

**ENSAYO DE CURSO INTERNACIONAL EN GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN
COMO OPCIÓN DE GRADO**

Tatiana Muñoz Barrera

Código: 0902092

Ana Polack

Asesor

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

FACULTAD DE RELACIONES INTERNACIONALES, ESTRATEGIA Y SEGURIDAD

PROGRAMA DE RELACIONES INTERNACIONALES Y ESTUDIOS POLÍTICOS

BOGOTÁ, D.C.

2019

La industria creativa del cine como forma de innovación: un análisis desde las políticas públicas para el desarrollo cinematográfico en Colombia

Tatiana Muñoz Barrera

Resumen

Este ensayo analiza la evolución del cine colombiano como industria creativa e innovadora, a partir del estudio de las políticas públicas nacionales que inciden en el desarrollo cinematográfico. Para cumplir este objetivo, el escrito se divide en tres partes: la primera, en la cual se presenta el desarrollo del cine en Colombia como un sector innovador dentro de la economía creativa; la segunda, en la cual se examina la innovación y el impacto de las políticas públicas de fomento del cine nacional. Y, por último, la tercera describe las dificultades y los desafíos de la sostenibilidad de la industria cinematográfica en Colombia que deben ser tenidas en cuenta en las políticas públicas de fomento del cine nacional.

Introducción

La economía naranja, también conocida como economía creativa, representa un modelo novedoso de desarrollo económico, basado en la innovación y la creatividad, que cada vez más despierta interés en las agendas de desarrollo de los países de América Latina y el Caribe. Este concepto emerge en los años noventa como un sector dedicado al desarrollo de ideas y conocimiento para ser transformados en bienes y servicios culturales, siendo el valor determinado por su contenido de propiedad intelectual (Luzardo, 2017), y la creatividad considerada como el motor de la innovación, de las transformaciones tecnológicas y como ventaja comparativa para la generación de los negocios (UNESCO, 2010). En este sentido, la industria creativa es definida como el centro de la economía creativa que usa el capital intelectual y la creatividad como instrumentos principales en los ciclos de producción de bienes y servicios.

Las industrias creativas y culturales en Colombia se han caracterizado por ser un sector dinámico y fundamental para el desarrollo económico y social, al mismo tiempo que promueve la difusión de la cultura de los propios territorios y, por tanto, de la identidad nacional. Esta producción creativa e intangible tiene una participación promedio del 1,1% del PIB nacional, estando por encima de otros sectores tradicionales como lo es el café (Melgarejo, 2018). Además, la industria audiovisual se caracteriza por tener una mayor participación en este sector, representando así el 40,5% de las industrias creativas del país entre los años 2005 y 2013 (Cámara de Comercio Cali, 2016).

Hoy en día el cine colombiano cuenta con una calidad y prestigio nunca antes visto en la historia, gracias a los avances tecnológicos, a los guiones creativos y a los diseños innovadores. Esto fue el resultado de un proceso complejo, por lo cual en este ensayo se intenta analizar la evolución del cine colombiano como industria creativa e innovadora, a partir del estudio de las políticas públicas nacionales que inciden en el desarrollo cinematográfico.

Para lograr este propósito, el texto se divide en tres partes: la primera, la cual hace un recuento de la historia del cine colombiano antes y después de la entrada en vigor de la Ley General de Cultura, el primer intento de fomento del cine nacional. En esa sección se realizará un análisis de la innovación y la creatividad en la industria cinematográfica nacional, nombrando algunas de las producciones colombianas más destacadas. En la segunda, se examinarán las políticas públicas de fomento del cine nacional, estudiando la innovación y el impacto de éstas en la producción, distribución y exhibición de las obras cinematográficas, teniendo en cuenta también la incidencia de estas en los artistas y realizadores culturales que participan en este sector. En la tercera, se describirán las dificultades y los desafíos de la sostenibilidad de la industria cinematográfica en Colombia que deben ser tenidas en cuenta en las políticas públicas de fomento del cine nacional.

1. El cine como industria creativa e innovadora

La industria del cine en Colombia inicia en 1987 con la llegada del cinematógrafo, el cual permitió la exposición del cine extranjero y la llegada a las innovaciones tecnológicas en el sector de las comunicaciones con el fin de ser aplicadas en la captura de paisajes desconocidos y de las costumbres de los pueblos que habitaban en dichos lugares (Retavisca, 2016). Sin embargo, no fue hasta 1922 que comenzó la producción nacional en esta industria con “La María”, la primera película colombiana de ficción. Posteriormente, en 1928 la empresa colombiana Cine Colombia compró los estudios de Di Doménico, uno de los pioneros en llevar el cine a Colombia, empezando así a comercializar películas extranjeras en el país. De este modo, fue prefiriéndose entre los colombianos las películas de “Hollywood” antes que las nacionales (Mossos, 2007). A lo anterior se sumaba el hecho de que los incentivos para la producción cinematográfica en Colombia eran casi inexistentes, tanto que entre los años 1928 y 1940 hubo sólo una película colombiana que ni siquiera fue exhibida en los cines, esta fue “Al son de las guitarras” de Alberto Santa. Por lo tanto, en ese período la industria del cine colombiano tenía bajos recursos (por no decir inexistentes), tampoco tenía la tecnología ni la preparación adecuada para desarrollar el cine en Colombia como industria. Por ello, mientras que la industria internacional del cine estaba experimentando películas en color y sonoras (una gran innovación), las películas colombianas aún eran filmadas en cine mudo (Interficto SEO, 2011).

Años después, la industria del cine fue posicionándose un poco más en Colombia después de que se creara en 1978 la Compañía de Fomento Cinematográfico (Focine), la cual apoyó a la producción de 29 películas y, varios cortometrajes y documentales hasta 1993 cuando la corrupción en la administración condujo a su cierre (Interficto SEO, 2011). En ese período se introdujeron nuevos estilos de cine. Por ejemplo, Mayolo y Ospina hicieron un cortometraje innovador en el cine político llamado “Agarrando pueblo” (1978), el cual denominaron como “manifiesto de la pornomiseria”, denunciando de esta manera la utilización de la pobreza y las condiciones de marginalidad de los países latinoamericanos como un producto rentable que llamaba la atención de un público extranjero.

Tras la liquidación de Focine en la última década del siglo XX por parte del gobierno colombiano, los cineastas en Colombia se vieron obligados a co-producir películas con otros

países, principalmente de Europa y algunos inversores de capital privado. Aun así, desarrollaron varias producciones importantes como “La estrategia del caracol” de Sergio Cabrera, “La vendedora de Rosas” de Víctor Gaviria y “Bolívar soy yo” de Jorge Triana. No obstante, en el 2003 se aprobó en Colombia la Ley de Cine, lo cual ayudó a impulsar la producción de cine local, tal como se vio en las producciones “Soñar no cuesta nada” y El Colombian Dream”, logrando esta última importantes innovaciones técnicas y una narrativa nueva que nunca había sido utilizada antes en el cine colombiano (Interficto SEO, 2011).

Entre 2002 y 2015 se han registrado un total de 733 obras cinematográficas colombianas, siendo 457 cortometrajes y 276 largometrajes (Cámara de Comercio Cali, 2016). Igualmente, el número de producciones locales ha ido aumentando, pasando de 36 estrenos en 2015 (Ochoa y Carvajal, 2016) a 42 películas en 2017 (Revista Arcadia, 2018). Además, no es extraño encontrar que entre las películas más taquilleras en Colombia ninguna es de la producción nacional. La industria cinematográfica es una de las menos desarrolladas en cuanto a tecnología, producción y exhibición si se compara con potencias cinematográficas como son Estados Unidos, México, Argentina, Chile y España. A pesar de eso, según datos del Ministerio de Cultura de Colombia (2015), el número de espectadores de películas nacionales ha incrementado en los últimos años, pasando de 2.3 millones de asistencias en 2007 a 3.4 millones de asistencias en 2015 (Ochoa y Carvajal, 2016).

Por otro lado, el Ministerio de Cultura (como se citó en Moncada, 2013), trabaja para que las películas tengan una mayor circulación en el público con el fin de dar conocer otras formas estéticas que van más allá del cine de Hollywood, explorando otros tipos de contenidos, géneros e historias ya que, a pesar del aumento de la audiencia colombiana en los últimos años, la cifra de espectadores sigue siendo baja, lo cual genera que el mercado siga siendo pequeño. Las obras no son suficientemente atractivas para el público local y por ello hace falta conquistar la audiencia colombiana. Es cierto también que, como argumenta Germán Ossa, crítico de cine y director de los Encuentros Nacionales de críticos, no se ha explorado lo suficiente en las propuestas cinematográficas ya que, aunque el director caleño Alexander Giraldo argumenta que hay cada vez más variedad en las temáticas de las películas involucrando problemas políticos, sociales y cotidianos; gran parte de las producciones se

han concentrado en el narcotráfico, las guerrillas, el paramilitarismo, la corrupción y la violencia en general (Moncada, 2013), tales como Pisingaña (1985), Apocalipsur (2007), Jardín de amapolas (2014), El rey (2004), Retratos en un mar de mentiras (2010), pájaros de verano (2018), Monos (2019), entre otras.

Ahora bien, el cine como industria creativa, es una forma de incentivar la economía nacional, al tiempo que promueve la cultura y la identidad social. De esta forma, la violencia y el conflicto que ha vivido el país son partes esenciales de la historia colombiana que deben trascender la pantalla grande y ser grabadas en la memoria colectiva. Por tanto, estas temáticas de violencia (bandas criminales, guerrillas, paramilitarismo y narcotráfico) hacen parte del sello del cine colombiano debido a su singular historia conflictiva y problemática que nos distingue de otros países, de modo que parece innovador desde los ojos de los países extranjeros cuando el cine colombiano involucra en las obras cinematográficas problemas sociales y políticos que no se acostumbran vivir ni en sus países, como tampoco ver en las producciones de sus industrias cinematográficas.

Sin embargo, desde el punto de vista de la industria colombiana, la representación de las dificultades que enfrenta la población nacional es posible presenciarse en la mayoría de las obras del país y, por ello, hace parte del cine tradicional, lo cual explica en gran parte la baja audiencia (Moncada, 2013). Es por lo anterior que últimamente se ha optado por innovar en los estilos y formas de hacer cine en Colombia, inclinándose por la comedia. Por ejemplo, en 2017 el top 10 de las películas nacionales más vistas por los colombianos, el 90% eran de comedia, entre éstas se encontraron “El paseo 4”, El coco 2”, Agente ñero ñero 7- 2” y “¿Usted no sabe quién soy yo? 2” (Revista Arcadia, 2018). También es posible notar que varias de las películas de comedia (como las que se nombraron anteriormente) tienen “segunda parte” e incluso “cuarta o quinta parte”. Esto nos lleva a pensar en la poca creatividad en la producción de películas, además porque las narrativas de las películas son muy similares entre sí.

Por otra parte, es importante mencionar que últimamente se habla del “renacimiento del cine colombiano”, especialmente desde 2012 por su esfuerzo en competir con otras

producciones cinematográficas de talla mundial. El ejemplo más claro es el de la reciente producción “El abrazo de la serpiente” (2015), nominada en los Premios Óscar como mejor película de habla no inglesa, la cual es considerada para muchos críticos como innovadora desde el punto de vista de la dirección, el guión y la historia (El Tiempo, 2019). Ahora bien, no hay género más innovador que el de las películas de animación como son las series colombianas “Butiman” (él super héroe de Montería) y “las niñas de la guerra” (una animación que recrea la historia de mujeres colombianas víctimas de la guerra). Asimismo, se encuentran películas como Virus tropical (2017) y Reguechicken (2015) que cuentan con guiones ingeniosos, tramas y narrativas originales, escenarios creativos y, diseños y efectos innovadores que permiten diferentes formas de lectura e interpretación.

2. Política pública de fomento del Cine Nacional: innovación e impacto

Después de tener en cuenta la evolución del cine en Colombia como industria creativa, cultural e innovadora; es importante mencionar que gran parte de su desarrollo se debe al impulso de las políticas públicas y proyectos encaminados a promover este sector, debido a su aporte en generar valor agregado, impulsar empresas de servicios cinematográficos, dinamizar la cadena de valor, crear empleo directo e indirecto, atraer el turismo y contribuir a la cohesión social (UNESCO, 2010).

Una vez llegado a su fin la entidad estatal Focine, el primer intento de fomento del cine colombiano, el congreso colombiano aprobó en 1997 la Ley General de Cultura (Ley 397), algo innovador en su momento ya que dio origen a un fondo mixto de promoción cinematográfica denominado Proimágenes Colombia, una entidad autónoma regida por el derecho privado, encargada de fomentar la industria cinematográfica colombiana a través de incentivos directos y créditos, como también por medio de premios por taquilla o por participación en festivales. Sin embargo, por falta de reglamentación específica en varios aspectos de la Ley General de Cultura en el sector cinematográfico, se aprobó en 2003 la Ley de Cine, la cual ayudó al renacimiento del cine colombiano y colocó a Proimágenes Colombia como la entidad encargada del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico. Este nuevo mecanismo es un fondo parafiscal que recibe dinero recaudado por medio de una cuota

parafiscal que es pagada por productores, distribuidores y exhibidores, como resultado de la exhibición de películas en el territorio nacional, para que así estos recursos vuelvan a ser invertidos en la producción de obras cinematográficas.

Además, esta ley otorgó estímulos tributarios para proyectos cinematográficos, disminuyendo los impuestos de los donantes e inversionistas, contribuyentes del impuesto a la renta que pueden deducir el 125% de lo invertido o donado en los proyectos. Pero una de las más importantes innovaciones de esta ley refiere al mecanismo de titularización de proyectos cinematográficos ya que permite al productor titularizar su proyecto en el mercado de valores para que posteriormente pueda ser transado como activo financiero por parte de los particulares, esto con el fin de que las películas puedan ser rentables antes de estar en teatros y así facilitar la financiación de proyectos cinematográficos, siendo estos beneficios distribuidos proporcionalmente entre los accionistas. Sin embargo, no ha existido voluntad suficiente para sacar este mecanismo adelante y, por tanto, existen muy pocos avances al respecto, tal como afirma Felipe Aljure, director de cine y guionista colombiano (Moncada, 2013). De manera similar pasó con otro mecanismo que contempla la ley que refiere a la “cuota de pantalla”, en el que establece la capacidad del Gobierno Nacional de dictar normas sobre porcentajes mínimos de exhibición de obras cinematográficas nacionales en las salas de cines u otro medio de comercialización de títulos nacionales. Y aún así, a pesar de que gran parte de los directores nacionales de cine se han visto afectados por la falta de exhibición de sus producciones, el Gobierno colombiano no ha considerado necesario aplicar esta herramienta (Ministerio de Cultura, 2011).

Por otra parte, con la Ley de Cine de 2003 numerosas producciones pudieron ser patrocinadas, generando un éxito en la taquilla local, tal como pasó con la película “Soñar no cuesta nada” de Rodrigo Triana, la cual obtuvo 1.200.000 espectadores, una audiencia nunca antes registrada en el país. Además, con esta ley fue posible mejorar la creatividad y la calidad técnica de las películas, como sucedió con la obra “El Colombian Dream” de Felipe Aljure (Interfictio SEO, 2011).

Además, según datos del Ministerio de Cultura, el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico ha recaudado cerca de US\$41 millones en la última década para la producción de más de mil proyectos en sus diferentes fases que van desde la escritura de guiones y producción, hasta posproducción, formación de públicos en el país e internacionalización del cine nacional. Estas nuevas condiciones e iniciativas del Estado supusieron dejar atrás el drama que enfrentaron las primeras generaciones de productores de cine colombianos, quienes después de empeñar su casa o su finca y de luchar por cinco años o más, lograban finalmente hacer la película que tanto soñaban, y que muchas veces terminaban en condiciones técnicas precarias. Por otra parte, de acuerdo con el Ministerio de Cultura, desde la entrada en vigor de la Ley de Cine fueron entregados 79 premios por la producción de largometrajes. Asimismo, la entidad afirma que desde 2010 han participado más de 125 obras cinematográficas colombianas en festivales, talleres y mercados internacionales (Moncada, 2013).

De manera complementaria a la Ley de Cine de 2003, fue aprobada la segunda ley de cine en 2012, la Ley 1556 o Ley Filmación, con el propósito de “fomentar el territorio nacional como escenario para el rodaje de obras cinematográficas” y, para ello, se crea el Fondo Fílmico Colombia (Acosta, 2009). En este sentido, cabe resaltar que esta ley ha generado importantes ingresos al país que ascienden a más de \$86 mil millones. Y mejor aún, de estos ingresos \$28 mil millones han sido invertidos por el Gobierno Nacional en contraprestación, es decir que, por cada dólar invertido, tres dólares son devueltos a la economía colombiana (Ministerio de Cultura, 2016).

Por consiguiente, esta ley garantiza una devolución a las producciones extranjeras que empiecen a hacer rodajes en Colombia siempre y cuando sean contratados el talento y servicios nacionales. Así, en 2016 el Ministerio de Cultura afirmó que para ese año habían sido aprobados 22 proyectos, 14 ya habían sido rodados y 11 fueron exhibidos. Con esto se evidenció la manera en que varios productores extranjeros vienen a Colombia en busca de escenarios específicos para rodar sus películas y de actores bilingües, lo cual significa un aprovechamiento importante por parte del Estado en su exportación de servicios cinematográficos, en la medida que fomenta la imagen del país como destino turístico y como

un atractivo escenario para la realización de obras cinematográficas. De igual forma, como se mencionó anteriormente, estas políticas creativas para desarrollar la industria del cine dinamizan la cadena productiva y generan empleo. Por ejemplo, la Ley Filmación Colombia ha generado aproximadamente 10.394 empleos nacionales y 517 empleos extranjeros, principalmente de personal técnico y artístico, y de actores principales o secundarios (Ministerio de Cultura, 2016).

De esta manera, la industria del cine genera innovación social desde el punto de vista de crear nuevas relaciones o colaboración y nuevas ideas y servicios que satisfacen las necesidades sociales, esto queda demostrado en las dos leyes. Lo anterior nos lleva a considerar que esta segunda ley de cine representa un avance en la industria cinematográfica y una innovación en las políticas públicas colombianas de fomento del cine colombiano ya que, a pesar de que aún existen dificultades por superar, su reglamentación nunca fue tan desarrollada promoviendo alianzas con otros países y en especial con el sector privado. Así, por ejemplo, fue creada Retina Latina, una importante innovación digital orientada a fomentar y difundir el cine colombiano y latinoamericano, formando nuevos públicos para las obras cinematográficas y de este modo fortalecer la industria cinematográfica de la región. Este proyecto que lidera Colombia y participa México, Bolivia, Uruguay y Ecuador presenta una plataforma de cine en línea que permite a los ciudadanos latinoamericanos ver de forma gratuita películas latinas, la cual ha generado resultados positivos ya que, aunque después de 20 meses operación, la plataforma contó con alrededor de 34.000 usuarios y 170 películas publicadas, en 2017 fue reconocida por la investigación de Unesco “La cultura en el entorno digital” como un buen proyecto para consolidar un nuevo mercado digital de nivel regional (Ministerio de Cultura, 2017).

Por último, cabe mencionar la Ley 1834 de 2017 o “ley Naranja” que busca incentivar y proteger las industrias creativas y culturales del país. En este instrumento legislativo se incluye la producción cinematográfica dentro las industrias creativas y reconoce este sector como motor de desarrollo, que promueve el empleo, el tejido social y humano, como también la identidad y la equidad. Esta ley hace hincapié en lo importante que es la creatividad para el desarrollo y la innovación, por lo tanto, establece las “7i”, entendidas

como las estrategias para la gestión pública que son: información, instituciones, industria, infraestructura, integración, inclusión e inspiración.

Según los defensores de esta ley, este mecanismo fortalece las industrias creativas a largo plazo y permite que dicho sector económico crezca por medio del financiamiento, créditos de largo plazo, la cooperación técnica, la construcción de infraestructura cultural y la exportación de bienes y servicios culturales, trabajando con el sector privado, actores públicos y gremiales, generando también incentivos fiscales para personas naturales y jurídicas que promuevan este sector.

No obstante, existe la cuestión de que, si en el artículo 5.2. “instituciones” se afirma buscar coordinar la gestión administrativa con la participación del “sector público, privado, mixto y no gubernamental” (p.2); ¿por qué en el artículo 7 donde se establece la creación del Consejo Nacional de la Economía Naranja no lo conformará ni un gremio, pintor, escritor, músico o cineasta? Según este artículo sobre “institucionalidad, se creará el Consejo Nacional de la Economía Naranja como coordinador institucional de la economía creativa, el cual será conformado por los ministros del Interior, de Hacienda, de Trabajo, de Comercio, de Educación, de las TIC, de Cultura; por el director del DANE, del Sena, del DNDA, y del Findeter. Es importante tener en cuenta que, si esta ley incentiva y protege las industrias creativas del país, se deberían incluir trabajadores, gremios y colectivos del sector en esta iniciativa. Además, como argumenta Trujillo (2017), en la ley no se establecen los alcances ni las funciones que asumiría dicha entidad, y por tanto incurriría a una disolución de responsabilidades y dificultades para articular agendas concretas.

En otro aspecto, al leer los artículos 2, 3, 4, y 5 es posible ver que el propósito está en “generar empresa” y categorizar el arte como una oportunidad de negocio, lo cual es bueno, aunque, como argumentan Quesada y Rangel (2017) no se menciona por ningún lado garantías de protección a los artistas, ni se hace referencia a las difíciles condiciones laborales, de salud y pensión, de manera que no se soluciona la cuestión de la insostenibilidad ni la poca rentabilidad que aún representa este sector y que para muchos artistas que participan en las industrias culturales y creativas son problemáticas.

De la misma forma, existe incertidumbre en la ley ya que según el artículo 8 se facilitarán “procesos de importación y exportación de bienes y servicios vinculados a actividades creativas y culturales” (p.3) supuestamente para el desarrollo y crecimiento de estas mismas industrias creativas. Los defensores señalan que esta medida facilita la importación de medios de producción que no se hacen en la industria nacional. Pero, al igual como se señala en el artículo 5, donde se menciona que se fomentarán los instrumentos internacionales para que la economía creativa tenga acceso a los mercados extranjeros respetando los TLC firmados y ratificados por Colombia, esto nos lleva a considerar que se tratará de afinar los instrumentos jurídicos para que las industrias creativas extranjeras entren dentro de una competencia desigual en el mercado colombiano, lo cual afectaría a las industrias culturales nacionales, debido a la desprotección y la falta de garantías, tal como exponen Quesada y Rangel (2017).

En resumen, la Ley Naranja parece más bien un manual de propósitos con buenas intenciones, y no una ley que puede ser realmente ejecutada, debido a que, a diferencia de las dos leyes de cine, es muy genérica y no existe claridad en los alcances de la gestión ni estrategias concretas u objetivos definidos para el desarrollo de cada industria creativa, tal como señala Trujillo (2017). Y a pesar de que no es posible comprobar su efectividad por el poco tiempo en que fue entrada en vigor esta iniciativa, es posible percibir que esta ley es poco innovadora y vaga en las propuestas, de manera que intenta reforzar las políticas públicas existentes con relación al fomento de las industrias creativas del país y no propone estrategias diferentes a las existentes para resolver las necesidades de las personas que viven de este sector que, como expone Trujillo (2017), a pesar de las cifras maravillosas que presenta el Gobierno Nacional de la participación de la cultura en nuestra economía, los gestores culturales ganan muy poco y poseen trabajos inestables.

Es claro que una ley de promoción a la economía creativa debe impulsar la iniciativa privada, contribuir a la formación de espacios sostenibles para el emprendimiento independiente y establecer mecanismos de financiamiento para incentivar la creación de empresas innovadoras, tal como se menciona en la Ley Naranja, pero tampoco deben perder

el arte, la cultura y su valor social, quedando reducidos a una simple mercancía en la lógica del provecho económico. Por ello, como señala Trujillo (2017), para fortalecer las industrias creativas es pertinente promover un equilibrio entre unas políticas públicas que reinventen la figura del Estado en la protección y fortalecimiento del arte y la cultura, a través de instrumentos normativos, sociales y económicos que permitan a los emprendedores privados y gestores culturales avanzar en sus proyectos de manera libre con seguridad y protección financiera y jurídica.

3. Dificultades en la industria del Cine colombiano: desafíos por afrontar

A partir del análisis anterior sobre las políticas públicas de fomento del cine colombiano, es posible evidenciar que la primera dificultad para el desarrollo cinematográfico refiere al tema del financiamiento ya que, como afirma la cineasta Gallego, los fondos que cuenta el país para hacer películas locales, en su mayoría se dedican a la producción, y aunque las leyes de cine reconocen la importancia de la distribución y exhibición de las obras, el tema de la falta de publicidad es una problemática que no se ha podido resolver, lo cual dificulta la formación de públicos nacionales.

Así, por ejemplo, la película “Somos calentura” (2018) dirigida por el cineasta caleño Jorge Navas que representa una de las producciones más importantes que se estrenaron en ese año por el tema creativo que aborda y su calidad cinematográfica; el distribuidor de la película Cine Colombia decidió disminuir el número de salas en la que se estaba proyectando, lo cual condujo a una reducción significativa de los espectadores. Además, se debe tener en cuenta que la apuesta estética era interesante e iba más allá de la referencia obvia de la pobreza y la violencia, mezclando la cultura de la danza urbana con los sonidos del Pacífico colombiano. Este hecho fue decepcionante ya que la mayor parte de la crítica fue positiva y llevó a 15.000 personas a salas de cine durante su primer fin de semana que, para un filme nacional, es bastante satisfactorio (Ospina, 2018). En consecuencia, se pudo evidenciar la realidad de muchos distribuidores como Cine Colombia que les interesa más el dinero generado con las boletas que el factor cultural y artístico de las

películas nacionales. Así como afirmó el director Navas, los distribuidores nacionales siguen poniendo a competir las películas colombianas con las producciones de Hollywood, una industria que es más grande, con mayor capacidad adquisitivas, tecnológica, publicitaria y, mucho más desarrollada que la colombiana; esto refleja la competencia desigual de la industria que se vive en el país.

Por lo anterior, como señala Moncada (2013), las dificultades que presenta el cine colombiano se deben principalmente a la falta de distribución y exhibición de las películas nacionales tanto en el mercado doméstico como en el internacional, de modo que se desaprovecha el potencial creativo y la extensiva riqueza cultural de un gran número de obras. De esta manera, el tema de la circulación de las películas en el país es complicado por las pocas pantallas y, específicamente, por la concentración de éstas en pocas ciudades. Según datos de 2013, en Colombia hay 690 pantallas ubicadas en tal sólo el 4% del país, siendo el 75% ubicadas únicamente en las ciudades de Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla (Revista Arcadia, 2017).

De igual forma, la causa de esta situación proviene de la falta de propuestas que, sin perder su calidad artística, se deben trabajar para incrementar la cifra de espectadores, pensando en crear producciones acordes al mercado, ya que esta falta de audiencia genera que el mercado sea pequeño para esta incipiente industria. En efecto, la cuestión radica también en prestar atención en la viabilidad comercial de los proyectos cinematográficos en la medida que, en varias ocasiones, el problema de la distribución y exhibición de las películas se debe a que, a pesar de ser artísticamente buenas, no son del gusto de la audiencia, viéndose así reflejado este comportamiento en las taquillas.

Desde esta perspectiva, como afirma el director caleño Alexander Giraldo, es importante explorar alternativas en la comercialización, promoción y distribución de las películas (Moncada, 2013). Igualmente, teniendo en cuenta que los aspectos de distribución y exhibición se encuentran en la esfera privada, es preciso que, a partir de la Ley de Cine, el Gobierno Nacional garantice por medio del diálogo entre productores, exhibidores y

distribuidores; unos mínimos de participación de las obras cinematográficas nacionales en la distribución, ya que representa una falencia enorme que no se ha logrado superar.

De manera complementaria, como señala Acosta (2009), el Gobierno Nacional debería promover más espacios de difusión de cine colombiano, adquiriendo algunas salas de cine que por falta de recursos no han podido seguir en funcionamiento y, en lo posible, hacer que el precio de las entradas sea más bajo que el de las salas comerciales, lo cual lograría atraer un mayor número de personas que podrían disfrutar de las películas nacionales que difícilmente son presentadas en las salas comerciales. Por ejemplo, existen edificaciones abandonadas que podrían ser útiles para la exhibición de películas nacionales, tal como es el Teatro San Jorge, un edificio ubicado en pleno corazón de Bogotá en donde se proyectaban películas de cine durante el siglo XX y que, según Giraldo (2018), actualmente se encuentra abandonado en precarias y riesgosas condiciones.

Conclusiones

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, el cine, como proceso histórico, representa una forma artística, creativa e innovadora de generar industria en Colombia. De esta manera, el Estado reconoce la importancia de conservar, preservar y divulgar el desarrollo artístico e industrial de la cinematografía colombiana por su labor de contribuir en la memoria colectiva del país, en ser un medio de expresión de la identidad nacional y, por supuesto, generar desarrollo económico y social. Así queda demostrado en las políticas públicas de fomento del cine nacional, empezando por la Ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura), después con la Ley 814 de 2003 (Ley de Cine) y, por último, la Ley 1556 de 2012 (Ley Filmación Colombia); en donde se detallan los objetivos, las alianzas con el sector privado, las competencias, los incentivos tributarios y, la administración de los fondos y recursos financieros para estimular este sector de la economía creativa.

Otra de las políticas públicas relacionadas con la industria creativa del cine tiene que ver con la “Ley Naranja”. Sin embargo, esta iniciativa es demasiado genérica y poco innovadora para considerarla útil en el avance cinematográfico, de modo que no existen

estrategias concretas que sirvan impulsar este sector en específico ni solucionar las necesidades sociales de muchos gestores culturales que se desarrollan en esta industria.

Actualmente es posible percibir una creciente actividad cinematográfica en el país gracias a las propuestas innovadoras de las políticas públicas para el desarrollo de esta industria creativa, como fueron el fondo mixto de promoción cinematográfica denominado Proimágenes, la creación del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico y del Fondo Fílmico Colombia, como también el desarrollo del mecanismo (sin reglamentar) de la cuota de pantalla, y el mecanismo (también sin reglamentar) de la titularización de proyectos cinematográficos. Además, se han promovido proyectos innovadores de obras cinematográficas y programas para difundir la producción de cine nacional en alianza con otros países como la plataforma digital Retina Latina.

Ahora bien, a pesar de los avances en las políticas públicas de fomento del cine nacional, todavía existen dificultades en cuanto a la sostenibilidad y rentabilidad del sector, especialmente por la inestabilidad laboral que representa para los artistas, técnicos y realizadores culturales. A lo anterior se suma que, ante la competencia de industrias extranjeras en el mercado colombiano, y aún con el aumento de la producción de largometrajes colombianos con estilos más variados, es difícil mantener en cartelera las producciones cinematográficas nacionales. Este problema se debe también a la falta de publicidad de las películas colombianas, la cual dificulta el objetivo de aumentar la audiencia nacional e internacional, afectando asimismo los beneficios de los productores nacionales. Ante estas dificultades, existen varias soluciones para estas problemáticas como son los mecanismos de la “Cuota de pantalla” y la “titularización de proyectos cinematográficos”, sin embargo, el Estado no ha actuado en la aplicación de estas herramientas.

Para finalizar, es importante poner en énfasis que el avance legislativo para el fomento del cine nacional es significativo y, aunque se han impulsado proyectos que ayudan a crecer la industria nacional del cine, es necesario un mayor apoyo por parte del Estado para hacer de esta industria sostenible y competitiva a nivel nacional como internacional.

Referencias bibliográficas

- Acosta, B. (2009). *Análisis de las políticas de fomento del cine en Colombia* (monografía de grado). Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, Bogotá, Colombia.
- Cámara de Comercio de Cali. (2016). *La economía naranja: generadora de oportunidades*. Recuperado de: <https://www.ccc.org.co/file/2016/12/Un-Valle-de-Gente-Creativa-La-economía-naranja-generadora-de-oportunidades.pdf>
- Giraldo, D. (2018). *Investigan millonario detrimento por compra del Teatro San Jorge*. Recuperado de: <https://canal1.com.co/noticias/bogota/investigacion-millonario-detrimento-compra-del-teatro-san-jorge/>
- Interfictio SEO. (12 de enero de 2011). Breve historia del cine en Colombia [Blog]. Recuperado de: https://www.articulo.org/articulo/31505/breve_historia_del_cine_en_colombia.html
- Luzardo, A. (2017). *Economía Naranja: Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe*. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Economía-naranja-Innovaciones-que-no-sabías-que-eran-de-América-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Ministerio de Cultura de Colombia. (2016). *Ley Filmación Colombia ha generado ingresos al país por más de \$86 mil millones*. Recuperado de: <http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Paginas/Ley-Filmación-Colombia--ha-generado-ingresos-al-país-por-más-de-86-mil-millones.aspx>
- Ministerio de Cultura de Colombia. (2011). *Política Pública Cinematográfica*. Recuperado de: <https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/apresentacoes/Colombia.pdf>
- Moncada, R. (25 de julio de 2013). La ley que hizo florecer el cine colombiano. *El País*. Recuperado de: <https://www.elpais.com.co/entretenimiento/cultura/la-ley-que-hizo-florece-el-cine-colombiano.html>
- Mossos, A. (2007). *Perspectiva del cine colombiano. Desde lo estético, la producción, la distribución y la taquilla*. Recuperado de: <https://es.calameo.com/read/0030510428db8455340a7>

- Ochoa, A., y Carvajal, D. (2016). *Industria culturales y empoderamiento: la competitividad de la industria cinematográfica colombiana*. Recuperado de: <https://www.uniagustiniana.edu.co/images/Investigaciones/Memorias/Semilleros-2016.pdf#page=310>
- Ospina, Y. (19 de septiembre de 2018). “Es muy triste lo que está pasando con esta película”: director de Somos Calentura. *El País*. Recuperado de: <https://www.elpais.com.co/entretenimiento/cultura/es-muy-triste-lo-que-esta-pasando-con-esta-pelicula-director-de-somos-calentura.html>
- Portafolio. (20 de agosto de 2018). “Industrias culturales le aportan más al PIB del país que el café”. *Portafolio*. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/negocios/industrias-culturales-le-aportan-mas-al-pib-del-pais-que-el-cafe-520236>
- Quesada, G., y Rangel, V. (2017). *Una Voz de Alerta sobre la propuesta Ley Naranja*. Recuperado de: <https://www.periodicolapislazuli.com/Una-Voz-de-Alerta-sobre-la-propuesta-Ley-Naranja.html>
- Retavisca, A. (2016). Homenaje a la Crítica Cinematográfica en Colombia. Recuperado de: <http://www.urosario.edu.co/Home/Principal/Orgullo-Rosarista/Destacados/Homenaje-al-critico-colombiano-de-cine-Hernando-Ma/>
- Revista Arcadia. (1 de febrero de 2018). El cine en Colombia en 2017. *Revista Arcadia*. Recuperado de: <https://www.revistaarcadia.com/cine/articulo/industria-del-cine-en-colombia-en-cifras-de-2017/67977>
- Trujillo, S. (2017). *La Ley Naranja: otro intento fallido para fomentar la cultura*. Recuperado de: <https://www.razonpublica.com/index.php/cultura/10314-la-ley-naranja-otro-intento-fallido-para-fomentar-la-cultura.html>
- UNESCO. (2010). *Políticas para la creatividad: guía para el desarrollo de las industria culturales y creativas*. Recuperado de: http://www.lacult.unesco.org/docc/UNESCO_Guia_por_una_economia_creativa.pdf