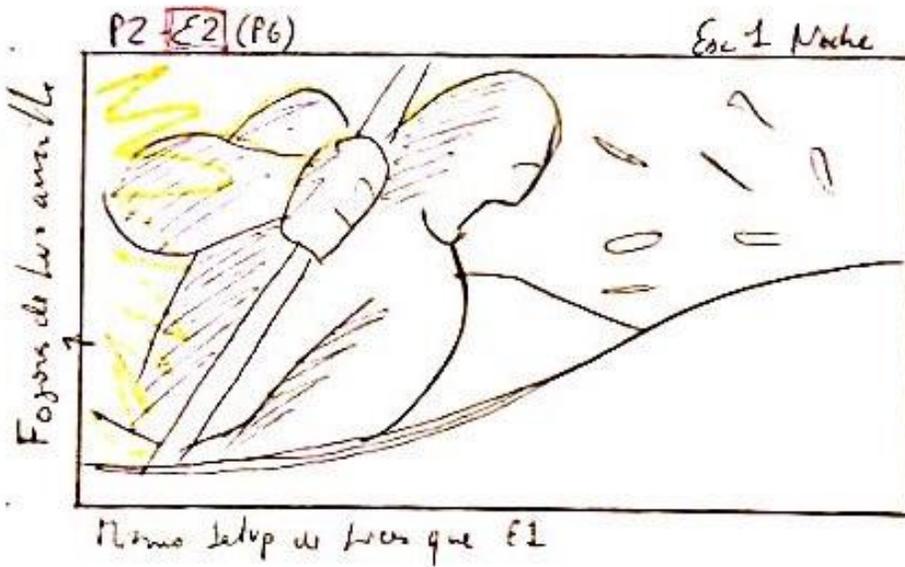
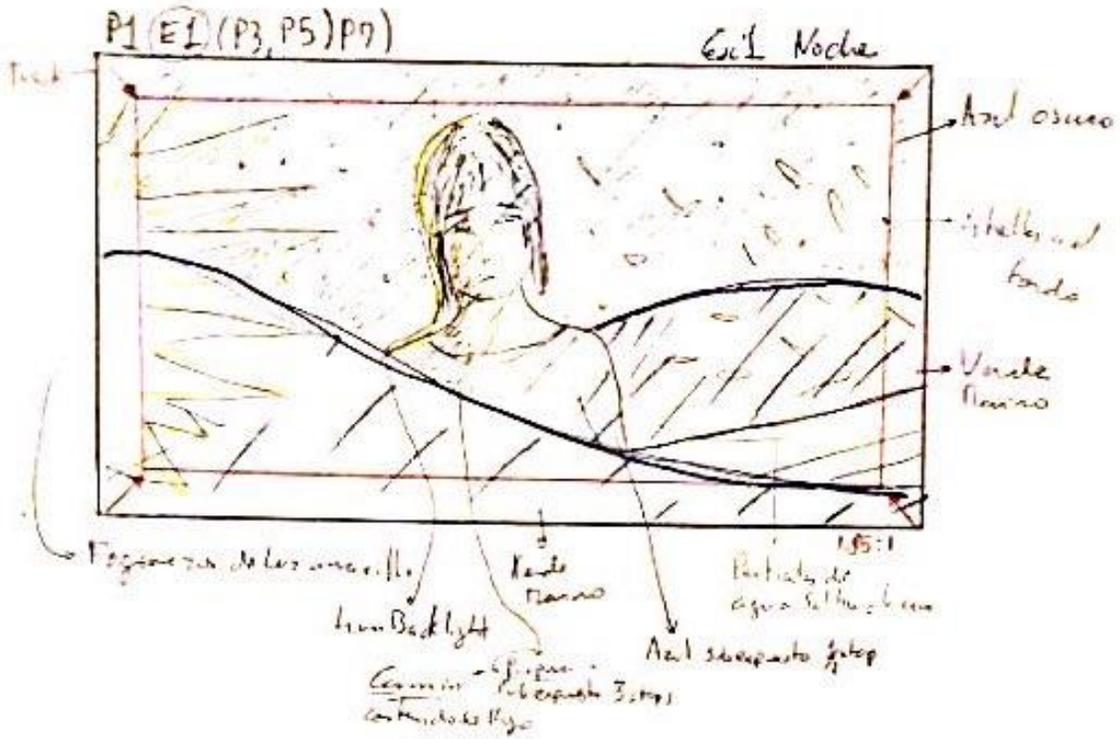
- Definir todo los personajes
- Definir el objeto
- Hacer brevedad - Observar el lenguaje hablado (¿cómo se dice?)

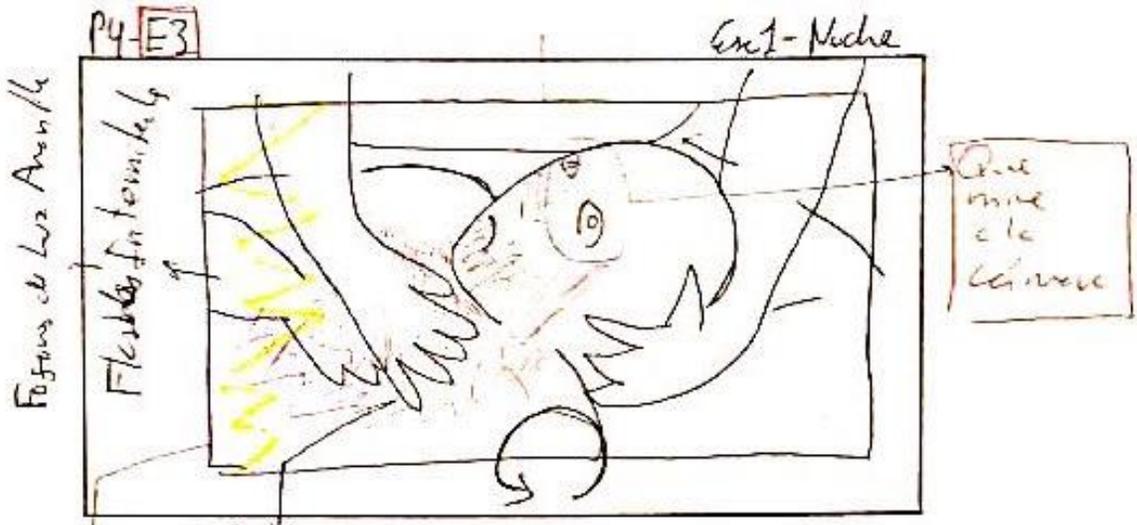
¿Qué es un
¿cómo se dice?

¿Cómo es?

Respecto de 185-1

Storyboard 'Naranjas sin piel'



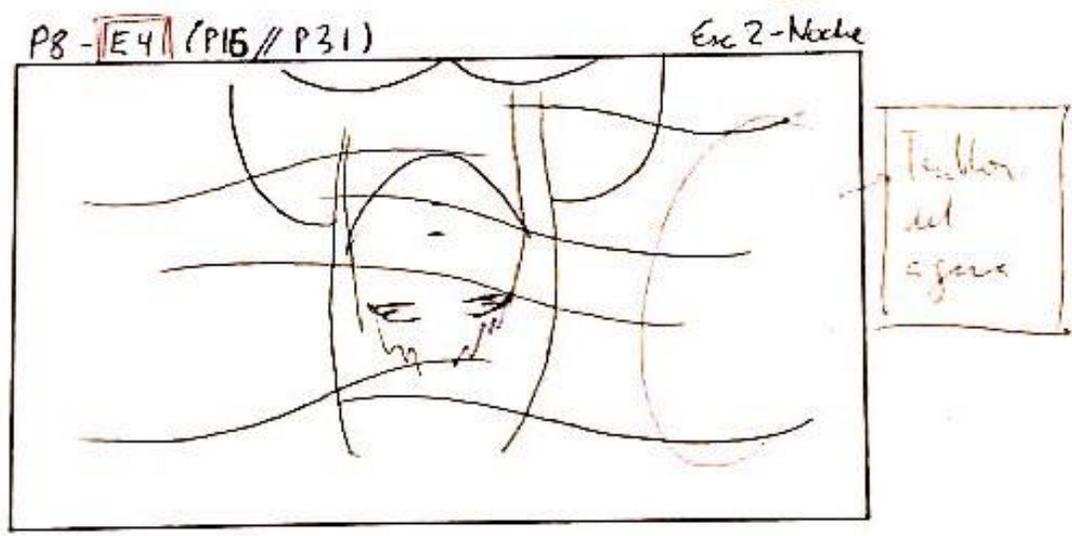


Predomina la luz con mltas de las sombras
(Plano Sombrio.)

Inventa en Post para que parezca Subjetivo? (X)

OVERSHOULDER o (en. tal)

Cura de la U

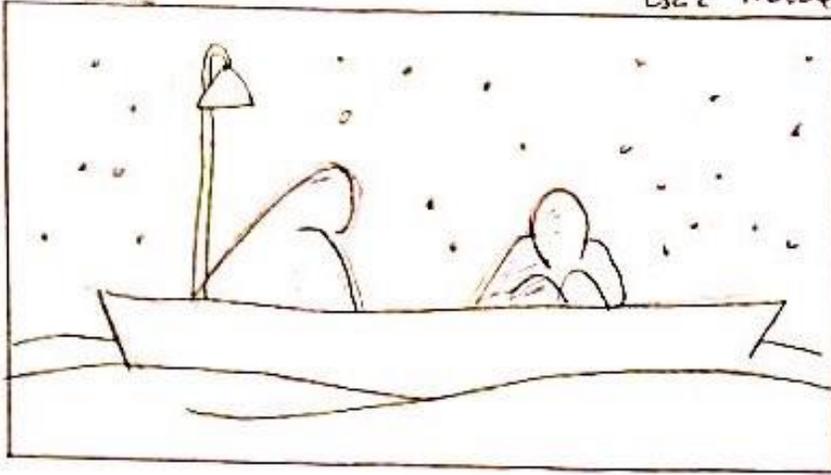


Flechas del espacio

P9 [ES]

1907

Esc 2 Noche



P10 [E6] (P12, P21)

Esc 2 Noche

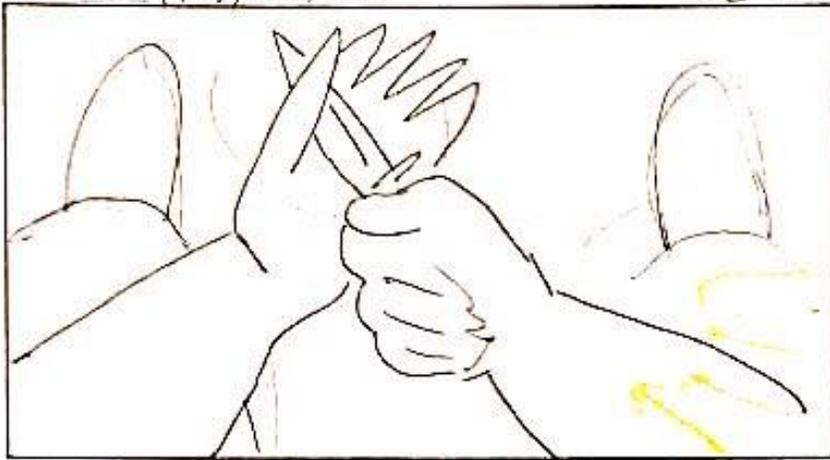


(ESP) La luz viene de la luna. El agua puede ser
 que se abate - al le ponde

3

P11 [E7] (P13, P19, P23)

Ex 2 Mocha

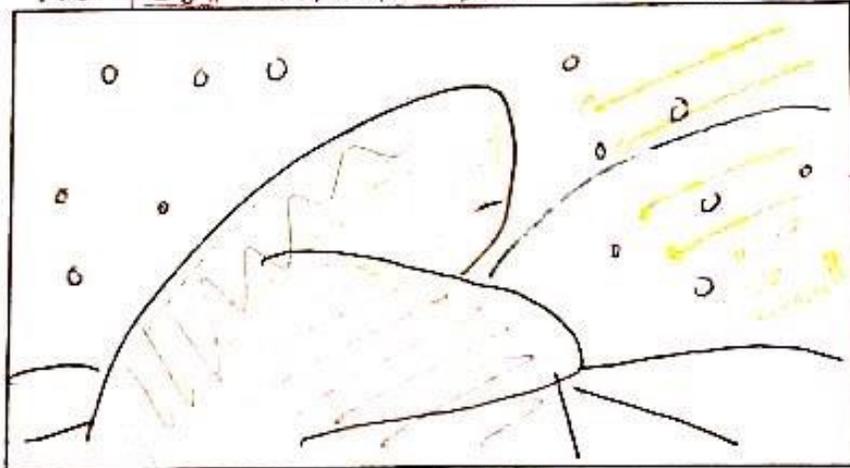


-fingers
 B. H.
 de Ventes

(Central)

P12 [E8] (P14, P18, P20, P22)

Ex 2 Mocha



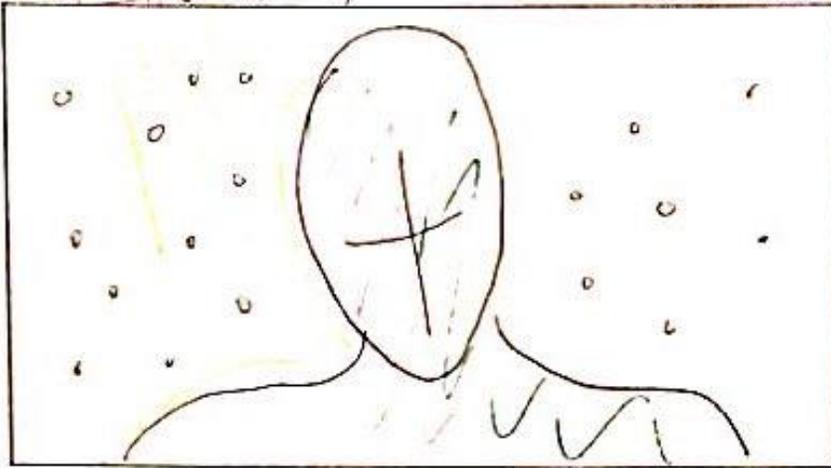
→ Fondo
 no
 iluminado

Red
 6
 Spikes
 corners
 N. 154

④

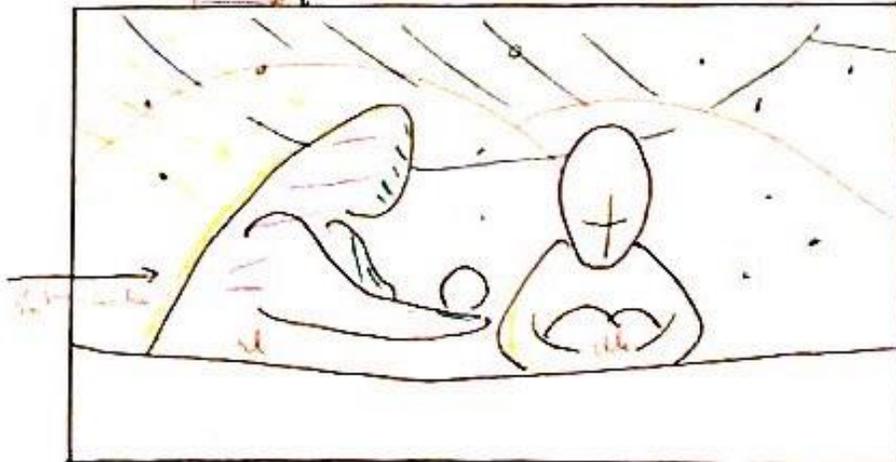
P15 | E9 | (P17, P24,

Exc 2 Noche



P25 | E10 | (P28

Exc 4 Noche



20mm
high
100mm
width
100mm
depth

yellow
glow
red
lines

⑤

P26 - [E11] ≈ E3

Esc. 4 - No. 44



de Pico
labia
Cantel
Sungre
surgir con mango
de la

P27 - [E12]

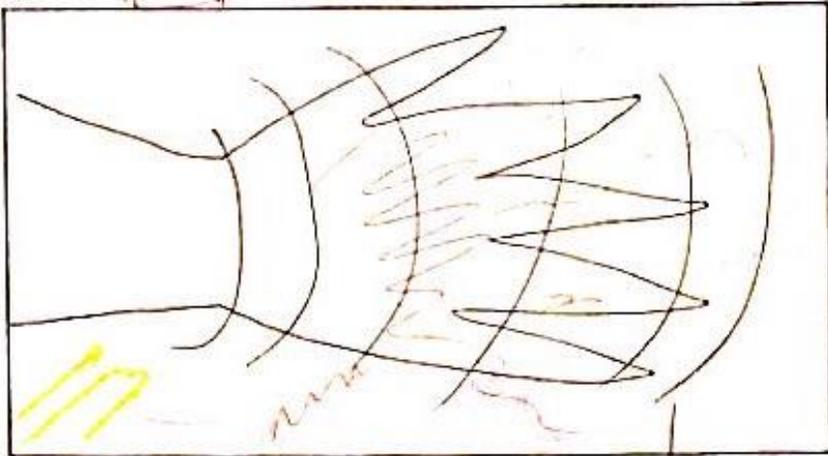


de mango
Nina

6

P29 E13 ≈ E4

Esc 4 Noche

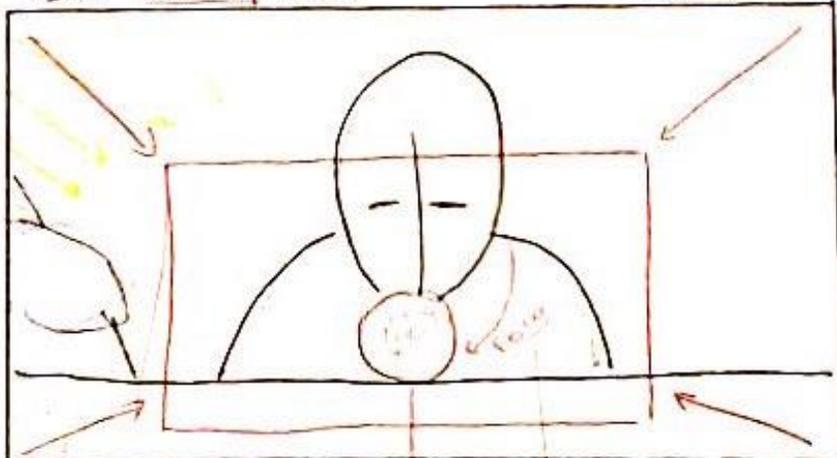


Surgido
de la luz
en agua

De los y
Reflejos de
Agua

P30 E14 ≈ E1

Esc 4 Noche



Amor como esto

Como la mano
se ve de frente

Mano
con la

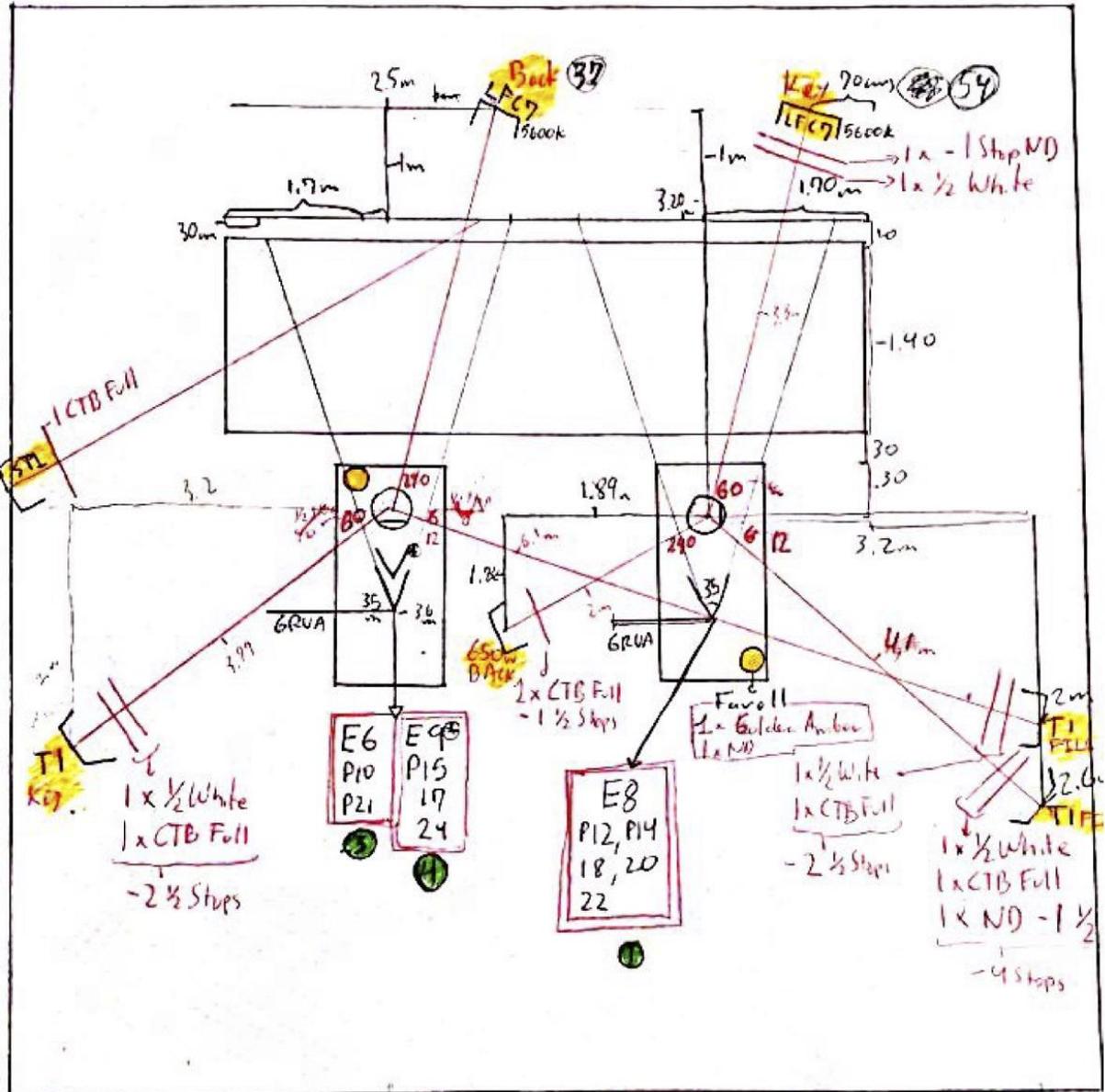
T. Mano
al final

Amor como
esto se
ve en el
plano horizontal final

⑦

10.6. ANEXO 6. Inventario recursos físicos

INVENTARIO NARANJAS SIN PIEL					
ENCARGADO				LindaMarín	
DEPARTAMENTO	INVENTARIO	CANTIDAD	LUGAR	FECHA DE SOLICITUD	FECHA DE DEVOLUCIÓN
FOTO	Luz T1	8	Estudio de TV	30/09/16 17:00pm	03/10/16 18:00am
	Luz T1	5	Estudio de TV	30/09/16 17:00pm	03/10/16 18:00am
	Luz L7C	4	Estudio de TV	30/09/16 17:00pm	03/10/16 18:00am
	Luz ARRIL 50W piso	6	CPM	30/09/16 14:00pm	03/10/16 18:00am
	Luz ARRIL 300W	7	CPM	30/09/16 14:00pm	03/10/16 18:00am
	Trípodes de luz	15	CPM	30/09/16 14:00pm	03/10/16 18:00am
	Banderas grandes	13	Estudio de TV	30/09/16 17:00pm	03/10/16 18:00am
	Banderas pequeñas	6	Estudio de TV	30/09/16 17:00pm	03/10/16 18:00am
	Trípodes para banderas	17	Estudio de TV	30/09/16 17:00pm	03/10/16 18:00am
	Galletas	18	Estudio de TV	30/09/16 17:00pm	03/10/16 18:00am
	Caimanes	5	Estudio de TV	30/09/16 17:00pm	03/10/16 18:00am
	Extensiones	4	Estudio de TV	30/09/16 17:00pm	03/10/16 18:00am
	Multitoma		Estudio de TV	30/09/16 17:00pm	03/10/16 18:00am
	Bolsas de arena	0	Bodega de TV		
	Crua	1	Estudio de TV	30/09/16 17:00pm	03/10/16 18:00am
	Dolly	1	Estudio de TV	30/09/16 17:00pm	03/10/16 18:00am
	CTB Full Rosco 202	40X40(11)	Estudio de TV	30/09/16 17:00pm	03/10/16 18:00am
	ND 1/8 Stop	1.20X30(4)	Estudio de TV	30/09/16 17:00pm	03/10/16 18:00am
	1/2 White Diffusor	40X40(5)	Estudio de TV	30/09/16 17:00pm	03/10/16 18:00am
	Mauve	40X40(2)	Estudio de TV	30/09/16 17:00pm	03/10/16 18:00am
	Gold Amber	40X40(2)	Estudio de TV	30/09/16 17:00pm	03/10/16 18:00am
	Cámara Sony FS100	1	Ivan Sierra		
	Lente Rokinon cine T1.5, 35mm y 85mm	1	Ivan Sierra		
ND variable Heliopan 2mm	1	Ivan Sierra			
2 Tarjetas de 2.2 Classic	2	Ivan Sierra			
2 Extensiones con timerizador	2	Ivan Sierra			
4 Marcos para difusores de luz	4	Ivan Sierra			
1 Computador portátil y disco duro.	1	Ivan Sierra			
FOTO FIJA	Lente Canon 50	1	CPM	30/09/16 14:30pm	03/10/16 18:00am
	Lente Canon 20	1	CPM	30/09/16 14:30pm	03/10/16 18:00am
	Canon 5	1	CPM	30/09/16 14:30pm	03/10/16 18:00am
PRODUCCIÓN	Computador	1	LindaMarín		
	Tera	1	LindaMarín		
	SD	2	LindaMarín		
	Radios Motorola	3	CPM		
Sonido	Micrófono Hipercardioides Audix CX-One	1	Juan Mauricio Piñeros		
	Mezcladora Sound Device 302	1	Juan Mauricio Piñeros		



Exposure
 35 mm f2 1/46 ND VARIABLE -1 (-1 stop)
 85 mm f4 1/48

Key	F11	Back	Ratio
60	12	240	240
60	12	240	240

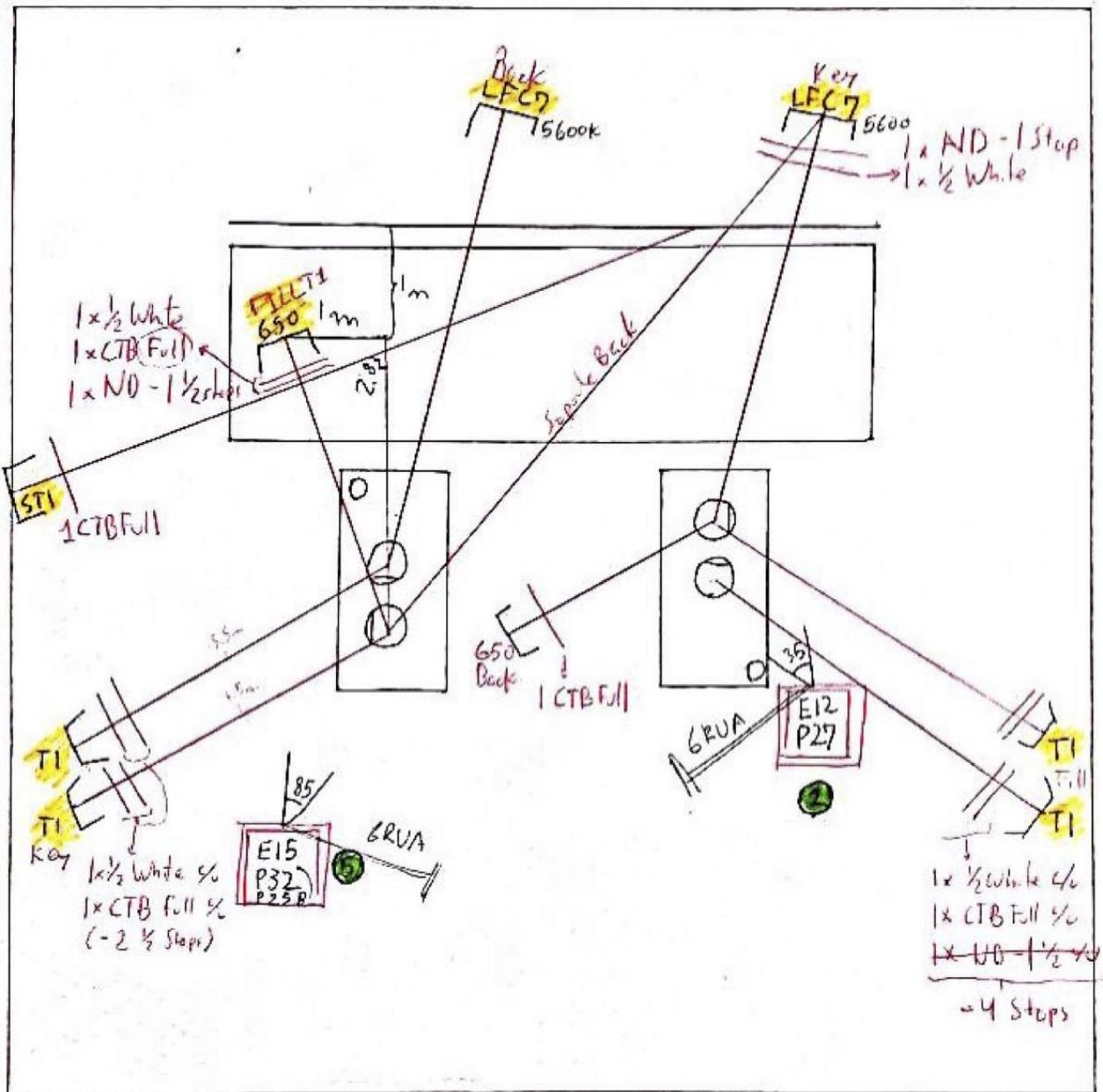
WB Tungsten
 Ratio 5.1
 Key Subexposure 1/2 St (Sub or Post)

35 mm f2 1/46 1/40
 85 mm f4 1/48 1/60

ND Variable -1 stop (60:12)

WB Tungsten 1/2 stop
 - 60:12 ratio 1/2 stop

Plano 3 E6, E8, E9

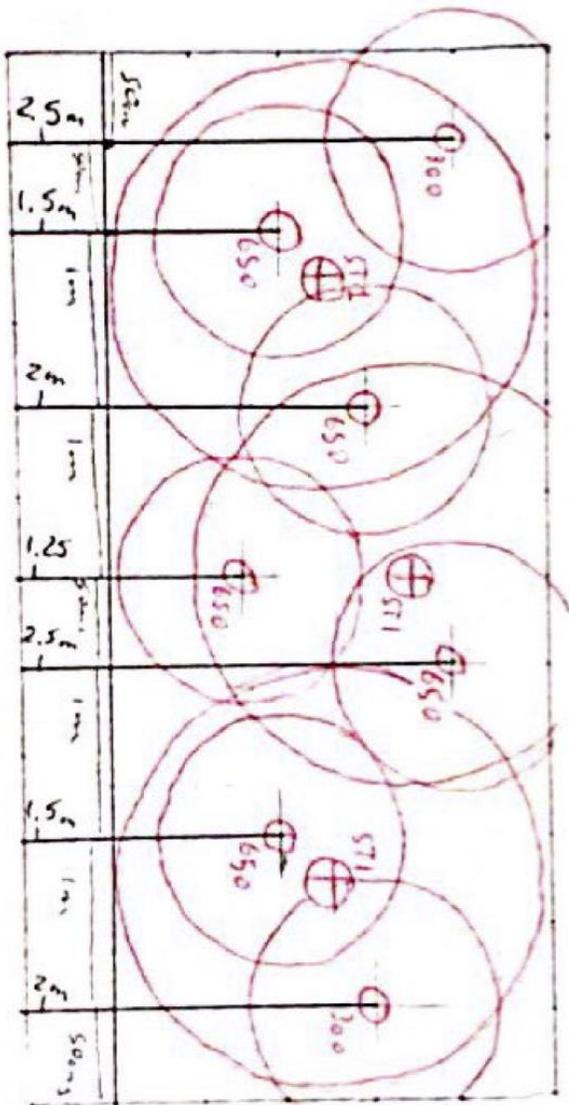


100%
 corregir los fill
 no un con CTB
 sino filtro por
 escudo

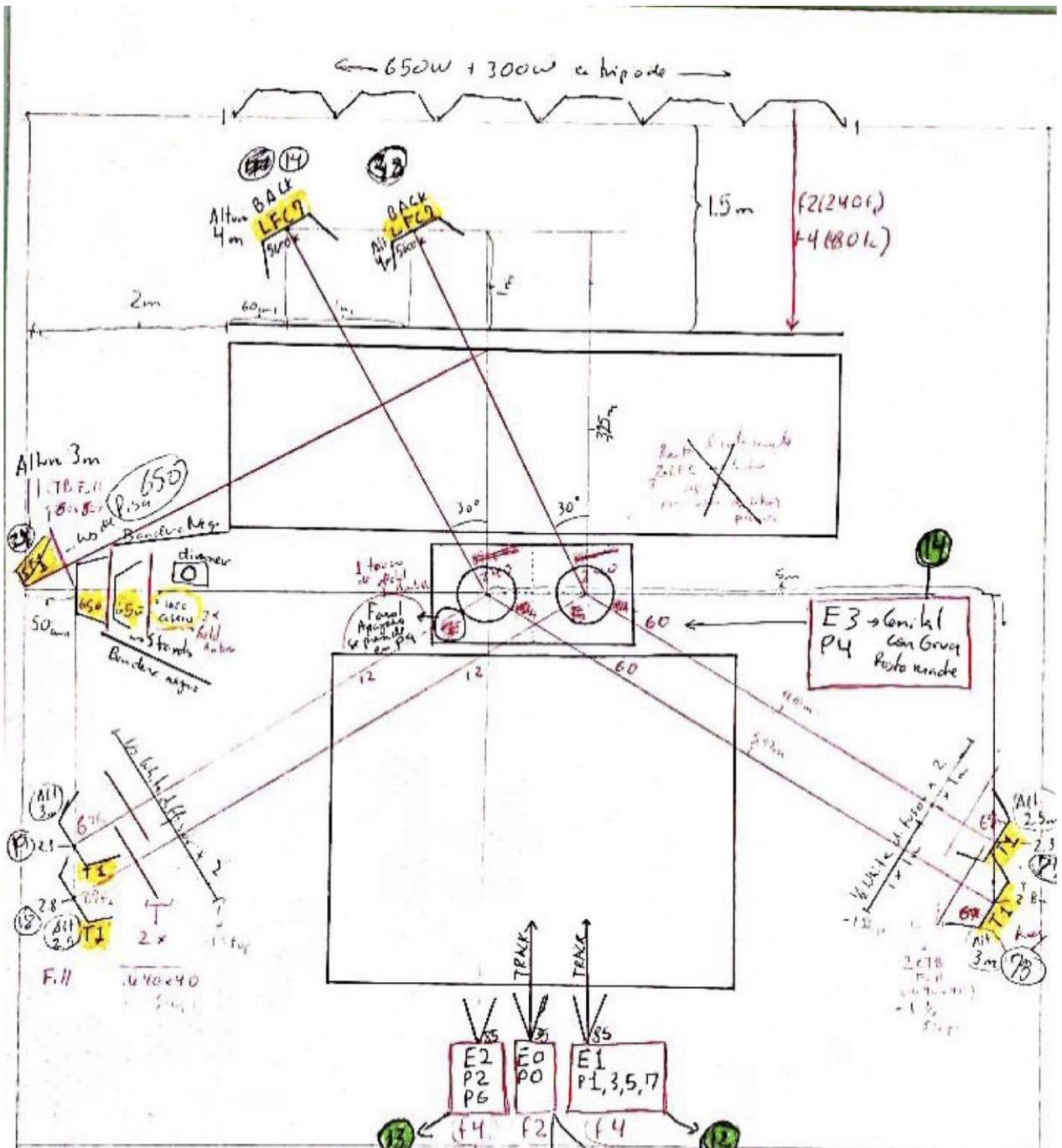
WB Tungstens
 Ratio 5:1
~~Key Subaporta~~
 +1 Step
 (5. beyond on first
 35mm F2 || 1/4 || 30.6
 85mm F4 || 1/4 || 60.12
~~Subaporta 1 Step de 8~~

Plano 4 E15, E12

OPTION C



$5 \times 650 + 2 \times 300 = 1.5$ meters ^{total meter} 40 on CTB Full
 3 ST1 a 3 meters de altura y 3 metros de ancho 40 on CTB Full } Referencia y
 Referencia
 25 metros mayor



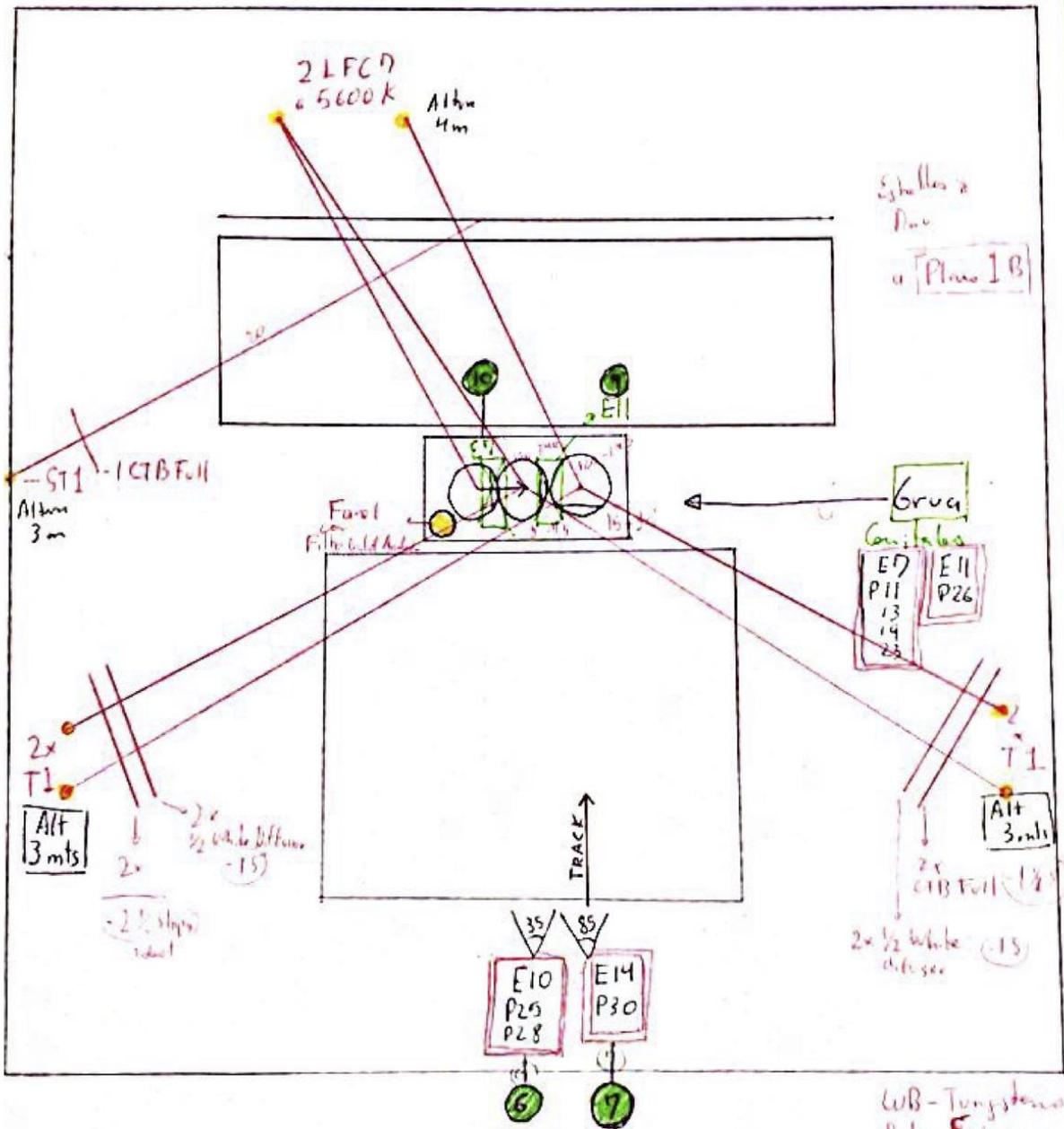
3 Keyset FA-16 del 120
 Ratio 240
 36 mm Ø 2 4/6 - ND 2 (-18 Step)
 85 mm Ø 4 7/8 - ND 1 (+7 Step)

WB-Translacion
 Ratio 5
 Key 5.0 espesor 1.5 Step

Plano
 A 1

Piso Gen. tal
 E5
 E0, E1, E2, E3

// Similar ni Ratio here -> ver (B)



Stellen 2
Duv
a Plane 1B

Plane 2 E7, E11
E10, E14

WB-Tungsten
Ratio 5:1
Key Subcompact
35mm F211 4x11/30
35mm F411 4x11/30
Subcompact 2
5k
30
...

10.8. ANEXO 8. Plan de rodaje

PLAN DE RODAJE NARANJAS SIN PIEL

Dia	Hora	Actividad	Observaciones
Viernes 30	7:00 PM	Montaje	Escenografía y Luces
Sabado 1	5:00 AM	Llamado	
	6:00 AM	Recoger equipo artístico	Ivan, Valeria, Maria Paula, Jarlin, Guadalupe Piñeros, Boom, Manuela
	7:00 AM	DESAYUNO U SABANA	
	7:30 AM	Vestuario y Maquillaje	
	8:00 AM	Emplazamiento 8	P12, P14 / P18, P20, P21
	9:00 AM	Emplazamiento 12	P27
	10:00 AM	Emplazamiento 16	P10 / P21
	11:00 AM	Emplazamiento 9	P15 / P17 / P24
	12:00 AM	ALMUERZO	DESCARGA Y BACKUP de Material
	1:00 PM	Emplazamiento 15	P25 / P32
	2:00 PM	Emplazamiento 10	P25 / P28 (hacerlos continuos, pero sabiendo que hay puntos de corte)
	3:00 PM	Emplazamiento 14	P30 (Palpar UZ) (si se ve estable en la naranja ponerla no es grave)
	4:00 PM	Break (15 min) Refrigerio	
	4:15 PM	Emplazamiento 5	P9
	5:15 PM	Emplazamiento 11	P26 (SANGRE puede haber un corte entre cerrar mano y abrir mano)
	6:15 PM	Emplazamiento 7	P11 / P13 / P19 / P23
	7:15 PM	CENA	DESCARGA Y BACKUP de Material
	8:15 PM	RECOGER	
	9:00 PM	REGRESO	Ivan, Valeria, Maria Paula, Jarlin, Guadalupe Piñeros, Boom, Manuela

Domingo 2	6:30 AM	Llamado	
	8:00 AM	VOTACION	Para aquellos que puedan/quieran votar
	8:30 AM	Recoger equipo artistico	Ivan - Valeria, Maria paula, Jarlin, Guadalupe
		En las mesas de votación	Piñeros - Boom, Marcela, Manuela
	10:00 AM	REFRIGERIO U SABANA	15 minutos
	10:15 AM	Vestuario y Maquillaje	
	11:00 AM	Emplazamiento 0	P0 - Mar tormentoso (No es necesario que marcela esté en la canoa)
	12:00 AM	Emplazamiento 1	P1 // P3, P5, P7
	12:30 AM	ALMUERZO	DESCARGA Y BACKUP de Material
	1:30 PM	Emplazamiento 2	P2, P6
	2:30 PM	Emplazamiento 3	P4
	3:30 PM	Emplazamiento 13	P29
	4:30 PM	Emplazamiento 4	P8 / P16 / P31
	5:30 PM	Break (15 min) Refrigerio	
	5:45 PM	RECOGER	DESCARGA Y BACKUP de Material
	6:45 PM	REGRESO	

Aclaración participación Universidad de La Sabana



Chía, 4 de octubre de 2017

Señores
Ministerio de Cultura
Bogotá

Asunto: Aclaración sobre el carácter de la participación de La Universidad de La Sabana en el cortometraje *'Naranjas sin piel'*.

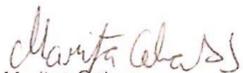
Apreciados señores:

Amablemente nos permitimos aclarar que La Universidad de La Sabana apoyó la realización del cortometraje *'Naranjas sin piel'* a través del préstamo de equipos y salas de edición, en el contexto de la actividad académica "Trabajo de grado", donde establece que los estudiantes que inscriben su proyecto, pueden utilizar los servicios del Centro de Producción Multimedia de la Facultad.

Por tanto, no se considera una coproducción y los derechos patrimoniales, según lo establece la política de derechos de autor, son enteramente de la estudiante.

Director: Iván Sierra Sanjurjo
Productora: Linda Vanessa Marín Torres. C.C. [REDACTED]

Un cordial saludo,


Maritza Ceballos Saavedra
Directora
Programa de Comunicación Audiovisual y Multimedia
Universidad de La Sabana

Copia. Archivo

Universidad de La Sabana, Campus Universitario del Puente del Común,
Km. 7 Autopista Norte de Bogotá D.C., Chía, Cundinamarca, Colombia
Call center: 861 5555 - 861 6666 Fax: 861 5555 Ext. 3341 Apartado: 140122 www.unisabana.edu.co

Formulario

	DIRECCIÓN DE CINEMATOGRAFÍA SOLICITUD DE RECONOCIMIENTO COMO OBRA CINEMATOGRAFICA COLOMBIANA	Página 1 de 1 Código: F-DCI-032 Versión: 0 Fecha: 08-MAYO-2014
---	---	--

Datos del productor

Tipo de Productor	Persona Jurídica	Persona Natural	X
Datos de la Persona Jurídica			
Nombre o Razón Social		Número NIT	
Nombres y Apellidos Representante Legal		Tipo Documento	CC
		CE	
Número:			
Datos de la Persona Natural			
Nombres y Apellidos		Número CC	
Linda Vanessa Marín Torres		[REDACTED]	

DATOS DE CORRESPONDENCIA

Dirección de correspondencia: [REDACTED]			
Teléfono: [REDACTED]	Fax:	celular: 3106254426	E-mail: [REDACTED]
Sitio Web:	Municipio: CHÍA	DPTO: CUNDINAMARCA	

DATOS DE LA PELÍCULA

Título de la película Naranjas sin piel						
Tipo de Producción:		Producción	Cortometraje (mínimo 7 minutos)			
Marque con una (X) o complete la siguiente información						
¿Ha realizado el depósito legal?		Duración (mns:sgs)	Género	Ficción		
		Formato(s) de rodaje	Electrónico (1080p),	Fecha inicial de rodaje	1	10
SI	NO	Formato exhibición	DCP ,	Fecha final de rodaje	2	10
	X					
Lugares de filmación: Estudio, Universidad de La sabana						
Costo total de la película en pesos colombianos (sin promoción): \$ 36.499.495,00						
Nombre y dirección del laboratorio donde se reveló el negativo: No aplica						
Nombre y dirección del laboratorio donde reposan los elementos de tiraje de la película: Bogotá - Colombia.						
Sinopsis: Una canoa se aleja de la guerra, Isabel y su madre se encaminan en una travesía sin retorno buscando la otra orilla del mar, pero antes de emprender el largo viaje la guerra cobra una víctima más; Isabel mantiene su mirada perdida mientras su madre permanece muerta en su regazo. Horacio, quien tenía la misión de ayudarlas a cruzar el mar, lucha contra las olas que amenazan con hundir la canoa, hay mucho peso. Isabel saca el cuerpo de su madre por la borda. Compadecido con la pequeña, Horacio le comparte su pasado y la razón de su sonrisa. Tras hechos que nunca fueron esclarecidos su hija desapareció en el bosque, la pérdida también tuvo como consecuencia el quebranto de su hogar. A pesar de los hechos Horacio decidió no guardar tristezas, conservando esa sonrisa. El hombre se comprometió con ayudarlas a cruzar el mar, y cumplirá con su palabra; al terminar la travesía Isabel se deberá enfrentar con la dificultad de conservar la felicidad sin importar las circunstancias. * La "Coproducción Nacional" es realizada entre productores nacionales y extranjeros. ** Obligación de entregar una copia idéntica de la obra en la Biblioteca Nacional (se recibe en la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano), una vez estrenada.						
FIRMA (del productor persona natural o del representante legal de la empresa productora)						

CON MI FIRMA CERTIFICO LA VERACIDAD DE TODO CUANTO QUEDA CONSIGNADO EN EL PRESENTE FORMULARIO Y SUS RESPECTIVOS ANEXOS	CIUDAD Y FECHA [REDACTED]
--	------------------------------

Linda Marín
 [REDACTED]
 Bogotá - 16 de agosto del 2017

Presupuesto Producto Nacional

PRESUPUESTO

Formato de rodaje	1080p
Semanas de preproducción	6
Días de rodaje	2
Semanas de posproducción	8
TOTAL PESOS:	36,924,495

PROYECTO	Naranjas sin piel
PRODUCTOR	Linda Marin
DIRECTOR	Ivan Sierra Sanjurjo

RESUMEN

1. GASTOS GENERALES	2,898,400
2. DESARROLLO	11,707,195
3. PREPRODUCCION	220,000
4. PRODUCCION Y RODAJE	20,523,900
5. POSPRODUCCION	1,150,000
6. PROMOCION Y LANZAMIENTO	425,000
TOTAL	36,924,495

	Precio Unitario	Unidad	Total en Pesos
1. GASTOS GENERALES :			\$ 2,898,400
Gastos asesoria legal	2,400,000	1	2,400,000
Depósito legal	400,000	1	400,000
Clasificación de la película	98,400	1	98,400
2. DESARROLLO :			\$ 11,707,195
Producción			
Productor Ejecutivo	100,000	1	100,000
Guión			
Derechos y honorarios	6,067,195	1	6,067,195
Presentación			
Fotocopias y encuadernación	40,000	1	40,000
Ilustradora	5,500,000	1	5,500,000
3. PREPRODUCCION :			\$ 220,000
LOGÍSTICA			
Transporte personas y carga terrestre	220,000	1	220,000

4. PRODUCCION Y RODAJE :				\$ 20,523,900
PERSONAL PRODUCCIÓN				
Productor de campo	25,000	1	25,000	
Asistente de producción de campo	25,000	1	25,000	
DIRECCION				
Director	100,000	1	100,000	
Asistente de dirección	25,000	1	25,000	
Script	25,000	1	25,000	
ELENCO				
Actores principales	1,660,000	1	1,660,000	
Actores secundarios	100,000	1	100,000	
PERSONAL DEPARTAMENTO DE FOTOGRAFÍA				
Director de fotografía y cámara	25,000	1	25,000	
Asistente de cámara I	25,000	1	25,000	
Gaffer	25,000	1	25,000	
SONIDO				
Sonidista	2,000,000	1	2,000,000	
Microfonista	25,000	1	25,000	
DIRECCION ARTISTICA				
Dirección de arte	4,000,000	1	4,000,000	
Efectos especiales en escena	1,000,000	1	1,000,000	
Maquillador	200,000	1	200,000	
EQUIPO DE RODAJE, ACCESORIOS Y MATERIALES				
Alquiler cámara, óptica y accesorios	144,000	1	144,000	
Alquiler otros equipos	92,900	1	92,900	
MATERIALES DE ARTE				
Ambientación, escenografía y utilería	3,500,000	1	3,500,000	
Vestuario	1,400,000	1	1,400,000	
Maquillaje	700,000	1	700,000	
MATERIALES DE SONIDO				
Alquiler paquete de sonido	60,000	1	60,000	
Compras miscelaneas de sonido	55,000	1	55,000	
LOGÍSTICA				
Tranporte personas y carga terrestre	100,000	1	100,000	
Tranporte personas y aereo	172,000	1	172,000	
Alojamiento	715,000	6	4,290,000	
Alimentación	750,000	1	750,000	
4. POSPRODUCCION :				\$ 1,150,000
EDICION				
Editor/Montajista	25,000	1	25,000	
Proceso de finalización y Master	25,000	1	25,000	
Composición (diseño de títulos y créditos)	25,000	1	25,000	
Subtitulación	25,000	1	25,000	
SONIDO				
Edición de sonido/Diseñador de sonido	500,000	1	500,000	
Grabación y edición foley	25,000	1	25,000	
Mezcla final y codificación	25,000	1	25,000	
MUSICA				
Derechos música original	500,000	1	500,000	
5. PROMOCION Y LANZAMIENTO :				\$ 425,000
HONORARIOS				
Diseño y producción de campaña	25,000	1	25,000	
Concepto y diseño ,material impreso	80,000	1	80,000	
Campaña digital y redes sociales	70,000	1	70,000	
DISTRIBUCIÓN				
Festivales y muestras internacionales	150,000	1	150,000	
LOGÍSTICA				
Envíos	100,000	1	100,000	

Resolución Producto Nacional


República de Colombia
MINISTERIO DE CULTURA
Resolución Número **2988**
10 OCT 2017 de 2017

"Por la cual se reconoce el carácter de producción nacional a una obra cinematográfica de cortometraje"

**LA DIRECTORA DE CINEMATOGRAFÍA
DEL MINISTERIO DE CULTURA**

En ejercicio de sus facultades legales y en especial de las que le confiere la Resolución 1021 de 2016, el Decreto 1080 de 2015 y

CONSIDERANDO

Que la señora **Linda Vanessa Marin Torres**, identificada con c.c. [REDACTED] en su calidad de productora del cortometraje **NARANJAS SIN PIEL**, solicitó a través del aplicativo en línea a la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura, se reconozca esa película como producción nacional, y adjuntó los documentos descritos en la Resolución 1021 de 2016.

Que el artículo 3° de la Ley 814 de 2003, y los artículos 2.10.1.5 y 2.10.1.6 del Decreto 1080 del 2015 definen como cortometraje de ficción y producción nacional el que reúna los siguientes requisitos:

1. Que su duración mínima sea de 7 minutos e inferior a 70 minutos.
2. Que el capital colombiano invertido no sea inferior al 51%.
3. Que acredite la participación del siguiente personal artístico colombiano:
El director y cuatro (4) de las siguientes personas, o cinco (5) en caso de que el director no sea colombiano:
 1. Autor del guión o adaptador
 2. Autor de la música original
 3. Un (1) actor secundario
 4. Director de fotografía
 5. Director de arte o Diseñador de la producción
 6. Diseñador de vestuario
 7. Sonidista
 8. Montajista
 9. Diseñador de sonido, Editor de Sonido Jefe o Montajista de Sonido.
4. Que acredite la participación de por lo menos siete (7) técnicos colombianos de la siguiente lista:
 1. Operador de cámara
 2. Primer asistente de cámara o foquista
 3. Gaffer, jefe de eléctricos, jefe de luces o jefe de luminotécnicos
 4. Maquillador
 5. Vestuarista
 6. Ambientador o utilero
 7. Script (Continuista)
 8. Asistente de dirección
 9. Director de casting
 10. Efectos especiales en escena (SFX) (si aplica)
 11. Efectos visuales (VFX / CGI) (si aplica)
 12. Colonista
 13. Microfonista
 14. Grabador o artista de Foley
 15. Editor de diálogos o efectos
 16. Mezclador

Que de conformidad con lo dispuesto por el Decreto 1080 de 2015, es competencia de la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura expedir el acto administrativo por el cual se reconoce el carácter de producción nacional a las obras cinematográficas que reúnan los requisitos a que se refiere el considerando anterior.

SE FIZ COPIA TOMADA DE SU ORIGINAL

"Por la cual se reconoce el carácter de producción nacional a una obra cinematográfica de cortometraje"

Que en virtud de su competencia la Dirección de Cinematografía analizó el costo discriminado de la película en el cual se establece que el capital colombiano invertido en la película es 100%;

Que el productor acreditó la participación de personal artístico colombiano, como lo establece el artículo 2.10.1.5. del Decreto 1080 de 2015, con las siguientes personas:

1. Director, Iván José Sierra Sanjurjo,
2. Autor de la música original, Nicolás Rico Rojas,
3. Los actores protagónicos, Jarlin Javier Martínez Muñoz y la menor de edad María Paula Murcia Valdés, representada legalmente por Estela Valdés Botero en calidad de madre,
4. Diseñador de sonido, Daniel Carvajalino Murcia.
5. Sonidista, Juan Mauricio Piñeros Pulido,
6. Directora de arte, Guadalupe Errazuriz;

Que así mismo, acreditó la participación de personal técnico colombiano, como lo establece el artículo 2.10.1.6. del Decreto 1080 de 2015, con las siguientes personas:

1. Microfonista, Carlos Miguel Camargo Gentil,
2. Efectos visuales, Anderson Steven Barbosa Vera.
3. Efectos especiales en escena, Jorjan Andrés Betancourt Betancourt,
4. Asistente de dirección, Karen Vanessa Ruiz Hernández,
5. Maquilladora, Manuela Pizarro Rodríguez.
6. Gaffer, Miguel Ángel Amaya Farfán,
7. Catalina Barragán Castaño;

Que igualmente la película cumple con el requisito de duración por cuanto la misma es de siete minutos y treinta y cuatro segundos (07:34);

En mérito de lo expuesto,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO.-Reconocer el carácter de producción cinematográfica colombiana a la película **NARANJAS SIN PIEL**, de conformidad con lo expuesto en la parte motiva de esta Resolución.

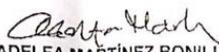
PARÁGRAFO.-Este reconocimiento permite a la película **NARANJAS SIN PIEL**, producida por la señora Linda Vanessa Marín Torres, identificada con c.c. XXXXXXXXXX, ser objeto de los beneficios establecidos por las leyes vigentes para las producciones nacionales.

ARTÍCULO SEGUNDO.-Notifíquese personalmente la presente providencia, o en su defecto por edicto, advirtiéndole que contra ella procede recurso de reposición dentro de los diez (10) días siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO.-La presente resolución queda en firme una vez ejecutoriada.

NOTIFÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

Dada en Bogotá D. C., a los **10 OCT 2017**


ADELFA MARTÍNEZ BONILLA
Directora de Cinematografía
Ministerio de Cultura

Proyectó: Sindy López
Revisó: Mónica Serrano *MS*
Aprobó: Jorge Mutis *JM*


ES FIEL COPIA TOMADA DE SU ORIGINAL

10.12. ANEXO 12. Material promocional

Póster



Jarlin Martínez, María Paula Valdes, Marcela Díaz / Linda Marín - Producción
Iván Sierra - Guión, Dirección, DP, Montaje / Daniela Ramona - Ilustración
Nicolas Rico, Daniel Carvajalino - Música, Diseño Sonoro / Guadalupe Errazuriz - Dir. de Arte
Manuela Pizarro - Diseño Vestuario / Juan Piñeros - Sonido / Sebastián Romero, Carlos Camargo
-Microfonistas / Jorjan Betancourt - Asist. de arte / Dayan Triana - Asist. de producción
Karen Ruiz, Valeria Murcia - Asist. de dirección / Catalina Barragán - Asist. Cámara Miguel
Amaya, Anderson Barbosa - Gaffer / Luis Esguerra, Paula Bolívar - Best boy
Tatiana González - Grúa / Yineth Montero - Confección / Albín Boure - Carpintería
Peidro Acosta - Metalurgia / Jinnirey Barrios - Asesor de maquillaje

Naranjas sin piel

La tristeza es pasajera



Fotografías





10.13. ANEXO 13. Circuito de festivales

Listado de festivales					
Festival	País	Deadline	Evento	Página	Costo
VENICE FILM FESTIVAL	Italia		Agosto	http://www.labiennale.org/en/cinema/2017	
FESTIVAL DEL FILM LOCARNO	Suiza	2-Jun	2 to 12 August	https://pardo.ch/en/pardo/professionals/submit-film?	160000
FESTIVAL DE CANNES: Shorts in competition	Francia	10-Mar		http://www.cannescourtmetrage.com/en/participer/inscrire-un-film#tab=shorts-in-competition	
TRIBECA FILM FESTIVAL	EU	September 5th - October 18th	April 18th to the 29th	https://tribecafilm.com/	120000
BUENOS AIRES FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE INDEPEDIENTE-BAFICI	Argentina		19 - 30 abr	http://festivales.buenosaires.gob.ar/2017/bafici/index.xhtml	
SXSW FILM	EU	25 ago	Marzo 9-18	https://www.sxsw.com/apply-to-participate/film-submissions/#apply	170000
BERLIN INTERNATIONAL FILM FESTIVAL	Alemania	Septiembre- November 15	15-25 febrero	https://www.berlinale.de/en/branche/filmmeldung/filmanmeldung_allgem/index.html	210000
CLERMONT-FERRAND SHORT FILM FESTIVAL	Francia	7-Oct-16	February 3rd to 11th,	https://www.shortfilmdepot.com/es/user/films/choixsection/id_film/232490/id_festival/1	
INTERNATIONAL FILM FESTIVAL ROTTERDAM	Países bajos	1 September or 1 October 2017	24 ene-4 febr	https://iffr.com/en/professionals/iffr-industry/film-entry	100000
SUNDANCE FILM FESTIVAL	EU	15-Sep	18-28 enero	http://www.sundance.org/festivals/sundance-film-festival/about/#submit	200000
FICCI	Cartagena	24-Nov	28 de febrero - 05 mar	https://filmmakers.festhome.com/festivales/listado	60000
Toronto					
Montreal					
TOTAL					1020000