

**Modelos de financiación usados por productores en largometrajes colombianos
contemporáneos: un estudio de caso**

María Fernanda Ariza Orozco
Valentina Romero López

Universitaria Agustiniiana
Facultad de Arte, Comunicación y Cultura
Programa de Cine y Televisión
Bogotá D.C.
2019

**Modelos de financiación usados por productores en largometrajes colombianos
contemporáneos: un estudio de caso**

María Fernanda Ariza Orozco

Valentina Romero López

Directora

Angélica María Garzón Muñoz

Asesor de trabajo de grado audiovisual

Juan Sebastián Sarmiento Bazzani

Trabajo de grado para optar al título de profesional en Cine y Televisión

Universitaria Agustiniiana

Facultad de Arte, Comunicación y Cultura

Programa de Cine y Televisión

Bogotá D.C.

2019

Dedicatoria

A mi madre, por su enorme sacrificio. A mi hermana por enseñarme el cine.

A mi familia, principalmente a mi mamá y a Juan Carlos por su entrega y constante ayuda para
cumplir mis metas.

Agradecimientos

Agradecemos al cine y a las personas que hacen parte de este universo. A la familia 1:1 Films por su constante perseverancia, apoyo y compañía al ver, leer, escribir y hacer cine. A Gerylee Polanco, a Daniel García, y principalmente a Diana Bustamante por la disposición brindada hacia nosotras. Finalmente agradecemos a todas las personas que hicieron posible esta investigación.

Resumen

El objetivo central de la investigación es identificar y analizar los diferentes modelos de financiación utilizados por los productores de cine contemporáneos en Colombia. El estudio de caso será la principal herramienta para lograr los resultados de documentar y generar un modelo de financiación para un proyecto cinematográfico universitario. Esto con el fin de relacionar los negocios con el cine, y reflexionar cómo la financiación genera un impacto en la industria cinematográfica colombiana.

Palabras clave: modelos de financiación, estudio de caso, fondo para el desarrollo cinematográfico (FDC), FOCINE.

Abstract

The main objective of the investigation is to identify and analyze the different financing models used by contemporary film producers in Colombia. The case study will be the main tool to achieve the results of documenting and generating a funding model for a university film project. This in order to relate business to film, and reflect on how funding generates an impact on the Colombian film industry.

Keywords: financing models, case study, fondo para el desarrollo cinematográfico (FDC), FOCINE.

Tabla de contenidos

1. Título	10
2. Tema de investigación	11
3. Problema de investigación	12
3.1. Planteamiento del problema	12
3.2. Formulación del problema	15
3.3. Descripción del problema	15
3.4. Justificación del problema	17
3.5. Objetivos del proyecto	19
3.5.1. Objetivo general	19
3.5.2. Objetivos específicos	19
3.6. Delimitación del problema	20
4. Marco de referencia	23
4.1. Marco conceptual.....	23
4.1.1. Modelos de financiación en el cine	23
4.1.2. Industria cinematográfica	23
4.1.3. Financiación mixta.....	26
4.1.4. Estudio de caso.....	28
4.2. Marco contextual	32
4.2.1. Ley 9 de 1942	34
4.2.2. Decreto 1924 del 1978	38
4.2.3. Ley 397 de 1997	40
4.2.4. Ley 814 de 2003 - Ley de cine.....	40
4.2.5. Ley 1262 de 2008.....	42
4.2.6. Ley 1556 de 2012	44
5. Metodología	49
5.1. Fases de recolección de la información	50
5.1.1. Fase I	50
5.1.2. Fase II	51
5.1.3. Fase III	55
5.1.4. Fase IV	56

5.1.5. Fase V	57
6. Discusión y análisis	58
6.1. Capítulo II: Estudio de caso hacia un modelo de financiación cinematográfico en Colombia	58
6.1.1. Fase I	58
6.1.2. Fase II	60
6.1.3. Fase III	62
6.1.4. Fase IV	70
6.1.5. Fase V	85
7. Conclusiones	95
8. Referencias	98
8.1. Referencias consultadas	98
8.2. Referencias citadas	100
8.3. Filmografía	103
9. Anexos	107
9.1. Anexo No. 1	107
9.2. Anexo No. 2	119
9.3. Anexo No. 3	134

Lista de tablas

Tabla 1	29
Propósitos con que se realiza y niveles del estudio de casos. Fuente: Díaz S, Mendoza V, & Porras C. (2011)	
Tabla 2	30
Clasificación de estudios de caso. Fuente: Díaz S, Mendoza V, & Porras C. (2011)	
Tabla 3	30
Tipos básicos de estudios de caso. Fuente: Díaz S, Mendoza V, & Porras C. (2011)	
Tabla 4	45
Listado de películas beneficiarias de la ley 1156. Fuente: Proimagenes Colombia, Cine en Cifras No. 12. (2017)	
Tabla 5	52
Modelo de preguntas para las entrevistas a los productores. Fuente: Elaboración propia.	
Tabla 6	55
Modelo de tabulación de las respuestas de los productores. Fuente: Elaboración propia.	
Tabla 7	56
Modelo de tabulación de puntos en común por cada temática. Fuente: Elaboración propia.	
Tabla 8	62
Tabulación de las respuestas de los productores. Fuente: Elaboración propia.	
Tabla 9	84
Puntos en común entre los productores según la temática. Fuente: Elaboración propia.	
Tabla 10	88
Plan de financiación para largometraje. Fuente: Elaboración propia.	
Tabla 11	89
Elaboración del plan de financiación. Fuente: Elaboración propia	

Introducción

En un país donde no existe industria cinematográfica consolidada es necesario preguntarse por los modelos y estrategias que utilizan los productores colombianos a la hora de hacer viable financieramente la película que se encuentran produciendo, es por esto que la presente investigación aborda las diferentes maneras de financiación usadas por productores de cine colombiano contemporáneos para sus largometrajes.

En el primer capítulo se evidencia la necesidad de realizar la investigación junto a sus respectivos objetivos y delimitación. En esta parte se escogen a los productores Daniel García, Diana Bustamante, Gerylee Polanco, Cristina Gallego y Diego Ramírez, y se trazan criterios de selección en cuanto a sus filmes. A partir de esto se genera un marco de referencia en donde se abordan los términos necesarios como modelos de financiación en el cine, la industria cinematográfica, la financiación mixta y el estudio de caso con la intención de comprender y explorar de la mejor manera la información dada en el documento.

Así mismo, se aborda y analiza la información encontrada desde los inicios del cine en Colombia hasta la actualidad y su relación con el financiamiento; acá se exploran las diferentes maneras y la evolución de estas a la hora de buscar el dinero y hacer posible las películas, en paralelo con la descripción de leyes vigentes y apoyos del estado para la financiación de largometrajes en Colombia. Para finalizar este capítulo trazamos una metodología de recolección y análisis de la información como un estudio de caso basado en el tipo interpretativo dentro de la modalidad de comparación constante.

En la segunda parte se desarrolla la investigación en cinco fases: la realización de perfiles de los productores seleccionados, la formulación de preguntas y la concreción de las entrevistas, la realización de las entrevistas y la tabulación de las respuestas de los productores, dichas respuestas se dividen en una etapa de análisis de cada subtema planteado en las entrevistas, y por otro lado la etapa de puntos en común entre las respuestas de cada productor. En la última fase se consolida la experiencia personal con el proceso de financiar nuestro largometraje y creamos nuestro propio modelo de financiación.

El último capítulo culmina con las conclusiones generales, dentro de las cuales encontramos resultados de gran importancia para la economía cinematográfica, la academia de cine en Colombia y la actual desinformación existente en el sector.

Título

Modelos de financiación usados por productores en largometrajes colombianos contemporáneos: un estudio de caso.

Tema de investigación

El propósito de esta investigación es identificar los diferentes modelos de financiación que se implementan en la realización de largometrajes en el cine colombiano, a partir del caso de cinco productores cinematográficos que han realizado activamente largometrajes en Colombia durante los últimos años:

Diana Bustamante, productora de *La playa D.C.* (J. Arango, 2012), *Violencia* (J. Forero, 2015) y *La tierra y la sombra* (C. Acevedo, 2015); Diego Ramírez, productor de *Perro come perro* (C. Moreno, 2008), *Todos tus muertos* (C. Moreno, 2011) y *Matar a Jesús* (L. Mora, 2018); Cristina Gallego, productora de *La sombra del caminante* (C. Guerra, 2004), *Los viajes del viento* (C. Guerra, 2009) y *El abrazo de la serpiente* (C. Guerra, 2015); Gerylee Polanco, productora de *El vuelco del cangrejo* (O. Navia, 2010), *La sirga* (W. Vega, 2012) y *Los hongos* (O. Navia, 2014); Daniel García, productor de *Mateo* (M. Gamboa, 2014), *Tierra en la Lengua* (R. Mendoza, 2014) y *Memorias del Calavero* (R. Mendoza, 2014).

Así pues, a través del método de estudio de caso, se pretende determinar si estos productores disponen de un modelo establecido para la financiación de sus proyectos cinematográficos.

Problema de investigación

En un país donde no existe una industria cinematográfica equivalente a la norteamericana, las formas de financiar una película son tan variadas como las narrativas de cada filme. Por esta razón, resulta necesario realizar un estudio de caso en el cual se investiguen los modelos desarrollados por los productores, sus respectivas metodologías y estrategias para hacer posible la película que se han planteado en principio. El objetivo último de esta monografía consiste en llegar a formular un modelo base de financiación cinematográfica para implementar en la realización de nuestro largometraje Salvaje Esperanza.

Planteamiento del problema

Inicialmente, nos propusimos investigar sobre los modelos de financiación de largometrajes colombianos con la intención de documentar esta área de la producción cinematográfica, ya que, como estudiantes de Cine y Televisión, hemos encontrado ciertos vacíos a la hora de acercarnos a una teoría acerca de este tipo de estrategias o modelos de financiamiento. Estos vacíos se refieren a la experimentación a partir de la cual se diseñan las estrategias planteadas por la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura, porque poner en práctica los mecanismos de financiación y recuperación sugeridos por esta institución resulta difícil, puesto que no se posee conocimiento suficiente para hacer efectivos los métodos propuestos; de modo que la mayoría de veces los productores se ven obligados a mezclar diferentes estrategias y a proceder de manera intuitiva.

Según la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura (2009), estas estrategias se dividen en los recursos reembolsables y los no reembolsables, y ambos recursos se subdividen a su vez en forma de financiamiento y forma de recuperación. Para los recursos reembolsables existen formas de ingreso y retorno, es decir, se realizan como tipo de recuperación y obtención de ganancias de la inversión realizada en la película a partir de diferentes plataformas. Por otro lado, los mecanismos no reembolsables funcionan como fuente de recuperación, esto es, de acuerdo con el método aplicado se obtiene una recuperación de forma indirecta, como los descuentos tributarios de los inversionistas, los cuales en la actualidad suponen una recuperación del 41,1% efectivo.

La categoría de los recursos reembolsables incluye estrategias como los fondos internacionales, que se refieren a la competencia en certámenes o concursos fuera de Colombia en los que se otorgan premios o distinciones a las películas según las condiciones de cada fondo. Estos premios usualmente hacen parte del fomento económico para la cultura, el cual destina dinero para el proyecto. Dichos premios consisten en equipos cinematográficos o apoyos en una o varias de las etapas de producción de la película. Para participar en la mayoría de certámenes se requiere presentar un libro de producción y una propuesta de proyecto cinematográfico; si cumple con las condiciones planteadas por la competencia, la película pasa ciertos filtros hasta llegar al punto de pitch internacional, en el que los productores y el/la director(a) realizan una presentación que contenga los aspectos importantes de su película, y, según el potencial, tanto narrativo-artístico como económico, que el jurado encuentre en el filme, este proyecto puede ganar el concurso y destinar el dinero o incentivo del premio a la parte del proyecto que se requiera. Estos incentivos pueden pertenecer también a los recursos no reembolsables, pues algunas de estas ayudas dadas por otros países requieren que el dinero otorgado sea gastado en el país de origen del fondo. Algunos de los concursos más renombrados son Ibermedia, World Cinema Fund, Vision Sud Est, Fond Sud Cinema, Hubert Bals Fund, entre otros. En esta modalidad, también se encuentran los inversionistas. La Ley de Cine (Ley 814 del 2003) avala que cualquier persona natural o jurídica con independencia económica puede invertir dinero efectivo en un proyecto cinematográfico con un derecho de deducción tributaria del 165% sobre el valor aportado en la película. Esto quiere decir que si alguna empresa o persona natural quisiera invertir cierta cantidad de dinero en una película, se le retribuirá en deducción tributaria el porcentaje anteriormente mencionado únicamente en el momento de declarar la renta. Según el decreto 1080 del año 2015, que hace parte de la Ley de Cine, la única garantía de recuperación de utilidades para los inversionistas es la deducción tributaria y la nacionalización no es garantía de recuperar u obtener ganancias; este campo de reconocimiento como producto nacional tampoco es considerado como un pronóstico de éxito para los productores. La nacionalización y la deducción tributaria funcionan como términos propios de la economía y se encuentran relacionadas con el ahorro, la ubicación del capital, la postergación del consumo, la proyección del producto, la rentabilidad del mismo y la recuperación de inversión. Ya que la Ley de Cine no garantiza sino el 165% de la inversión, el inversionista deberá reparar y analizar la proyección

del producto y recuperación vital de su inversión para obtener utilidades fuera de aquellas que son producto de la deducción tributaria.

Así mismo, se encuentran las coproducciones internacionales, esto es, producciones realizadas en conjunto con una o más empresas productoras extranjeras. Las coproducciones internacionales suponen un mayor campo de retribución, ya que se rigen según las normas o leyes de dos o más países. Según Reina, Zuluaga y Salamanca (2009), algunos países conceden, aparte de la garantía de deducción tributaria, créditos o reembolsos tributarios, los cuales pueden llegar a ser más efectivos pues reducen de manera directa la carga tributaria. Dichos créditos o reembolsos pueden funcionar como créditos de pago anticipado a los impuestos o como reembolsos efectivos de dinero al contribuyente, pero, sin importar el nombre que tomen, la importancia en este caso radica en el monto de impuestos que el estado estaría dispuesto a condonar al inversionista. Las coproducciones internacionales pueden resultar más llamativas para los productores nacionales pues existe la posibilidad de un elenco más reconocido internacionalmente y con mayor probabilidad de recuperación del dinero, pues de esta manera es posible aplicar a beneficios tributarios adicionales y a nuevos ámbitos de mercados internacionales.

En los modelos reembolsables se encuentra también el *product placement*, usualmente definido como una forma de publicidad en donde la empresa inversionista, junto con los productores, ubica estratégicamente la marca, los servicios o el nombre de los productos del inversionista en escenas de la película. Esta modalidad funciona como un intercambio de beneficios privados, en el que el inversionista realiza una inversión en capital directo y efectivo, y el productor ubica la marca de su producto en la película para que este llegue a más personas. El *product placement* puede compararse con comerciales sutiles, pues el mensaje de consumo directo no es tan evidente. A pesar de no ser reembolsable de forma directa en capital efectivo, el *product placement* sí supone un reembolso a partir de las cesiones de derechos y posicionamiento de producto para la distribución.

Los créditos y las preventas hacen referencia a las inversiones de forma privada y funcionan de una manera similar: se aporta dinero al proyecto audiovisual y, como forma de recuperación de recursos, se aplica la taquilla, las ventas internacionales y otras ventanas.

En cuanto a los recursos no reembolsables, existen las estrategias de convocatoria del Fondo del Desarrollo Cinematográfico (FDC), los premios nacionales e internacionales y los donantes, en los cuales nos detendremos más adelante. Como se trata de recursos no reembolsables de forma directa, la recuperación de los recursos se aplica como beneficio o contraprestación; así, por ejemplo, en el caso de los certificados de donación, el intercambio de trabajo, la titularización y los créditos.

Al revisar la historia del cine colombiano encontramos que el principal problema es la falta de registro o documentación de estos modelos, pues no se cuenta con una sola ruta posible y clara que ampare todas las narrativas que se generan. Este problema tiene su origen en el desconocimiento respecto a *cómo conseguir e invertir inteligentemente el dinero en las películas*, al margen de los estímulos gubernamentales. Así pues, consideramos que el principal problema de nuestro cine es la falta de una industria autosuficiente.

Por último, ya que, en cuanto que miembros de una casa productora, tenemos la intención de realizar nuestra ópera prima de largometraje con independencia de los estímulos y convocatorias estatales, es pertinente analizar todo el proceso que conlleva realizar una película desde su aspecto financiero. Puesto que consideramos que, al analizar las diferentes estrategias que siguen ciertos productores con el fin de conseguir financiamiento, podemos generar un modelo en el que se ponga a prueba la potencialidad de negocio artístico e industria cultural junto con su funcionalidad económica en nuestro propio proyecto.

Formulación del problema

La información que se encuentra sobre la ejecución de la legislación colombiana acerca del cine es escasa y existen ciertos vacíos frente al tema concreto de un modelo de financiación. Ni las casas productoras ni los productores mismos proveen de forma completa esta información en un artículo o ensayo en donde se muestre cómo financiaron sus películas. De este modo, ante la necesidad de encontrar la información sobre los modelos de financiación, nos surgen las siguientes preguntas: ¿Cuáles son los modelos de financiamiento que se usan para una película colombiana? ¿Cómo generar un modelo de financiación propio?

Descripción del problema

Si se busca información bibliográfica sobre las metodologías de financiación implementadas por los productores en sus largometrajes, lo que se obtiene normalmente es información sobre las ganancias en taquilla, como los reportes de Cine en Cifras proporcionados por *Proimágenes Colombia* desde el año 2011. Sin embargo, si se analizan los créditos de la película, encontramos la información acerca de coproducciones nacionales e internacionales, las posibles aplicaciones a convocatorias estatales, los laboratorios, etc. No obstante, esta información que se halla en la película conlleva un análisis deductivo, pues no podemos saber con seguridad cómo fue el proceso para cada empresa inversionista y otros participantes en el largometraje. Si se extiende esta búsqueda a la información sobre cómo poner en práctica esas metodologías o estrategias de financiación, no obtenemos resultados claros, pues la gran mayoría de los productores suponen una confidencialidad a la hora de contar los inconvenientes, la falta de éxito y las maneras de obtención de financiamiento.

A través de la historia del cine en Colombia han sido presentadas numerosas películas con diferentes metodologías de financiación. Así, por ejemplo, un largometraje como *Los Nadie* (J. S. Mesa, 2016), cuyo equipo, según relata José Manuel Duque, uno de los productores del filme, después de llevarse a cabo una proyección de la película en el marco de la Semana del Cine Colombiano 2018 en Medellín, ganó un estímulo del FDC para producir un cortometraje. De acuerdo con Duque, al percatarse de la oportunidad de realizar un largometraje de bajo presupuesto con ese incentivo para corto, decidieron producir el largometraje y presentar el cortometraje con el que habían ganado el estímulo solo para el FDC en los tiempos establecidos con la condición de no ser presentado al público. También encontramos como ejemplo la película colombo-española *¿Cómo te Llamas?* (R. Caudeli, 2018), que basa su financiación en el *crowdfunding* internacional, y obtuvo un apoyo económico (hasta el 2017) de 12 000 euros y el trabajo de más de 45 estudiantes de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. El equipo de *El Abrazo de la Serpiente* (C. Guerra, 2015), por su parte, que ganó la primera versión del estímulo integral del FDC en el 2014, con 70 millones de pesos, optó por invertir este estímulo para la etapa de promoción y, después de realizar inversiones mixtas y coproducciones con otros países, el 30% del presupuesto de la película fue financiado por Caracol Televisión y Dago García Producciones. Se puede notar la diferencia de modelos y estrategias de financiación de estas películas tomando como referentes los modelos propuestos por la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura tratados anteriormente. Es posible deducir que las

estrategias son tan variadas como las narrativas mismas, pues es claro que la financiación usada en una película de gran presupuesto difiere totalmente de la financiación de un filme de bajo presupuesto. En la actualidad parecería imposible producir un largometraje sin ayuda del FDC y las convocatorias estatales o privadas. Resulta pertinente, por lo tanto, plantear un análisis de los métodos de financiación de algunos productores de cine en Colombia y que dicho análisis se enfoque en la financiación mixta, que tiene como principal metodología la economía privada y que se vale de la financiación pública como un comodín y no como el soporte principal para hacer los proyectos realidad.

Justificación del problema

La presente investigación busca acercarse a los modelos de financiación del cine contemporáneo en Colombia. Analizaremos los casos de productores colombianos que, de la mano de sus proyectos, han logrado producciones de éxito y también de fracaso económico, con el propósito de generar herramientas y estrategias para la producción de largometrajes en Colombia. Así pues, abordaremos el campo de la producción desde el aspecto financiero.

En esta monografía abordaremos las etapas que componen toda película desde el punto de vista del cine como industria y economía. Nuestro propósito es reflexionar sobre la diversidad a la hora de producir financieramente un proyecto cinematográfico independiente, con el fin de aplicar los resultados a los que nos arroje esta investigación al modelo de financiación de nuestro largometraje *Salvaje Esperanza*.

Los multifuncionales modelos de producción en el cine colombiano abarcan desde ayudas financieras estatales y gubernamentales como el FDC, las convocatorias departamentales (como la convocatoria del Instituto Distrital de las Artes (IDARTES), las convocatorias de creación y circulación del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia o la convocatoria Estímulos Alcaldía de Cali, entre otras), hasta las ayudas financieras de sectores privados, como canales de televisión y empresas externas al sector cinematográfico que desean contribuir con la cultura del país. También existe la posibilidad del *Product Placement*, práctica que consiste en llevar a cabo una publicidad por emplazamiento de marcas específicas que se verán en pantalla cuando la película sea exhibida a los espectadores. Otra opción para la financiación de películas en Colombia es el *Crowdfunding*, que funciona a partir de una convocatoria virtual a personas que quieran realizar aportes económicos a determinada película y el inversionista recibirá una contraprestación según el monto de dinero invertido en el proyecto.

Es importante poder responder a las preguntas planteadas más arriba, ya que al momento de realizar una película no solo se necesita de una buena idea sino de la posibilidad de llevarla a cabo. Si en Colombia no existe una ruta clara de financiamiento fuera de aquellas planteadas por la Dirección de Cinematografía, a las que hacemos referencia en el Planteamiento del Problema, es pertinente preguntarse sobre las distintas posibilidades de financiamiento para los proyectos audiovisuales, pues esto puede dar luces a la construcción de una industria cinematográfica basada en formas de producción cinematográfica más eficientes.

Así mismo, la pregunta puede dar la oportunidad de plantearse nuevas formas de adaptación de sistemas de financiamiento, desde la academia, y realizar largometrajes susceptibles de ser estrenados, para contribuir así al desarrollo cinematográfico del país. Puesto que si los estudiantes aspirantes a cineastas encuentran posible financiar un largometraje al margen de los estímulos gubernamentales, los largometrajes podrían llegar a ser más trabajados y considerados como una posibilidad realista en el desarrollo de sus estudios.

No obstante, existen documentos, como el ensayo *Agentes del sector cinematográfico y la diversidad cultural en Colombia* de Liliana Castañeda López, en el que la autora menciona y explora la relación del Estado colombiano con el cine, sus leyes, los exhibidores, los distribuidores, los críticos, la formación de público, la diversidad cultural y las normas que rigen el sector; en este artículo, Castañeda reseña los modelos de financiación enfocándose en los modelos del sector público y en las ventas en taquillas de cine. Además, la autora da cuenta y esclarece los modelos estatales con el fin de explorar los desafíos que enfrenta la cinematografía nacional y la diversidad cultural con respecto a la inclusión de la misma en lo que Castañeda denomina el *modelo oficial*. Consideramos que si bien el texto genera algunas dudas sobre el Plan Audiovisual Nacional (PAN) y el Fondo de Desarrollo Cinematográfico (FDC), no logra una manera más específica de abordar el papel de las inversiones privadas y lo que estas representan para los realizadores de cine en el país.

En los Cuadernos del Cine Colombiano lanzados a partir de la iniciativa de la Cinemateca Distrital de Bogotá desde el 2003 hasta la fecha, más específicamente en el cuaderno No. 26: *Instrumentos del Estado para el fomento del cine (2017)*, cinco autores, hacen un repaso por la legislación colombiana acerca del sector cinematográfico del país, a partir de sus experiencias, y con una mirada crítica, abordan temas como las transformaciones de público, las narrativas implementadas y cómo se verán intervenidos los nuevos medios, todos estos temas tienen como epicentro las diferentes leyes implementadas en Colombia para las diferentes etapas y campos del cine. También encontramos entrevistas que fueron realizadas por la periodista Ximena Ospina a David Melo, Cristina Gallego y Juan Martín Cueva, quienes hablan sobre las posturas que tienen, desde su experiencia, con respecto al tema de financiamiento de las películas que cada uno ha realizado, cómo es el proceso de buscar inversionistas, de invertir y hacer películas con bajo presupuesto. En realidad, en estas entrevistas no se aborda la financiación como estudio específico, sino que se habla desde la periferia del tema y no se aporta información sobre cómo se realizan los procesos de financiación, cuál es el proceso a seguir para financiar una película y poder llegar a los espectadores.

De lo anterior es posible deducir que existen pocos documentos que aborden explícitamente la financiación en el cine de Colombia, en comparación con documentos como libros, ensayos, artículos y cuadernos de cine colombiano enfocados en otros ámbitos del cine. Es por esto que creemos necesario investigar sobre los modelos de financiación del cine colombiano.

Objetivos del proyecto

Objetivo general.

Identificar, estructurar y analizar los diferentes modelos de financiación implementados por algunos productores colombianos en sus proyectos cinematográficos, a través de la metodología de estudio de caso.

Objetivos específicos.

- Reseñar las características de los modelos de financiación más usados por productores nacionales en los largometrajes colombianos contemporáneos.
- Diseñar un modelo de financiación para nuestro largometraje *Salvaje Esperanza* que dé cuenta de las referencias y resultados de los productores analizados.

Delimitación del problema

En esta investigación se indagarán los diferentes modelos de financiación usados por los productores: Diana Bustamante de *La playa D.C.* (J. Arango, 2012), *Violencia* (J. Forero, 2015) y *La tierra y la sombra* (C. Acevedo, 2015); Diego Ramírez, productor de *Perro come perro* (C. Moreno, 2008), *Todos tus muertos* (C. Moreno, 2011) y *Matar a Jesús* (L. Mora, 2018); Cristina Gallego, productora de *La sombra del caminante* (C. Guerra, 2004), *Los viajes del viento* (C. Guerra, 2009) y *El abrazo de la serpiente* (C. Guerra, 2015); Gerylee Polanco, productora de *El vuelco del cangrejo* (O. Navia, 2010), *La sirga* (W. Vega, 2012) y *Siembra* (A. Osorio, & S. Lozano, 2016); Daniel García, productor de *Mateo* (M. Gamboa, 2014), *Tierra en la Lengua* (R. Mendoza, 2014) y *Memorias del Calavero* (R. Mendoza, 2014).

Diana Bustamante es una productora y asesora audiovisual de Medellín, egresada de la Escuela de Cine y TV de la Universidad Nacional, y junto con Cristina Gallego y Ciro Guerra fundó la casa productora Ciudad Lunar Producciones con la que produjeron *Los Viajes del Viento* (C. Guerra, 2009). Diana Bustamante participó en *Una cierta mirada* del Festival de Cannes 2009. En 2009 produjo, además, *El Vuelco del Cangrejo* (O. Navia, 2009), película estrenada en el TIFF 2009 y ganadora del premio *Fripresci* en la Berlinale en 2010. En el 2011 fundó la empresa Burning Blue con la que produjo las películas *La Sirga* (W. Vega, 2012), *La Playa D.C.* (J. Arango, 2012), el cortometraje galardonado *Solecito* (O. Navia, 2013), *La Tierra y la Sombra* (C. Acevedo, 2015), *Los Hongos* (O. Navia, 2014) y *Violencia* (J. Forero, 2015). Paralelamente a su labor de productora, desde el 2014 hasta el 2018, Diana hizo parte del Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias, FICCI, como Directora artística. De 2008 a 2012 fue diseñadora y gerente del departamento de Cine de Caracol Televisión, en donde apoyó a más de 20 películas colombianas.

Diego Ramírez es un productor caleño, fundador de la productora Antorcha Films con proyectos de cortometrajes como *2 y 10*, *Fractales* y *Fragmento Fundamental* de Alexander Giraldo y *Tricolor Fútbol Club* de William Vega. Ramírez fue fundador de la empresa 64-A Films, que se dedica a realizar contenido para cine, televisión y publicidad. Así mismo, fue fundador de la Academia Colombiana de Artes y Ciencias Cinematográficas, y vicepresidente de la Asociación Colombiana de Productores. Con 64-A Films ha producido las películas *Matar a Jesús* (Mora, L., 2018), *Fragmentos de Amor* (F. Vallejo, 2016), *Ciudad Delirio* (C. Gutiérrez, 2014), *180 Segundos* (A. Giraldo, 2012), *En Coma* (J. Restrepo, 2011), *Uno, la Historia de un*

Gol (G. Muyschondt, & C. Moreno, 2010) *Todos tus Muertos* (C. Moreno, 2011) y *Perro Come Perro* (C. Moreno, 2008).

Cristina Gallego es una de las productoras más renombradas de Colombia, fundadora y directora de la casa productora Ciudad Lunar. Nació en Bogotá y es egresada de la Escuela de Cine y TV de la Universidad Nacional. Ha producido las películas *La Sombra del Caminante* (C. Guerra, 2004), *El Abrazo de la Serpiente* (C. Guerra, 2015) y *Los Viajes del Viento* (C. Guerra, 2009), *Edificio Royal* (I. Wild, 2012), *Yo no me Llamo Rubén Blades* (A. Benahim, 2018). Ha participado como productora ejecutiva de las películas anteriormente mencionadas y *Anna* (J. Toulemonde, 2015); coproductora de *El Viaje del Acordeón* (A. Tucker, & R. Sagbini, 2015), *Demonios tus Ojos* (P. Aguilera, 2017) y *Wajib* (A. Jacir, 2017). En el 2018, hizo su debut como directora de la película *Pájaros de Verano*, codirigida con Ciro Guerra, la cual también produce. En el año 2004 realizó la asistencia de producción en la película *Sumas y Restas* (V. Gaviria, 2004). De 2003 a 2006, Cristina se desempeñó como productora general del proyecto televisivo Canal Universitario Va, de la Universidad Nacional de Colombia, el cual produce series para televisión emitidas por canales públicos del país. Actualmente es miembro de la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas de Estados Unidos y Colombia, de la Mesa de Gremios en representación de la Asociación de Productores y Directores El Triciclo, Ateliers du Cinéma Européen - ACE Network-.

Gerylee Polanco es una productora y asistente de dirección de Cali y egresada de la Universidad del Valle. Junto con Oscar Ruiz Navia fundó Contravía Films. Ha producido las películas *El vuelco del cangrejo* (O. Navia, 2010), *La sirga* (W. Vega, 2012), *Los hongos* (O. Navia, 2014), *Siembra* (A. Osorio, & S. Lozano, 2016), y *Epifanía* (O. Navia, & A. Eborn, 2017). Fue coproductora de la película *Tormentero* (R. Imaz, 2017). Trabajó como coordinadora de proyectos audiovisuales del centro de producción de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle del 2004 al 2006. Ha sido una gran impulsora del cine como herramienta social y cultural, lo cual se evidencia en la inclusión de comunidades de las periferias de las grandes ciudades, como las comunidades indígenas, la comunidad de Tumaco, Nariño y la comunidad del pueblo La barra, Valle del Cauca, a través de un taller de realización de videominutos. En el 2017, empezó a trabajar con su productora Ojoagua cine en el proyecto de largometraje documental *En tránsito*, el cual se encuentra en etapa de posproducción.

Daniel García es un productor bogotano, egresado de Artes Visuales con énfasis en Expresión Audiovisual de la Pontificia Universidad Javeriana, fundador y productor ejecutivo de la empresa Día Fragma Fábrica de Películas. Ha producido las películas *La Sociedad del Semáforo* (R. Mendoza, 2010), *El Valle sin Sombras* (R. Mendoza, 2015), *Tierra en la Lengua* (R. Mendoza, 2014) y *Memorias del Calavero* (R. Mendoza, 2014), *Los Silencios* (B. Seigner, 2018) y *Mateo* (M. Gamboa, 2014). Fue coproductor de *El Paseo 3* (J. Pinzón, 2013) y director de producción de *Gente de Bien* (F. Lolli, 2014). En 2005 trabajó en el canal de televisión RCN como productor para el proyecto *El Concejal Lucho* y en 2007 fue productor ejecutivo de la serie *Tiempo Final* de FOX International Channels.

Como se puede apreciar, los productores seleccionados tienen perfiles muy distintos y cuentan con una gran variedad de productos audiovisuales, y, por lo tanto, maneras distintas de financiamiento. Al limitar la investigación a estos productores, podremos acercarnos a diferente información y contrastar los testimonios de los mismos, con el fin de extraer conclusiones que nos permitan plantear un modelo propio para la realización de nuestra ópera prima o cualquier proyecto similar en términos de producción.

Marco de referencia

Marco conceptual

Las preguntas que guían este proyecto son: ¿cuáles son los modelos de financiamiento que se usan para la producción de una película colombiana? Y ¿cómo generar un modelo de financiación acorde con las necesidades de cada película? Estas preguntas surgen del vacío teórico sobre la financiación de la industria cinematográfica en Colombia, así que buscamos conceptualizar en primer lugar los modelos de financiación en el cine como los apoyos gubernamentales, como el FDC, los apoyos de empresas privadas, el *product placement* y el *crowdfunding* y su relación con el cine en cuanto que industria. En segundo lugar, analizaremos la financiación mixta y, por último, considerando nuestra metodología de investigación, tendremos que definir claramente la noción de estudio de caso y la selección del tipo de estudio de caso que se adapte a las necesidades investigativas.

Modelos de financiación en el cine.

Para Davies y Wistreich (2007), los modelos de financiación se encuentran en constante renovación debido a los adelantos tecnológicos y la variedad de formato a la hora de producir cine, la llegada de la distribución digital *online* del cine, la piratería y las formas de consumo del espectador. No obstante, a la hora de definir este término, los autores consideran que se trata de una estrategia para conseguir dinero o financiamiento para los proyectos cinematográficos sin desviar la integridad de la película, para lo cual se debe tener en cuenta la venta, la distribución y la exhibición de la película en relación con la obtención de ganancia de los proyectos.

Según el Ministerio de cultura de Colombia (2009), los modelos de financiación obedecen a la consecución de recursos para adquirir bienes y servicios en el ámbito de proyecto cinematográfico. Estos recursos pueden o no ser reembolsables.

Industria cinematográfica.

Para Del Prado (2015), es imposible emparentar al cine con una sola disciplina, pues al haber nacido en una era de paso a la modernidad industrial y con toda su complejidad tecnológica, el cine no solo ocupa un puesto en las ramas de las artes, sino que se relaciona con la industria. Así pues, la autora define al cine como un arte técnico que conserva las características de lo que se considera arte, pero con la implementación de dispositivos tecnológicos y nuevas lógicas socio-económicas ligadas al capitalismo. El cine hace parte de una gran industria, relacionada con la industria del entretenimiento de masas y, sin embargo, con su crecimiento global desde la primera mitad del siglo XX, el cine se ve en la necesidad de crear una industria que le pertenezca en su totalidad. De modo que el cine se considera una industria, ya que presta servicios de entretenimiento y empleos a los creativos del sector que trabajan en cada película.

La Ley de cine 814 del 2003, define la “industria cinematográfica” como la producción de bienes y servicios de carácter audiovisual, específicamente, de producción, exhibición, distribución y comercialización. Este concepto está ligado a la noción de cinematografía nacional, la cual se refiere a las acciones públicas y privadas que se interrelacionan para dar efectos de desarrollo cultural del cine en el país, protegiendo su realización, conservación y divulgación.

De acuerdo con algunas teorías económicas, el término “industria” hace referencia a la transformación de una materia prima (en este caso, las historias) en productos creados a partir de la energía. Por otra parte, para que algo se considere industria, debe poseer equipo humano que desarrolle las labores, principalmente constituidos por una empresa (creativos de departamentos del cine) y maquinaria (cámara, computadores, proyectores, lentes, etc.). Si repasamos la historia del cine, se considera que desde la primera proyección de los hermanos Lumière, el cine se fue extendiendo al principio como un arte industrial en pro de los servicios mercantiles, pues la labor del cine dispondría desde entonces de empleos y al tratarse de un arte que se realiza en colectivo, necesariamente comprende la composición de empresa que prestadora de servicios. Además, se debe tener en cuenta la disposición del servicio de energía del sector y la comercialización. Así mismo, cabe mencionar que el término “industria” toma fuerza en Estados Unidos por la gran cantidad de formación de empresas en pro de la producción de cine y debido a que, a diferencia de otros tipos de arte, el cine practica tiempos y procesos en colectivo, lo cual implica el trabajo de diferentes creativos y etapas de cronología variada como el del desarrollo, en donde se crea la idea, la sinopsis, la escaleta, se crean los personajes, se

escribe el guion, se compran derechos de adaptaciones de libros, se inscriben los derechos de autor del guion y se empieza a buscar un lineamiento de financiación y presentaciones a posibles inversionistas interesados en el tipo de historia que se va a realizar. En el mejor de los casos, se le da luz verde a la película con la financiación asegurada y puede pasar a la siguiente etapa. Este proceso de desarrollo conlleva tiempos tan diversos para cada película que resulta complejo definir cuántos días, semanas, meses o años requiera el desarrollo de una historia y la búsqueda de financiamiento. Quizá por esta razón en algunas ocasiones se pasa al punto de preproducción sin haber concretado en totalidad la etapa de desarrollo, y estos tiempos y empleos se entremezclan, lo cual conduce a un modelo de producción distinto.

En la preproducción se concreta el equipo creativo de producción, dirección, dirección de fotografía, dirección de arte, sonido, y montaje que va a trabajar en el proyecto. Estos equipos realizan propuestas estéticas acerca de cómo ven la película, dentro de las cuales se realiza el guion técnico y la graficación de guion o *storyboard*, la búsqueda de locaciones o *scouting* y la búsqueda de actores o *casting*, con el fin de lograr una unidad estética-narrativa. Tras las propuestas, la producción realiza un presupuesto detallado del proyecto y los análisis sobre las necesidades realizados por los departamentos, un cronograma que establece los tiempos de trabajo y responsabilidades establecidas para cada fecha en cada departamento, y la puesta en marcha de contrataciones, acuerdos y presupuesto. Esta etapa corresponde a la logística, la preparación absolutamente detallada y organizada, la planeación y demás aspectos necesarios para la etapa de producción. Sus tiempos son realmente variados, pero se recomienda un proceso corto ya que si existen inversionistas y coproducciones, estos habrán de acordar con el proyecto un límite exacto de tiempo para no generar pérdidas. Una vez se ha completado la etapa de preproducción, se pasa a la producción o rodaje, en el cual se realizan las grabaciones y se trabaja de forma práctica según los planes de rodaje establecidos en la preproducción. Es en este momento cuando el presupuesto se ve aplicado de manera significativa, pues producir una película implica no solo el pago de un salario a diferentes personas, sino también la alimentación, el alojamiento, el transporte y los seguros del equipo de rodaje; la compra o alquiler de equipos; la compra de materiales plásticos para generar ambientaciones, vestuarios y demás gastos previamente planeados. Una vez ha sido grabada la película, inicia la etapa de postproducción, la cual implica llevar el material grabado en imagen y sonido a salas de ediciones y realizar el montaje de la película, su diseño sonoro, la musicalización, el diseño de

créditos y los efectos especiales (si aplica). Después se pasa a la etapa de exhibición y distribución; si bien ya desde la preproducción se ha trazado un plan de exhibición y distribución con respecto a la publicidad, los estrenos, las salas, las estrategias de *marketing*, los gestores culturales, las ruedas de prensa, la distribución en festivales de cine, los conversatorios, las charlas y demás actividades relacionadas con la producción y su interés de consumo de taquilla. Este proceso puede suponer tiempos realmente extensos de acuerdo con lo propuesto por el equipo de producción.

Todas estas etapas están definidas desde un punto de vista de industria conformada como la estadounidense y un cine comercial con posibilidades de seguir al pie de la letra este modelo de producción y sus respectivos tiempos. Con el paso del tiempo, los norteamericanos han perfeccionado este modelo de producción hasta lograr un profesionalismo económico que sostiene gran parte de ganancias del mundo del entretenimiento en su país, pero, en contraposición, existen distintas formas de producir que adoptan la estructura general de este modelo de industria cinematográfica y aplican diversos tiempos, metodologías, estrategias y procesos que sí funcionen y apliquen a la película a realizar. En Occidente se considera que una forma de producir películas al estilo comercial norteamericano implica la consolidación de una industria dedicada a producir productos de manera constante, a partir de modelos de creación y comercialización similares a los de cualquier industria.

Según estas definiciones, a Colombia podría faltarle una industria cinematográfica debido a una falta de opciones de financiamiento privado, a no contar con un mecanismo de producción en serie y seguir entablando como principal opción de financiamiento los fondos estatales, y también por la falta de público que accede al cine en su propia lengua.

Financiación Mixta.

Business & Sustainable Development Commission en asociación con la Blended Finance Taskforce (2017) definen la financiación mixta o *blending* como el uso estratégico del capital de desarrollo público o filantrópico para la movilización de financiamiento comercial externo privado adicional para las inversiones relacionadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS. Es decir, se usa el capital de desarrollo de fuentes públicas tales como las gubernamentales, las de fundaciones, etc. para eliminar el riesgo de inversión y así atraer el capital de inversionistas del sector privado que de otra manera quizá no habrían participado en el producto.

El World Economic Forum junto con la Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2015), otorgan tres características vitales a la financiación mixta: el apalancamiento o *leverage*, el impacto y el rendimiento.

El apalancamiento consiste en usar fondos de desarrollo y capital filantrópico (donaciones) para atraer fondos privados y generar acuerdos en forma de estrategia. La combinación de financiaciones que optan por ganar fondos estatales y los incentivos de los concursos o la financiación de carácter filantrópico, que avalan previamente la viabilidad económica de la inversión, pueden atraer el interés de los fondos privados capacitados para apoyar el proyecto, pues si la producción cuenta con un incentivo gubernamental de carácter filantrópico, entonces el inversionista privado puede creer más en la viabilidad y retribución de utilidades de su inversión, pues previamente ya ha habido entidades que han asegurado que es un campo en el que vale la pena invertir.

El impacto, por su parte, trata de realizar la búsqueda de inversiones que impulsen el progreso social, ambiental y económico. Como su nombre lo indica, esta característica tiene que ver con el efecto que puede lograr apoyar el proyecto en de forma socio-política-cultural, es decir, si un inversionista se encuentra preocupado por su imagen e impacto en la sociedad, realizará una inversión en una película con tintes relacionados con su campo de interés. Su inversión no solo generaría las ganancias propuestas o retribuciones de utilidades, sino también la credibilidad de la empresa inversionista ante las problemáticas que le preocupan. El impacto es de relación recíproca, pues no solo beneficia al inversionista, sino al proyecto que accede a la inversión.

El rendimiento, por su parte, refiere a una comunicación financiera con los inversionistas privados en conjunto con las expectativas del mercado, en función de riesgos reales y percibidos. Este proceso estudia las posibilidades efectivas de retribución, el mercado y la designación y comportamiento de público y consumo.

En este tipo de financiación pueden estar incluidos los recursos reembolsables mencionados en el planteamiento del problema, tales como la publicidad, el *product placement*, las inversiones privadas, etc.

Podemos caracterizar la financiación mixta en cine no solo como una estrategia de negocio, sino como una estrategia de coproducciones que generen rentabilidad económica y reconocimiento de los inversionistas privados. En Colombia, este tipo de financiación es fundamental para la obtención de inversiones fuera del FDC, que muchas veces no supe todas las necesidades económicas de un proyecto de largometraje. Así mismo, es entendible y reconocida la combinación de capital privado y público para una mayor protección y disminución de riesgos de inversión para los entes privados, pues estos pueden tener el temor, como en cualquier tipo de inversión, de perder y no recuperar al menos lo invertido, mientras que si el proyecto cuenta con una aprobación por entes públicos y de jurados que han evaluado previamente la rentabilidad de la película, el inversor privado que no conoce necesariamente sobre cine se vería más protegido y su inversión estaría más solventada.

Estudio de caso.

Yacuzzi (2005), define el estudio de caso como el uso de la experiencia para la transmisión del conocimiento. Según Yin, el estudio de caso es

[...] una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto de la vida real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son claramente evidentes. [...] Una investigación de estudio de caso trata exitosamente con una situación técnicamente distintiva en la cual hay muchas más variables de interés que datos observacionales; y, como resultado, se basa en múltiples fuentes de evidencia, con datos que deben converger en un estilo de triangulación; y, también como resultado, se beneficia del desarrollo previo de proposiciones teóricas que guían la recolección y el análisis de datos. (Yin, 1994 p. 13, citado por Yacuzzi 2005 p. 3)

Para Díaz, Mendoza y Porras (2011), los modelos de educación se refieren al estudio de caso como un paradigma del N = 1, el cual toma al individuo como universo de investigación y de resultado. Este modelo rompe con los diseños tradicionales, pues pone a prueba la experimentación de sujetos únicos de investigación, ya que debido a su condición de entrevista y testimonio, el sujeto investigado tiene una postura completamente única y distinta a la de cualquier otro sujeto bajo las mismas condiciones contextuales. Según Gunderman, citado por Díaz, Mendoza y Porras, los pioneros al usar este tipo de modelo de investigación son Marx con sus investigaciones sobre el capitalismo en Inglaterra y Weber con sus investigaciones sobre la ética protestante y el capitalismo. Otros formuladores del método, según el autor, son Durkheim y Freud.

Los tipos de estudios de caso se componen de una revisión histórica de casi un siglo, a partir del aporte de cada autor que se ha dado a la tarea de teorizar sobre estos mismos. A continuación, hacemos una recopilación de estos tipos a partir de la investigación realizada por Díaz, Mendoza y Porras (2011), quienes plantean que los estudios de caso se clasifican bajo dos términos: de medio y de fin. Cuando se trata al estudio de caso como un fin, este tiene el objetivo de focalizar la investigación a un sujeto u objeto específico y cuando el término es de medio, el estudio de caso se plantea como una unidad secundaria de otro tipo de metodología, es decir, se toma como fortalecimiento de la investigación uniendo dos o más tipos de metodologías de la investigación. La ejemplificación por medio del cuadro de Guba y Lincoln, en Rodríguez, y mencionada por los tres escritores, atiende las necesidades de los tipos de estudios de caso tal como se aprecia en las tablas 1, 2 y 3.

Tabla 1

Tabla 1. Propósitos con que se realiza y niveles del estudio de casos.

Propósito del estudio de caso	Factual		Interpretativo		Evaluativo	
	Acción	Producto	Acción	Producto	Acción	Producto
Hacer una crónica	Registrar	Registro	Construir	Historia	Deliberar	Evidencia

Representar	Construir	Perfil	Sintetizar	Significados	Representación	Retrato
Enseñar	Presentar	Cogniciones	Clasificar	Comprensiones	Contraste	Retrato
Comprobar	Examinar	Hechos	Relatar	Teoría	Pesar	Juicios

Fuente: Díaz S, Mendoza V, & Porras C. (2011)

Tabla 2

Clasificación de estudios de caso.

	Diseños de caso único	Diseños de casos múltiples
Global (unidad simple de análisis)	Tipo 1	Tipo 3
Inclusivo (unidad múltiple de análisis)	Tipo 2	Tipo 4

Fuente: Díaz S, Mendoza V, & Porras C. (2011)

Tabla 3

Tipos básicos de estudios de caso.

Tipo	Modalidades	Descripción
	Histórico-organizativo	Se ocupa de la evolución de una institución.
	Observacional	Se apoya en la observación participante como principal técnica de recolección de datos.

Estudios de caso único	Biografía	Buscan, a través de extensas entrevistas con una persona, una narración en primera persona.
	Comunitario	Se centra en el estudio de un barrio o comunidad de vecinos.
	Situacional	Estudian un acontecimiento desde la perspectiva de los que han participado en el mismo.
	Microetnografía	Se ocupan de pequeñas unidades o actividades específicas dentro de una organización.
Estudios de casos múltiples	Inducción analítica modificada	Persiguen el desarrollo y contrastación de ciertas explicaciones en un marco representativo de un contexto más general.
	Comparación constante	Pretenden generar teoría, mediante un contraste de hipótesis extraídas de contextos diversos.

Fuente: Díaz S, Mendoza V, & Porras C. (2011)

Es importante reconocer al estudio de caso como una metodología de investigación cualitativa, la cual nos permite producir información sobre singularidades, particularidades, acciones y situaciones. Su potencial es grande y existen diversas definiciones acerca de esta metodología, No resulta del todo claro si se trata de una estrategia o un método de investigación, pero los autores provenientes de ámbitos tan distintos como la educación, las ciencias sociales y la biología coinciden en que el estudio de caso refiere a la obtención de información y producción de la misma a partir de su análisis.

Según Díaz, Mendoza y Porras (2011), los tipos de estudios de caso se relacionan con las necesidades de cada investigación. Según el propósito de las investigaciones existen dos tipos: los *explicativos* que hacen referencia a las explicaciones de relaciones entre un programa, las cuales se dividen en la *implementación del programa*, que consiste en investigar las operaciones de forma normativa, los *efectos del programa*, que se entienden en términos causales y los *descriptivos*, que dan cuenta de una problemática en específico a través de los sujetos/objetos de estudio. Estos últimos están divididos a su vez en los *ilustrativos*, que ejemplifican la información de forma realista, los *exploratorios*, que pretenden postular hipótesis de investigaciones realizadas anteriormente y los de *situación crítica*, que examinan una situación singular de interés único.

Marco contextual

La cinematografía ha estado enlazada con la cultura de cada país al cual ha aterrizado, con fines de incentivar el lenguaje del cine como una herramienta que sirva para la crítica, el fortalecimiento y la identidad de una comunidad, en los niveles social, económico y político.

El cinematógrafo, creado por los hermanos Lumière, llegó a Latinoamérica, específicamente a México, el 14 de agosto de 1896. El cine llegó a Colombia por primera vez a través de Barranquilla. En el periodo de 1904 a 1909, el presidente General Rafael Reyes realizó una campaña propagandística para que este invento se exhibiera en cualquier sitio del territorio nacional.

Reyes fue el primer mandatario en la historia del país en imponer políticas de exhibición, gravando el 10% del total de las taquillas para enviarlo a las ciudades y beneficiar así a los más pobres. (Mercado y Velásquez, 2013, p. 15)

En 1907, en el Teatro Municipal de Bogotá se exhibían numerosos cortometrajes en donde se mostraban los paisajes, las comunidades que habitaban allí y su cultura. Entre esos cortometrajes estaba *La procesión de Nuestra Señora del Rosario en Bogotá*, *Carreras en el Magdalena*, *El Gran Salto del Tequendama* y *Exmo, La vista del bajo Magdalena*, entre otros. Evidentemente, el cine que se realizaba en el país era documentalista con tintes de paisajismo; estos cortos querían mostrar el universo característico de cada zona en la que se filmaba.¹

Los hermanos Di Domenico llegaron al país en 1910 con el objetivo de enriquecerse por cuenta del cine. Crearon su empresa Sociedad Industrial Cinematográfica Latinoamericana (SICLA), la cual se dedicaba a la exhibición de películas. El 8 de diciembre de 1912 se inauguró el Salón Olympia; este salón lo construyen gracias a lo bien que les iba como exhibidores de películas.

En 1914, Gonzalo Mejía creó la Compañía Filmadora de Medellín, en la que colaboraban inversionistas de la misma región, como Ricardo Greiffestein, H. B. Maynham, Ricardo Olano, Valerio Tobón y Ricardo Lalinde con el objetivo de impulsar la cultura antioqueña. Arturo Acevedo Vallarino aparecería como uno de los pioneros del cine colombiano al crear la Casa Cinematográfica para la exhibición de películas extranjeras. Acevedo como director y Mejía como productor realizaron *Bajo el cielo antioqueño* (A. Acevedo, 1925), película que fue realizada gracias a inversionistas pertenecientes a la burguesía antioqueña y a la ayuda de familiares del equipo técnico y creativo.

A partir de la crisis del cine nacional que tuvo lugar en los años 30, debido a que la transición del cine silente al sonoro atrasó la productibilidad técnica de los realizadores colombianos, se ven afectadas las formas de producir cine en Colombia. En esta misma época, Cine Colombia compró los laboratorios de los Hermanos Di Domenico para dedicarse a la exhibición de cine en salas y Colombia deja de producir cine desde 1928 a 1940. Siguiendo la corriente de la crisis, Oswaldo Duperly fundó la casa productora Ducrane Films en el año 1938 y la liquidó en 1949. La productora Acevedo e Hijos (familia de Arturo Acevedo Vallarino), que se financiaba a partir de inversionistas antioqueños, también se ve afectada y debe liquidar en 1945.

¹ No encontramos ninguna fuente de información en la cual se explicara o se evidenciara un modelo de financiación para los cortometrajes mencionados; por lo tanto, asumimos que según el contexto histórico del país en este año, se financiaban con dinero privado.

A finales de la década de los años 30 se creó la primera idea de fomento estatal para el cine nacional, llamada “Oficina de Cine de la Sección de Cultura Popular del Ministerio de Educación”. En el marco de esta estrategia se trajeron varios equipos técnicos con la intención de fomentar e impulsar la producción cinematográfica, pero el proyecto fracasó por la gran demanda de cine extranjero en Colombia. Duperly, fundador de la Ducrane Films asegura que al ver que no obtenían dinero con los noticieros ni películas, sino que, muy al contrario, debían pagarle a ciertos exhibidores para que proyectarían sus contenidos, pensó en la necesidad de una ley que apoyará al cine.

Aproveché que el Ministro de Educación, Germán Arciniegas es primo hermano mío. Aproveché al Ministro de Obras, Cortés, que era tío de mi señora. Aproveché dos o tres conocidos de la familia que llegaron a ser ministros. Yo no sé cuánta plata le gasté en champagne a esos señores para que fueran donde el presidente a interesarse en reglamentar una ley. Yo no sabía cómo hacerla ni qué decir, pero Dios mío, que los americanos y los franceses nos dejen trabajar. Mucha plata gasté, mucha de la que recogíamos por la propaganda dentro de los noticieros. (Duperly, 1987. Entrevista concedida para el Cuaderno de Cine No. 23 de la Cinemateca Distrital).

Ley 9 de 1942. Después de la crisis de los 30 se creó la primera ley en Colombia referida al cine. La ley 9 de 1942 buscaba fomentar la industria cinematográfica a partir de 8 artículos en donde se estipula la formación de empresa cinematográfica sin profundizar en los conceptos de la industria. En el artículo 2 se plantean las características de lo que se considera empresa cinematográfica en el país. Así, por ejemplo, no se permite que menos del 80% del capital empleado sea colombiano, que al menos el 85% del personal que conforme la empresa sea colombiano y que los productos cinematográficos representen temas únicamente colombianos.

Según Acosta (2009), con la Ley 9 se evidencia que para la época el cine estaba sujeto a la propaganda nacionalista y, por lo tanto, las condiciones de formación de empresa y financiación estaban ligadas al fomento de *ser colombiano* y *emplear a colombianos*. Además, en esta ley se declara la exención del 10% de la boleta de cine a exhibidores y teatros que proyectan cine colombiano. Acosta asegura que en la década del 40 hubo un pequeño crecimiento del cine colombiano en comparación con los anteriores años; la película *Flores del Valle*, del director y productor español nacionalizado Máximo Calvo, tuvo un éxito relativo.

Como menciona Álvarez (2011), durante la vigencia de la ley 9 en 1942 se vio un incremento en la producción de cine en Colombia. En esta época se filmaron películas como *Allá en el Trapiche* del director Roberto Saa; *La Langosta Azul* de Álvaro Cepeda Samudio, Enrique Grau, Luis Vicens y Gabriel García Márquez; *El milagro de Sal* de Luis Moya; *El Sereno de Bogotá* de Gabriel Martínez, entre otras. Al mismo tiempo, casas productoras como Calvo Film Company, Patria Film y Cofilma empiezan a ser conformadas.

Al repasar la historia del cine colombiano no puede evitarse el sentimiento de admiración por los hombres que en los años 40 se decidieron un día a invertir su dinero y su trabajo en el intento de darle nueva vida a la producción nacional de largometrajes. Desde 1928 no se producía una sola película en Colombia y del período de los años 20 no quedaba sino la empresa de Los Acevedo y el amargo recuerdo de los fracasos de tantas productoras que se ilusionaron con las posibilidades de la industria cinematográfica. (Duperly, 1987. Entrevista concedida para el Cuaderno de Cine No. 23 de la Cinemateca Distrital)

Productoras como la Ducrane Films financiaban sus proyectos gracias al capital propio que su fundador, Oswaldo Duperly, había amasado tras incursionar en otro tipo de industrias como creador de una orquesta en New York, fundador de la empresa Colmotores, la fábrica de baterías del país, y trabajar en la industria avícola y de chocolate. Como se documenta en el Cuaderno de Cine No. 23 de 1987, Ducrane Films era apoyado financieramente y de forma logística por los hermanos Jorge y Leopoldo Crane. Además, esta productora, que inició realizando noticieros televisivos y el documental *Sinfonía* en Bogotá, vendía a 35 pesos el pie de película en donde apareciera el nombre de la marca o propiamente el producto, incursionando así en un temprano *product placement* país. “Primero hablábamos con la persona clave, le informamos sobre la idea y los costos según el tiempo, equivalente en pies, que quisiera pagar. A veces hacíamos canjes, por ejemplo, Avianca nos pagó por medio de pasajes.” (Duperly, 1987. Entrevista concedida para el Cuaderno de Cine No. 23 de la Cinemateca Distrital)

Después de que un periodista notara la estrategia de financiamiento en Ducrane, los realizadores optaron por la venta de imágenes de acontecimientos extraordinarios a cadenas estadounidenses, que pagaban a 5 dólares el pie de película.

El problema de la ley 9 de 1942, según algunos realizadores de la época, era que no existía un reglamento específico para hacer efectiva la ley.

El tiempo pasaba, nacieron otras empresas productoras y todos teníamos que pasar grandes trabajos para hacer los documentales, el noticiero y sobre todo para los largometrajes. Yo me iba desanimando al ver tanta dificultad y ausencia de apoyo efectivo. Además, tuvimos problemas internos en la empresa con la nueva junta directiva. Antes de *Sendero de Luz* yo ya estaba completamente desmoralizado y esta película fue el golpe final. Puse en venta mis acciones. Yo digo en mi libro (*Lo que se hereda no se hurta*, 1978) que la ley era visionaria, porque hablar de cine colombiano en esa época era como un sueño y que si el gobierno hubiese agilizado la reglamentación de la ley otro gallo hubiera cantado. (Duperly, 1987. Entrevista concedida para el Cuaderno de Cine No. 23 de la Cinemateca Distrital.)

En la década de los 60, el cine se financiaba a partir de entidades públicas y privadas, con el fin de generar cultura, público y expectativa para el país.

[...] Entidades como la Beneficencia de Cundinamarca, el Instituto Colombiano para la Reforma Agraria (INCORA), el Instituto de Fomento Industrial (IFI), el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), el Instituto Colombiano de Construcciones Escolares (ICCE), la Empresa Colombiana de Petróleo (Ecopetrol), la Dirección de Información de la Presidencia, etc., financiaron producciones cinematográficas como *La tierra del hombre* (Francisco Norden, 1963), *Frutos de la reforma* (Julio Luzardo, 1963), *Se llamaría Colombia* (Francisco Norden, 1970), *Los niños primero* (Gustavo Nieto Roa, 1974), entre otras. (Cuaderno de Cine Colombiano No. 23, 2015)

Las gobernaciones de ciertos departamentos aportaban presupuesto público para la realización principalmente de noticieros y películas folclóricas. A esto se sumaban algunas marcas regionales que aparecían en la película o noticiero a modo de *product placement*. En algunos casos las marcas no pagaban necesariamente con dinero sino con canje de servicios y productos.

Hacia principios de los años 70 fue expedida la *Ley del sobreprecio* a la taquilla de cine. En este decreto se reglamentaba una parte de la Ley 9 del 42 y se iniciaba un fomento para la realización de cortometrajes, en donde se resaltaba que, a falta de academias de cine en Colombia, estos les permitían obtener experiencia y aprendizaje a los realizadores.

Solo hasta 1971, con el Decreto 879, el Estado colombiano dio apoyo directo a los productores nacionales de cine. Tal decreto estableció una cuota obligatoria de producciones nacionales para los exhibidores, una exención del 25 % del impuesto a los espectáculos públicos por la exhibición de cine y se autorizó a la Superintendencia de Industria y Comercio para que creara un fondo para el otorgamiento de préstamos a largo plazo y estableciera un “sobreprecio” para cada boleta vendida al espectador. (Flórez Salazar y Acevedo, 2018, p. 7.)

Los realizadores con comunicaciones en el exterior empezaron a producir contenidos que mostraban la miseria que se vivía en algunos departamentos y ciudades del país junto con la estrategia de hace casi 30 años implementada por Duperly con la Ducrane de filmar catástrofes naturales o casos extraordinarios en el país. Este tipo de imágenes eran muy apetecidas por otros países en donde ya se había conformado cierto tipo de industria y estos países pagaban a buen precio esta clase de contenido. Después de 25 años de aprobada la Ley 9, fue expedido el Decreto 2288, por el cual se crea un Fondo Especial destinado a financiar el cine colombiano manejado por la Corporación Financiera Popular, que en el futuro pasaría a manos de FOCINE.

Podemos concluir que los realizadores de esta época del resurgir del cine en Colombia financiaban sus propias películas; algunos con dinero obtenido en negocios diferentes al cine y otros mediante su capital familiar. Como el país no contaba con una escuela de cine, este se realizaba de forma intuitiva y las estrategias de financiamiento presentaban fallas en la obtención de ganancias. Por otra parte la incursión temprana en el *product placement* como estrategia tampoco se encontraba muy clara ni dispuesta a retribuciones reales fuera del cambio de servicios o pagos pequeños por la publicidad en la gran pantalla. En algunos casos podemos intuir beneficios de inversión de entidades privadas en las películas a través de las influencias con las que contaban los realizadores y, con el paso de los años, mediante la venta al extranjero de imágenes de catástrofes y miseria. En virtud de lo anterior, se pudo haber creado una visión errónea del tipo de cine posterior como forma de resistencia a esas narrativas.

Decreto 1924 del 1978. FOCINE. En esta época, el gobierno colombiano autorizó al Instituto Nacional de Radio y Televisión (Inravisión), a la Corporación Financiera Popular y a la Compañía de Informaciones Audiovisuales a constituir la Compañía de Fomento Cinematográfico FOCINE, en donde se establece de forma legal las incidencias del apoyo, fomento e inversión a la industria cinematográfica en Colombia. Durante 10 años el fomento apoyó a 29 largometrajes y varios cortometrajes colombianos, incrementando así el número de producciones nacionales. Uno de los modelos de FOCINE era el crédito bancario a producciones y luego la participación de la entidad como productora principal de las películas.

¿A quiénes se les presta? Javier Cortázar se enreda un tris, pero reconoce que, en definitiva, los créditos se otorgan con un criterio puramente económico. Queda muy difícil valorar el mérito artístico, y además eso podría ser interpretado como una censura. Es decir: ningún productor nacional debe acreditar un mínimo de calidad artística. Solo tiene que presentar un proyecto bien articulado económicamente. Eso significa que la Corporación funciona como cualquier otra, salvo que sus créditos están destinados únicamente al cine. Pero son irrisorios cuando se piensa lo que cuesta hoy hacer cine: 686 millones de pesos anuales y 400 millones en su nómina (51 personas). (Redacción *El Tiempo*, 1992).

El problema al principio con FOCINE fue la distribución y exhibición, ya que no se recuperaba lo invertido a través de la taquilla de la película. Para solucionar este inconveniente, FOCINE se vinculó en 1985 con el Fondo del Fomento Cinematográfico junto con la Ley 55, dando lugar a un solo Fondo de ingresos de los sobrepagos y del apoyo a la industria. En esta ley se fijó un porcentaje del 16% para los exhibidores y la condición de presentar en cada sala de cine y función cortometrajes colombianos, con excepción de los que proyectarán largometrajes colombianos; Sin embargo, la gran mayoría de exhibidores se negaba a cancelar la tarifa del 16% al Fondo y FOCINE “carecía de mecanismos para hacer efectivo el recaudo y el cobro de los dineros generados a su favor, lo cual generó una iliquidez crítica a la compañía” (Acosta, 2009, p. 17).

En la década de los 80 se estrenaron largometrajes apoyados por el fondo, que empezaron a ser reconocidos en festivales de cine en el exterior, tales como *Cóndores no entierran todos los días* del director Francisco Norden y *Canaguaro* del director Dunav Kuzmanich.

Para el año 1988, FOCINE junto con la Universidad Nacional de Colombia lanzan la Escuela de Cine, creando así la carrera de Cine, Televisión y Vídeo. El aporte dado por FOCINE alcanzó los \$300 000 000 COP, destinados a equipos técnicos, planta docente y especialistas nacionales e internacionales en la producción audiovisual. En 1993, FOCINE liquida bajo las consecuencias del poder otorgado al presidente de la República por la Asamblea Nacional Constituyente en el Artículo 20 transitorio de la Constitución política de 1991.

Con el cierre de FOCINE el fomento pasa a manos del Instituto Colombiano de Cultura COLCULTURA y, durante 4 años, Colombia generaría entre 1 y 2 películas al año. Con el estreno de la película ganadora de la convocatoria de 1989 de FOCINE *La Estrategia del Caracol* (S. Cabrera), se obtuvo medio millón de espectadores en salas comerciales. Con esto, en 1995, se empieza a dialogar sobre la importancia de una industria cultural en el país y, en 1997, se aprueba la Ley General de Cultura 397, en donde se estipula principalmente la creación del Ministerio de Cultura como una solución a la centralización de la cultura en Colombia, ya que el gobierno consideraba que solo en Bogotá se gestaban los organismos culturales y decide expandir el horizonte cultural a otras ciudades del país.

Por primera vez en Colombia se crea la Dirección de Cinematografía en el Ministerio de Cultura, la cual se define como:

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

Ley 397 de 1997. Seis años antes de que la Ley de cine² se hiciera realidad, se creó la ley 397 de 1997, que estaba dirigida al sector cultural y creó el Ministerio de Cultura, pactando las normas del patrimonio cultural, los fomentos y los estímulos económicos a la cultura del país.

Esta ley está dividida en cuatro títulos en los cuales se habla sobre la importancia de pensar, ejecutar y preservar la cultura colombiana en todas sus expresiones, y también se establece qué se considera patrimonio cultural para la nación, las condiciones de su preservación y las faltas existentes en cada caso. Así mismo, la ley establece con rigurosidad desde el artículo 40 hasta el artículo 47 que el cine es una expresión cultural de gran importancia para el fomento de la cultura en el país y con esto se expanden las posibilidades del sector cinematográfico.

Al reconocer al cine como un tipo de expresión cultural necesaria para el crecimiento y desarrollo social, se establece la preservación cinematográfica, la divulgación, la conservación, el desarrollo artístico e industrial como mecanismos de fomento para la consolidación de medios de expresión de la identidad nacional. Se propone la destinación de estímulos tanto para el desarrollo de las películas en todas sus etapas como para su divulgación, la exhibición, la preservación de memoria cinematográfica nacional e internacional.

La creación de empresa cinematográfica bajo las especificaciones acerca de qué es una empresa que posea capital suscrito y pagado nacional superior al 51% y que su objeto sea la creación de arte (narración) mediante imágenes y sonidos, son algunas de las especificaciones que se encuentran en la Ley 397. En esta época se generaron diferentes especificaciones sobre el reconocimiento de las obras cinematográficas colombianas y las condiciones que esta implica, las definiciones y condiciones de las coproducciones extranjeras. También se autorizó al Ministerio de Cultura crear el Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica Proimágenes en Movimiento y, con esto, aumentan los diálogos de una ley específica solo para la cinematografía nacional, que, para el año 2003, se reconocería como Ley de Cine.

Ley 814 de 2003 - La ley de Cine. En 2003 se creó la Ley 814, que tenía como objetivos principales el apoyo estatal financiero para el sector cinematográfico (otorgaba estímulos e incentivos a la cinematografía del país), la protección y ampliación de los lugares en los cuales eran exhibidas las obras cinematográficas y la creación de un fondo que mantuviera financieramente el cine en Colombia.

² Ley 814 de 2003.

De esta manera se creó el FDC, un fondo parafiscal creado por la Ley 814 de 2003 para recaudar todos los aportes parafiscales realizados por los exhibidores, productoras y distribuidoras como resultado de la exhibición de las obras cinematográficas en Colombia. Tanto los exhibidores como los distribuidores pagarán el 8,5% de los ingresos exclusivamente por películas extranjeras, mientras que las productoras nacionales solo pagarán el 5% de sus ingresos por taquilla mensualmente. Teniendo en cuenta que este dinero terminará en el mismo medio del cine, es decir, será usado para la formación y el desarrollo cinematográfico colombiano.

La ley contempla estímulos en cuanto a la reducción de la cuota parafiscal, como se encuentra estipulado en el artículo 14 y estímulos a la exhibición de cortometrajes colombianos. Esto quiere decir que los exhibidores cinematográficos podrán descontar directamente en beneficio de la actividad de exhibición un 6.25% sobre su cuota. Así mismo, en el artículo 15 se evidencia el estímulo a la distribución de largometrajes colombianos:

Durante un período de diez (10) años, los distribuidores cinematográficos podrán reducir hasta en tres (3) puntos porcentuales, la cuota para el Desarrollo Cinematográfico a su cargo, cuando en el año anterior al año en el que se cause la cuota hayan comercializado o distribuido efectivamente para salas de cine en Colombia o en el exterior un número de títulos de largometraje colombianos igual o superior al que fije el Gobierno Nacional de acuerdo con el artículo 18 de esta ley. (Ley 814, artículo 15, 2003)

El Sistema de Información y Registro Cinematográfico (SIREC) fue creado por la Ley de Cine 814 de 2003, y está encargado de supervisar los pagos de cuotas mensuales y de recaudar la información del sector cinematográfico.

Otra estrategia que se creó fue la vinculación de empresas particulares o privadas con proyectos cinematográficos, con el objetivo de que dichas empresas privadas o particulares invirtieran en un proyecto cinematográfico, con el fin de lograr una reducción en el impuesto de renta al que está obligada cada entidad. Es decir, la reducción en la declaración de renta será de un 165% por la contribución que se realice y las empresas privadas que inviertan dinero en una película podrán hacerlo a través de una fiducia o patrimonio autónomo constituido a nombre de un proyecto cinematográfico de largometraje o cortometraje. El proyecto (largometraje o cortometraje) es el encargado de realizar los certificados que den constancia del descuento en el impuesto de declaración de renta; este certificado tiene ciertas especificaciones y se debe

presentar ante la Dirección de Cinematografía en un plazo de seis meses³ después de estrenada la película en una sala de cine. Si se pasa el tiempo de seis meses y no se ha generado el certificado, no se podrá realizar el proceso y se quedaría mal con la entidad inversionista.

La vinculación de canales televisivos ha sido parte fundamental de la financiación de las películas colombianas. Esta estrategia consiste en llegar a un acuerdo de modo que el canal televisivo privado otorgue dinero, a cambio de que los productores de la película pauten en el canal. El productor, director cinematográfico y directivo de Caracol TV, Dago García, hace un reconocimiento del negocio y estudia a los espectadores, con el fin de recuperar en taquilla el dinero invertido en las películas que realiza. De este modo, el Canal Caracol hace inversiones en el sector cinematográfico y apadrina a directores como Rubén Mendoza.

Otra de las formas de financiación que contempla la ley es la donación: el donante (bien sea una entidad sin ánimo de lucro o no) invertirá su dinero sin esperar una contraprestación por parte del proyecto, más allá de los beneficios ya otorgados a través de la ley.

Desde la creación de la ley 814 ha crecido considerablemente el número de producciones cinematográficas y de espectadores; también han aumentado las coproducciones nacionales e internacionales y el número de inversionistas particulares y privados, debido a los estímulos otorgados por el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico.

Ley 1262 de 2008. Según la legislación colombiana, esta ley parte del Acuerdo Iberoamericano de Coproducción Cinematográfica, reglamentado en la Ley 155 de 1994, la cual estipula que los países miembros del convenio de integración cinematográfica iberoamericana hacen parte tanto del desarrollo cultural como de la identidad de aquellos países. Se llegó a este acuerdo con el fin de potenciar e impulsar el desarrollo de la cinematografía en las regiones.

La ley presenta veintiún artículos en los cuales hace referencia específica a los tipos de coproducciones que puede realizar una obra cinematográfica. En los artículos se detallan los aspectos técnicos sobre la obra, esto quiere decir que se considera como obra cinematográfica en coproducción a películas de cualquier duración, formato y medio que hayan sido realizadas por dos o más productores de dos o más países miembros del acuerdo. También se consideran obras cinematográficas en coproducción las películas registradas, producidas y difundidas por cualquier medio. Los artículos hacen referencia a la nacionalización de la película por el país

³ Es posible realizar el certificado de descuento de impuesto de declaración de renta antes de estrenarse la película.

correspondiente a la productora que sea coproductora de la obra cinematográfica y también contemplan los beneficios, como las ventajas e incentivos fiscales que se otorgan a los productores por dicha coproducción.

En los artículos recién referidos se contempla minuciosamente los diferentes tipos de situaciones que se pueden presentar en las coproducciones, qué porcentaje representa la coproducción en la totalidad de la obra cinematográfica, cuál es su aporte en cuanto a personal creativo. Sobre el caso de un coproductor de un país no miembro del Acuerdo Iberoamericano de Coproducción Cinematográfica que haga parte del proyecto, en los artículos se hace la siguiente observación: el número de países miembros del acuerdo que quieran entrar como coproductores de la obra no podrá ser inferior al 10% ni exceder el 70% del total de la producción.

Esta ley es el punto de partida para realizar el programa Ibermedia, que fue creado en 1998 y cuyo objetivo es fomentar la coproducción de obras cinematográficas tanto de ficción como de documental de los veintiún países suscritos en el acuerdo: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, España, Guatemala, Italia, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Este programa tiene como propósito apoyar financieramente proyectos cinematográficos con el fin de realizar cine y de esta manera fomentar la cultura:

En total, llevamos 85 millones de dólares bien invertidos en cine iberoamericano, lo que se traduce en 1 975 proyectos beneficiados gracias al programa, más de 500 películas estrenadas y ayuda indirecta para 1 200 empresas y más de 6 000 profesionales de la producción y la gestión empresarial. (Ibermedia, 2013)

En sus veinte años, Ibermedia ha realizado veinticinco convocatorias, ha sido coproductora de 787 proyectos, ha otorgado más de 2 842 becas para la formación de las personas interesadas en el medio; además, ha invertido en la distribución y promoción de 283 películas, y más de 600 películas estrenadas. Las películas patrocinadas por Ibermedia han sido exhibidas en los principales festivales del mundo como el Festival de Cannes, el Festival de Rotterdam, el Festival de La Habana, el festival Sundance, entre otros; también han sido nominadas por los Premios Oscar en la categoría de mejor película de lengua no inglesa.

Actualmente, el sistema de coproducción se sigue empleando en las obras cinematográficas de los países miembros del acuerdo, ya sea por medio de la legislación de cada país suscrito o por el apoyo financiero del programa de Ibermedia.

Ley 1556 de 2012. Esta ley es creada en el 2012 y tiene 10 años de caducidad. En 2012, el desarrollo cinematográfico en Colombia tomó una ruta frente a la promoción del país como un lugar dispuesto a ser explorado por producciones extranjeras. La presente ley tiene como objetivo activar y potenciar el desarrollo cinematográfico en Colombia a través del territorio nacional y aportar al desarrollo de la industria cinematográfica del país, obteniendo como garantía el incremento del turismo y la promoción de una buena imagen del país. Con esta ley se creó el Fondo Fílmico Colombia (FFC), cuyos recursos están constituidos por el presupuesto nacional anual, los derivados de los rendimientos financieros y operativos del Fondo Fílmico Colombia y otros aportes tanto nacionales como internacionales; este fondo es administrado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Las producciones extranjeras tendrán que cumplir con las exigencias del FFC para poder filmar en el territorio nacional, esto quiere decir que la producción tendrá que invertir en Colombia como mínimo 1 800 (SMLSV). Las empresas de obras cinematográficas filmadas completa o parcialmente en Colombia deberán celebrar sus contratos con empresas colombianas y, de este modo, recibir la contraprestación estipulada por la ley, esto es, por la filmación de una obra cinematográfica en el país las empresas productoras

Tendrán una contraprestación equivalente al cuarenta por ciento (40%) del valor de los gastos realizados en el país por concepto de servicios cinematográficos contratados con sociedades colombianas de servicios cinematográficos y al veinte por ciento (20%) del valor de los gastos en hotelería, alimentación y transporte, siempre y cuando se cumplan

las condiciones establecidas en el manual de asignación de recursos. (Ley 1556, Artículo 9, 2012)

A partir de la implementación de esta ley, la Comisión Fílmica Colombiana ha creado una plataforma, supervisada por Proimágenes Colombia, llamada Location Colombia, que tiene como objetivo promocionar a Colombia como territorio para la realización audiovisual y a las personas que conforman el sector empresarial cinematográfico al servicio de las producciones interesadas. En la plataforma se encuentra de forma sintetizada la información sobre la ley, las indicaciones para aplicar a dicha ley y dos catálogos. El primero de estos catálogos versa sobre locaciones y se encuentra dividido en ambientación del lugar y ciudades del territorio colombiano; el segundo es un catálogo de servicios que está dividido en los departamentos y funcionalidades que se desenvuelven en una producción cinematográfica, acompañadas por su respectiva información para que puedan ser contactados y reconocidos por sus servicios.

De acuerdo con la información recolectada en la ley 1556, es evidente que el dinero invertido por las producciones se queda, en un alto porcentaje, en el territorio nacional. Estas inversiones se dividen en gastos cinematográficos (equipo técnico y artístico) y gastos logísticos (transportes, alimentación, hospedaje, entre otros).

Desde 2012, el año en que se aprobó la ley, hasta el 2017, se filmaron en Colombia veintitrés proyectos que fueron aprobados por el FFC⁴. La primera producción rodada fue *Los 33* de Patricia Riggen, la cual tuvo su debido reembolso con la contraprestación estipulada en la ley. Este reembolso se realizó a veintidós semanas de la finalización de la película. Otras obras cinematográficas son *The Boy*, *Corazón de león*, *Tiempo muerto*, *Palmeras en la nieve* y *Narcos*. A continuación, presentamos el listado completo de películas amparadas en esta ley, con su respectivo año de realización y la locación en donde fueron rodadas:

Tabla 4

Listado de películas beneficiarias de la ley 1556.

Año	Película	Origen	Locaciones
2013	<i>Los 33</i>	USA, Chile	Zipaquirá, Nemocón (Cundinamarca)

⁴ Fondo Fílmico Colombia.

2014	<i>Corazón de león</i>	Argentina	Bogotá, Pachavita (Boyacá), Santa Marta
	<i>The Boy</i>	USA	Santa Fe de Antioquia
	<i>Narcos</i>	USA	Bogotá y alrededores, Villavicencio, Medellín
	<i>Blunt Force Trauma</i>	USA	Bogotá y alrededores
	<i>Palmeras en la nieve</i>	España	Jagua de Ibirico (Cesar), Santa Marta y Ciénaga (Magdalena), Bahía Solano (Chocó)
	<i>Tiempo muerto</i>	Argentina	Bogotá
	<i>Au nom du fils (En el nombre del hijo)</i>	Francia	Bogotá, Cartagena, Santa Marta
	<i>Zambo Dendé</i>	Colombia	Bogotá y alrededores, Guasca (Cundinamarca)
	<i>Abducted / Retenida</i>	Colombia, USA, Argentina	Bogotá, Anapoima, Sopó (Cundinamarca)
2015	<i>Pacífico</i>	Argentina	Bahía Solano (Chocó), Bogotá, Mosquera
	<i>The Belko Experiment (El experimento Belko)</i>	USA	Bogotá, Madrid (Cundinamarca)
	<i>American Made (Andes Mena)</i>	USA	Medellín, Santa Marta, Orihueca (Magdalena), Santa Fe de Antioquia
	<i>Lost City of Z</i>	USA	Sierra Nevada de Santa Marta y

			La Guajira.
	<i>A Cup of Love / Amor de café</i>	Colombia, USA, Argentina	Medellín, Bello, Sabaneta, Prado, Cauca Viejo y Fredonia (Antioquia)
	<i>Handle With Care</i>	Noruega, Dinamarca, Holanda	Bogotá
	<i>Órbita 9</i>	España	Medellín
2016	<i>Jungle</i>	Australia, USA	Bogotá, Villeta, Sasaima
	<i>Expatriot / Expatriada</i>	Colombia, USA, Argentina	Bogotá
	<i>Carteristas</i>	Francia	Bogotá
	<i>Sniper 7: Ultimate Kill</i>	USA	Bogotá
	<i>Loving Pablo</i>	España, Bulgaria	Bogotá, Medellín, Girardot, Villavicencio
	<i>The Padre</i>	Canadá, Irlanda	Villa de Leyva, Ráquira, Funza (Cundinamarca)
2017	<i>Proyecto en desarrollo</i>	USA	Bogotá y Zipaquirá.
	<i>Proyecto en desarrollo</i>	Francia	Bogotá, Cartagena, Girardot, Ibagué
	<i>Proyecto en desarrollo</i>	USA	Bogotá y Cartagena

Fuente: Proimágenes, cine en cifras No.: 12, Septiembre 15, 2017.

Actualmente, la plataforma Location Colombia se encuentra activa y a disposición de las producciones interesadas en invertir en Colombia. Pero a la ley le hace falta expandirse a las ciudades principales del país y no concentrarse tanto en Bogotá, para que de esta manera se genere empleo. De modo que valdría la pena pensara en un método de fondos de financiación en ciudades como Medellín, Cali, Bucaramanga y Barranquilla.

Metodología

Dado que nuestro interés está ligado a obtener respuestas sobre la financiación de largometrajes contemporáneos y plantear un modelo de financiación independiente que funcione para nuestro largometraje, consideramos pertinente realizar un estudio de caso que recolecte la información que nos ofrecen productores con una trayectoria e interés principal en el financiamiento independiente del FDC. Para llevar a cabo este propósito investigamos sobre los estudios de caso y nos encontramos con diferentes tipos y modalidades de estudios de caso; para la realización de nuestro modelo propio tomamos como punto de partida la investigación llevada a cabo por Díaz, Mendoza y Porras para la revista *Razón y Palabra* de México (2011). En su artículo, los autores mencionan la diversidad de modalidades y tipologías de estudios de caso que existen: los observacionales, los situacionales, los biográficos, los de análisis modificados, etc. Según los autores, estos tipos de estudio de caso se encuentran sujetos a los objetivos plasmados en la investigación, por lo tanto, consideramos pertinente trazar nuestra metodología de estudio de caso en el tipo “interpretativo” dentro de la modalidad de “comparación constante”. Ya que el tipo de metodología interpretativa corresponde en principio a una recolección de información, en la cual se realiza un análisis y se interpreta la información recolectada, conduciendo así a determinadas conclusiones, creemos que aplica de forma clara a nuestro interés de investigación, el cual consiste en realizar preguntas en forma de entrevista a los productores escogidos, obtener la información dada por ellos, analizar dicha información y extraer conclusiones.

Escogimos la modalidad de comparación constante con el fin de coordinar la búsqueda de solución al problema de la presente investigación, pues consideramos que, al contrastar o comparar las respuestas de los productores colombianos, podemos encontrar situaciones similares y otras completamente diferentes que nos proporcionen contenido para el análisis y conclusiones claras.

Así mismo, según Campoy y Gomes (2009), dentro de las técnicas e instrumentos de la recolección de datos o información existen diversos métodos para dar con la información, entre las cuales se encuentran la observación participante, el grupo nominal, la técnica Delphi, la entrevista en profundidad, los grupos de discusión y la historia de vida. Entre estos métodos del paradigma cualitativo encontramos como punto de apoyo la entrevista en profundidad, pues esta supone conocer la opinión de alguna persona basada en su experiencia de vida sin respuestas

“verdaderas” o “falsas”, sino totalmente subjetivas y una comprensión contextualizada. Teniendo en cuenta lo anterior, iniciaremos con la fase de recolección de información.

Fases de recolección de la información

Para este proceso consideramos pertinente enunciar las fases en las que se desarrollará la presente investigación.

Fase I.

La primera fase corresponde a la justificación de los productores seleccionados para el estudio de caso. En esta etapa nos preguntamos las razones que podríamos tener para seleccionar estos productores y no otros. Anteriormente, en la delimitación del proyecto, hemos definido a los productores contemporáneos colombianos seleccionados para nuestro estudio de caso y hemos brindado una pequeña justificación que apela a la variedad y diversidad de perfil de cada uno de ellos que nos permitiría contrastar diferentes tipos de información. Aparte de esto, los productores con los que trabajamos han pasado por varios filtros de selección, con la intención de hacer esta investigación lo más completa posible. Los filtros que planteamos son:

- Tener experiencia en la producción cinematográfica de Colombia.
- Contar con la producción de al menos tres largometrajes realizados en Colombia.
- No tener como principal estrategia de financiamiento las convocatorias del FDC o cualquier otro fondo público.
- Contar con inversiones privadas en sus producciones.

Estas condiciones de selección no solo nos permiten delimitar mejor el proyecto de investigación, sino generar un patrón con coincidencias mínimas, para poder aplicar un análisis representativo.

En la presente investigación enfocamos nuestro interés de estudio de caso basándonos en la elección de tres películas producidas por cada uno de los sujetos seleccionados para complementar el cuestionario a partir del cual se realizaron las entrevistas, con la intención de ejemplificar la información que nos ofrecen los productores con hechos concretos sobre sus producciones. Para estas también se contó con una selección filtrada, donde consideramos pertinente los siguientes parámetros:

- Ópera prima como productores.
- Casos de éxito en la recuperación de las inversiones privadas.

- Casos de fracaso en la recuperación de las inversiones privadas.
- Casos de presupuesto bajo para producción⁵.
- Casos de presupuesto alto para producción.

Una vez planteados los filtros que implementamos para la selección de los productores de cine colombiano contemporáneo y una vez presentado el pequeño perfil de cada uno de ellos en la delimitación del proyecto, tomamos tres largometrajes por productor, a modo de ilustración, con el fin de hacer evidentes los aspectos globales de su experiencia. En esta fase también realizamos un perfil de financiamiento para cada una de las películas realizadas por los productores seleccionados, con el propósito de indagar a profundidad sobre el costo global, los costos por etapas, los procesos y los tiempos de financiación del largometraje.

Fase II.

En la segunda instancia nos planteamos el diseño de preguntas exploratorias a los productores seleccionados, según lo planteado por Campoy y Gomes (2009) con relación a la herramienta de entrevista profunda. Para esto seguimos los siguientes pasos:

- **Introducción:** informamos a los productores el objetivo y los fines de la información que proporcionarán a lo largo de la entrevista.
- **Desarrollo:** en esta parte se realizan las preguntas y se le solicita al productor extender sus respuestas a partir de su experiencia de profesional.
- **Final y cierre:** se concluye la entrevista dejando las preguntas de mayor peso cualitativo al final y elaborando un resumen y aclaraciones del contenido de la entrevista.

⁵ De acuerdo con un estudio elaborado por la firma de investigación económica Fedesarrollo, los costos de producir una película colombiana se mueven entre menos de \$500 millones de pesos para cintas de presupuesto bajo y más de \$2.000 millones para aquellas de presupuesto alto. (Ley de Cine para Inversionistas y Donantes, Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura. 2005).

Las preguntas se encuentran divididas en las siguientes temáticas:

Financiación: modelos de financiamiento, estrategias, normatividad vigente y ópera prima.

Inversionistas: estrategias de venta, estudios de mercado y recuperaciones.

Coproducciones: importancia de la coproducción.

Estos temas estarán ejemplificados en las entrevistas mediante las películas escogidas de cada productor. Las preguntas planteadas son:

Tabla 5.

Modelo de preguntas para las entrevistas a los productores.

Temas	Objetivos de los temas	Preguntas
Películas Financiación, inversionistas, coproducciones	El objetivo de este tema es dar ejemplos prácticos para cada una de las temáticas	1. ¿Cuánto te costó la película? 2. ¿Dónde representó el mayor costo y por qué? 3. ¿Las estrategias de financiamiento las realizas por etapas o de manera global?
Financiación Modelos de financiamiento	Esta temática tiene como objetivo entender las estrategias de venta, modelos de financiación o paso a paso que se plantean los productores en pro de las	4. ¿Cómo priorizas los recursos asignados a la producción? ¿Jerarquizas esos recursos? 5. ¿Tienes un solo método de financiación o un paso a paso? 6. ¿Has diseñado algún método o sigues alguno planteado?
Financiación Estrategias		7. Explícanos tus estrategias de financiación 8. ¿Las estrategias de financiamiento las realizas por etapas o de manera global?
Financiación		9. ¿Qué tanto se han beneficiado

<p>Normatividad vigente</p>	<p>necesidades de sus películas. Además, se tiene en cuenta la financiación a partir de las leyes vigentes de Colombia.</p>	<p>tus películas de la Ley 814 de 2003 o la Ley 1262 de 2008? Según tu experiencia y papel de productor(a), ¿cuáles son los beneficios y las desventajas de cada ley?</p> <p>10. ¿Qué le cambiarías a la Ley 814 o a la Ley 1262?</p> <p>11. ¿Suele ser efectiva la Ley 814 para los inversionistas?</p> <p>12. ¿Has financiado alguna película a partir de otra ley?</p>
<p>Financiación Ópera prima</p>		<p>13. Desde la realización de tu ópera prima como productor(a), ¿cómo has evolucionado en tu función de la búsqueda de recursos?</p> <p>14. ¿Tuviste alguna estrategia para vender a los inversionistas tu primera película sin tener una hoja vida tan reconocida?</p>
<p>Inversionistas Estrategias de venta y estudios de mercado</p>	<p>El objetivo principal de este tema consiste en obtener</p>	<p>15. ¿Cuál es tu criterio para definir a tus inversionistas? ¿Sueles usar algún perfil o cómo los defines? ¿Cómo te aproximas a un inversionista?, ¿cuál es tu estrategia?</p> <p>16. ¿Cómo se relacionan los objetivos empresariales o la</p>

	<p>información sobre los procesos a partir de los cuales se consiguen inversionistas, se les vende el proyecto y se negocia con ellos. Esta temática se propone como una ruta aclaratoria sobre las maneras de vender, las garantías, la obtención de ganancias, las estrategias, la normatividad a la que se aplica para la realización de cine en Colombia, etc.</p>	<p>filosofía empresarial de los inversionistas con los objetivos de las películas? ¿Por qué les interesa invertir cuando el objetivo de la película no representa ningún medio afín al suyo?</p>
<p>Inversionistas Recuperaciones</p>		<p>17. ¿Cuáles suelen ser los tiempos establecidos por el inversionista para la contraprestación que fue negociada?</p> <p>18. ¿Cuáles son las contraprestaciones que sueles ofrecerle a un inversionista privado?</p> <p>19. ¿Cómo se define el tiempo de retorno de la inversión y el porcentaje a retornar? ¿Los inversionistas suelen recuperar el porcentaje de la inversión realizada?</p> <p>20. ¿Qué pasa cuando no se cumplen las garantías que se le prometen al inversionista?</p> <p>21. ¿La recuperación de tus películas ha sido a través de la taquilla en salas de cine?</p>
<p>Coproducciones Importancia de la</p>		<p>22. ¿Consideras pertinente financiar una película hoy en día</p>

coproducción		<p>a partir de las cooperativas de coproducciones?</p> <p>23. ¿Hasta qué punto las coproducciones te han funcionado?</p> <p>24. ¿Cómo realizas tus coproducciones? ¿Te basas en un "descuento" por bienes y servicios o cuentas con otra metodología?</p>
--------------	--	---

Fuente: Elaboración propia.

Fase III.

Una vez se hayan realizado las preguntas en las entrevistas y se obtengan las respuestas de los productores, se transcriben dichas respuestas en una matriz de Excel que contendrá una hoja por productor. El diseño de la tabulación es el siguiente:

Tabla 6.

Modelo de tabulación de las respuestas de los productores.

	Temática 1	Temática 2	Temática 3
Prod. 1	Respuesta A	Respuesta D	Respuesta G
	Respuesta B	Respuesta E	Respuesta H
	Respuesta C	Respuesta F	Respuesta I
	Respuesta A	Respuesta D	Respuesta G
	Respuesta B	Respuesta E	Respuesta H

Prod.2	Respuesta C	Respuesta F	Respuesta I
Prod. 3	Respuesta A	Respuesta D	Respuesta G
	Respuesta B	Respuesta E	Respuesta H
	Respuesta C	Respuesta F	Respuesta I

Fuente: Elaboración propia.

El diseño obedece al orden que buscamos a la hora de comparar las respuestas ofrecidas por cada uno de los productores, ya que de esta manera podemos observar de forma detallada y simple la información recolectada.

Fase IV.

En esta fase de la investigación analizamos las respuestas para llegar a puntos en común o en desacuerdo entre los productores. Con este análisis de la información obtenemos conclusiones que nos servirán como punto de partida para la realización de un diseño de modelo de financiación para nuestro primer largometraje. Esta fase se divide en tres etapas:

- **Etapa 1 - Análisis:** se inicia con análisis individual por cada una de las temáticas. Esto quiere decir que se tendrán nueve respuestas por cada temática.
- **Etapa 2 - Puntos en común:** por cada temática se planteará un punto en común con base en las respuestas de los productores. La tabulación de los puntos en común será diseñada de la siguiente manera:

Tabla 7.

Modelo de tabulación de puntos en común por cada temática.

Temática No. 1 (todos los productores)	Punto en común 1
Temática No. 2 (todos los productores)	Punto en común 2
Temática No. 3 (todos los productores)	Punto en común 3

Fuente: Elaboración propia.

Fase v.

Modelo de financiación: al finalizar realizaremos el diseño de nuestro propio modelo de financiación para nuestra opera prima *Salvaje esperanza*. Aquí ejecutaremos un modelo de financiación (paso a paso) que nos permita establecer nuestras propias necesidades y soluciones de financiación.

Discusión y análisis

Capítulo II: Estudio de caso hacia un modelo de financiación cinematográfico en Colombia

Fase I.

En el presente estudio de caso decidimos elegir a cinco productores de cine colombiano debido a que son productores activos en Colombia que cuentan con diferentes experiencias de producción. Los productores seleccionados son Diana Bustamante, Diego Ramírez, Gerylee Polanco, Daniel García y Cristina Gallego.

Las criterios generales para la selección de los productores fueron: primero, tener experiencia en la producción cinematográfica de Colombia, segundo, haber producido al menos tres largometrajes realizados en Colombia, tercero, tener como estrategia de financiamiento a entidades privadas en sus producciones, y como última opción aplicar a convocatorias del FDC o cualquier otro fondo público.

Con base en estos criterios logramos identificarlos, realizar un perfil detallado de lo han realizado y justificar nuestra selección de ciertas películas.

Diana Bustamante cuenta con una experiencia en la producción cinematográfica de alrededor de veinte años, desde su formación en la Escuela de cine de la Universidad Nacional. A la fecha ha producido siete largometrajes de ficción y enfoca sus estrategias de financiación principalmente en las inversiones privadas del exterior. Las películas de esta productora que seleccionamos son:

- *La Playa D.C.* (J. Arango, 2012). Este filme fue elegido porque fue una de sus primeras producciones.
- *Violencia* (J. Forero, 2015). Esta película fue elegida porque cuenta con un modelo de financiación independiente y fue financiada principalmente por el mismo equipo de trabajo.
- *La Tierra y la Sombra* (C. Acevedo, 2015). Seleccionamos esta película por su proceso de financiación orgánico acompañado de un presupuesto de producción considerablemente grande.

Diego Ramírez ejerció como docente en producción en la Pontificia Universidad Javeriana, fundó la Academia Colombiana de Artes y Ciencias Cinematográficas, y fue vicepresidente de la Asociación Colombiana de Productores Independientes de Cine. Ramírez cuenta con una experiencia activa en la producción de cine en Colombia de más de dieciséis años y ha producido siete largometrajes a la fecha. Cuenta con la experiencia de buscar recursos tanto de inversiones privadas como de convocatorias nacionales e internacionales. Entre su filmografía escogimos las siguientes películas:

- *Perro come perro* (C. Moreno, 2008). Esta película fue elegida porque es la ópera prima y punto de partida de Diego Ramírez como productor.
- *Todos tus muertos* (C. Moreno, 2011). Seleccionamos este filme porque manejó un presupuesto moderado y su financiación fue mixta.
- *Matar a Jesús* (L. Mora, 2018). Esta es la última película que produjo hasta el momento y su producción fue llevada a cabo con grandes inversionistas privados y públicos.

El recorrido de **Cristina Gallego** empieza en la escuela de Cine y televisión de la Universidad Nacional de Colombia, pues, a mitad de carrera, creó junto con Diana Bustamante la productora de cine *Ciudad Lunar*. Desde la fundación de *Ciudad Lunar* hasta la actualidad, ha realizado ocho largometrajes como productora. Gallego cuenta con un tipo de producción que se basa principalmente en la inversión privada. Escogimos las siguientes tres películas:

- *La Sombra del Caminante* (C. Guerra, 2004). Esta película fue elegida porque es su ópera prima como productora y también porque fue realizada cuando todavía era estudiante de la Universidad Nacional de Colombia.
- *Los Viajes del Viento* (C. Guerra, 2009). Esta película fue elegida por ser su primera producción profesional, con un modelo de financiación mucho más establecido.
- *El Abrazo de la Serpiente* (C. Guerra, 2015). Seleccionamos este filme porque constituye un caso de éxito financiero cinematográfico.

Gerylee Polanco es una productora, investigadora y docente con experiencia en la producción de largometrajes en Colombia. Polanco está vinculada a la casa productora de cine *Contravía Films*, en donde ha realizado seis largometrajes como productora, de los cuales escogimos:

- *El Vuelco del Cangrejo* (O. Navia, 2010). Seleccionamos esta película porque es la ópera prima de Polanco y porque su producción supuso una exploración principalmente empírica.
- *La Sirga* (W. Vega, 2012). Elegimos esta película por tener un plan de financiación sólido de ejecución.
- *Siembra* (A. Osorio, & S. Lozano, 2016). Esta película fue seleccionada porque fue financiada a partir de coproducciones y fondos nacionales.

Daniel García hace parte de Dia Fragma Fábrica de Películas desde 2002. En 2010 estrenó su primer largometraje, *La Sociedad del Semáforo* (R. Mendoza, 2010), y con esto da inicio a su trabajo como productor. Desde entonces ha realizado ocho largometrajes. Este productor se dedica a financiar sus películas bajo un modelo de financiación privada principalmente. De su filmografía escogimos las siguientes películas:

- *Mateo* (M. Gamboa, 2014). Esta película fue seleccionada porque es un proyecto pequeño y tiene un modelo de financiación modesto y organizado.
- *Tierra en la Lengua* (R. Mendoza, 2014). Elegimos este filme porque fue financiado con dinero estatal.
- *Memorias del Calavera* (R. Mendoza, 2014). Esta película fue escogida porque, en términos de financiación, todo su capital provino de la inversión privada.

Fase II.

En la segunda fase del estudio de caso realizamos la formulación de las preguntas para las entrevistas a los productores seleccionados. En esta fase trazamos una ruta para establecer tres ejes temáticos: inversionistas, financiación y coproducciones. La temática de los inversionistas nos da la información del cuándo y cómo entablar una relación con una persona interesada en invertir en proyectos cinematográficos. La segunda temática, financiación, proporciona información sobre cómo es la ejecución del plan de financiación que realiza cada productor. La temática de coproducciones nos brinda información acerca de cómo se realizan las alianzas y qué tan importantes son estas para un proyecto. En pro de esclarecer la información

proporcionada por cada uno de los productores, propusimos una temática extra, denominada “películas”, que sirven como ejemplos de algunas de las situaciones mencionadas por los productores en sus procesos de financiación.

Durante nuestro proceso realizamos veinticuatro preguntas en las cuales desglosamos las tres temáticas mencionadas anteriormente y las ilustramos a partir de las películas seleccionadas, con el objetivo de obtener toda la información posible.

A medida que iba avanzando la investigación accedimos a contactar a los productores. Previamente realizamos una base de datos en donde adjuntamos información de contacto accesible como el correo profesional, sus perfiles en las redes sociales, los números telefónicos de sus empresas productoras y, en algunos casos, el número telefónico personal, información que obtuvimos por medio de terceros. A continuación, presentamos un reporte por productor y cuál es el estado para realizar la entrevista:

- A Diana Bustamante la contactamos vía e-mail. Así, se logró agendar una cita para la entrevista personal.
- A Diego Ramírez lo contactamos por correo electrónico y por *Facebook*, sin embargo, no hubo respuesta. En un taller de financiación realizado por Congo Films School logramos un contacto directo, conversamos con él, pero no hubo tiempo suficiente para realizar la entrevista.
- A Cristina Gallego la contactamos por correo electrónico y por *Facebook*, pero no obtuvimos respuesta. En el taller de financiación realizado por Congo Films School logramos tener el contacto personal, pero fue imposible agendar una cita debido a sus múltiples compromisos.
- A Gerylee Polanco la contactamos por correo electrónico y por redes sociales, nuevamente, no hubo respuesta. Logramos conseguir el número personal y la productora decidió responder las preguntas por correo electrónico.
- A Daniel García lo contactamos mediante un e-mail y agendamos una cita para la entrevista de forma personal.

Agendamos las citas para las entrevistas con Diana Bustamante y Daniel García. Con Gerylee Polanco acordamos realizar las preguntas *online*, ya que la distancia no le permitía concedernos una entrevista en persona. A los tres productores les presentamos una introducción de cómo está estructurada la entrevista y cómo sería todo el proceso de las preguntas.

Fase III.

En esta fase realizamos entrevistas semiestructuradas de veinticuatro preguntas y nos arrojaron estas respuestas segmentadas a partir de cada temática: Inversionistas, Financiación y Coproducciones. Únicamente seleccionamos las respuestas más relevantes para la investigación, esto quiere decir que en la tabla de respuestas se encontrarán solo algunas de las respuestas que nos dieron los productores. Con base en las preguntas de la Fase II los productores respondieron lo siguiente:

Tabla 8.

Tabulación de las respuestas de los productores.

	INVERSIONISTAS	FINANCIACIÓN	COPRODUCCIONES
	Temas: modelos y estrategias de financiamiento.	Temas: estrategias de venta, estudios de mercado y recuperación.	Temas: importancia de la coproducción.

<p>Diana Bustamante</p>	<p>[...] [La estrategia consiste en] ser coherente con qué tiene la película para ofrecer y entonces vas y se lo ofreces al que lo está buscando o al que potencialmente le puede interesar [...] La identidad de ese potencial financista, que coincide con mi producto, entonces tengo más chances si le meto más ganas, a lo mejor y corono y optimizo mi energía también. Lo que trato de hacer pensando en esa rentabilidad de los inversionistas es que su plata sea la última en llegar a la película.</p>	<p>[...] Cada película es una cosa muy diferente. Lo que yo hago es tratar de entender cuál es el corazón de las películas, a veces es el tiempo del rodaje, a veces es la pre[producción] o a veces una post[producción] muy cabrona.</p>	<p>[...] Todas mis películas, sin excepción, son coproducciones porque las coproducciones son las que han permitido que este cine sea posible. Mi trabajo ha sido generar un esquema muy internacional de las películas. Digamos que la coproducción tiene que ver con eso. Como que mi mundo es más afuera que acá y no solamente se trata de cómo conseguir la plata sino que mis películas se mueven más afuera que aquí.</p>
	<p>[...] Sobre el peor escenario se hacen las finanzas de una película y de cualquier negocio, no sobre el mejor escenario. El ejercicio ha implicado</p>	<p>[...] Lo hago de otra manera. [Hay que] pensar cómo se pueden financiar esas películas sin estar sujetas a las necesidades del mercado local.</p>	<p>[...] <i>La Tierra y la Sombra</i> es una coproducción en Latinoamérica con Chile y con Brasil. Con Chile aplicamos juntos a Ibermedia. También</p>

	<p>ser consciente de qué película estamos haciendo. Yo digo: ‘en el peor de los casos esto es lo que vamos a vender’ y me comparo con la película anterior que yo produje para ver dónde han levantado mis películas en términos de ventas.</p>	<p>Entonces, en general, eso ha derivado en que las películas están muy metidas en un mercado internacional, son coproducciones todas, y hay un par que ha tenido la participación de agentes de ventas dentro de la financiación de la película desde el principio.</p>	<p>tuvo un estímulo de Hubert Bals, que nos permitía posteriormente aplicar a Hubert Bals Plus, que es como una extensión de ese fondo [diseñada] para los que tuvieron previamente el premio desarrollo y que tengan un coproductor holandés.</p>
	<p>[...] La explotación comercial en el caso de mis películas específicamente es un poco diferente. Cuando la gente piensa en películas de festivales, lo que no entiende es que esos festivales son un importante <i>income</i> para la película. Los festivales chiquitos tienen que pagar <i>screening fees</i>. Son diversas las formas de recuperación, pero sí vienen 100% de la</p>	<p>[...] Mi ejercicio profesional ha hecho que cada película me hable un poco y me diga: ‘¡hey! así es como me deberías financiar’.</p>	<p>[...] La estrategia para <i>La Playa D.C.</i>, en términos de financiación, era básicamente la coproducción. Una coproducción que de pronto le apuntaba a varias cosas en Europa, de las cuales conseguimos básicamente la [financiación] holandesa, que fue importante. También es una coproducción con Brasil. [...] Y todos en <i>Violencia</i> son socios de</p>

	<p>explotación comercial de la película a lo largo del tiempo.</p>		<p>la película, de verdad aparecen como coproductores, se les manda la plata y todo, son socios.</p>
<p>Gerylee Polanco</p>	<p>[...] Creo que uno trata de buscar empresas obviamente afines con la película, pero no necesariamente. Es un tema de negocios [...] el inversionista está pensando finalmente en los beneficios tributarios [...] depende también de la sensibilidad de las personas que hacen parte de esa empresa y que tengan afinidad.</p>	<p>[...] La financiación está concentrada un 80% en recursos gestionados a través de becas que serían estímulos no reembolsables estatales. Esos estímulos pueden ser locales o los nacionales, como el FDC, o internacionales, que también otorgan por ejercicios de coproducción. Y el resto, digamos el 20%, son recursos propios que pueden ser aportes en especie, donaciones, inversiones propias, también de parte de uno como productor o de los miembros del equipo.</p>	<p>[...] Bueno, en realidad, mis películas sin coproducciones no se hubieran hecho. Yo lo aplico como uno de los principios o cuando lo escuché, dije ‘esto es lo que hacemos’.</p>
	<p>[...] Los inversionistas sí lo recuperan [su inversión] en la</p>	<p>[...] No hago otra priorización más allá de trabajar, digamos,</p>	<p>[...] Y creo que ese ha sido el caso de todas o prácticamente todas mis</p>

	<p>medida que lo dice la ley. Más allá de eso pienso que no, el tiempo de recuperación también varía por cada película [...] si en el plan financiero tú tienes que el inversionista puso el 5%, se retorna ese valor y no otro.</p>	<p>financiar la película paso a paso, y etapa a etapa, entonces, en ese orden de ideas, es una priorización por etapas.</p>	<p>películas y hablo de coproducciones nacionales como coproducciones internacionales. Creo que en el nivel nacional las coproducciones nos han brindado experticia, divergencia de miradas, sea con productoras de tu misma ciudad o productoras de Bogotá, que es el caso, por ejemplo, con Burning blue, cuando trabajé con Contravía o ahorita en el Chocó estoy haciendo una coproducción con una empresa chocoana, una empresa bogotana y otra de Cali. Allí hay una diversidad y cada uno aporta una experticia nutre el proyecto.</p>
	<p>[...] Corresponde a la legislación nacional que hay, la Ley 814. Uno generalmente le ofrece al inversionista</p>	<p>[...] No hay digamos un tiempo estipulado para financiar cada película. Yo creo que cada película se toma el</p>	<p>[...] En el nivel internacional, las coproducciones también tienen una base de afinidad, digamos</p>

	<p>todo un posicionamiento de marca, logotipo, obviamente todo eso tiene un valor. En el afiche tiene un valor; si aparece en el tráiler, otro valor. Eso tiene un valor por pieza en posicionamiento de marca.</p>	<p>tiempo que se toma de acuerdo con tantos factores que tienen que ver en una financiación. No hay, digamos, un tiempo estipulado, de pronto una película que se demora mucho en despegar y de repente despegar y se financia todo.</p>	<p>también ideológica, estética, temática. Uno no hace una coproducción por simplemente me voy a presentar a un fondo de cine, se conocieron los directores y los productores, hubo una afinidad, unas ideas que se comparten. Las coproducciones surgen también como una manera de gestionar recursos, esa es otra manera de gestionar recursos de los fondos internacionales, muchos fondos internacionales sí o sí se hacen a través de gestiones de coproducción.</p>
<p>Daniel García</p>	<p>[...] Cada historia es diferente, entonces cada historia puede ir a buscar, puede buscar inversionistas, que no todos pueden ir por ley, sino [que] uno puede conseguir cosas</p>	<p>[...] Lo de la financiación es una cosa complicadísima. Por ejemplo, la fórmula de los mejores actores en una película ya no funciona, o sea, si no tienes un guion sólido,</p>	<p>[...] Sí, todas mis películas tienen coproducciones. No solamente Ibermedia. Ibermedia es con Latinoamérica y España. Siempre hago coproducción con</p>

	<p>diferentes en una de las películas. Eso es lo que yo hoy considero que es el plus de lo que uno tiene que hacer, pero que además eso no puede existir en un texto, sino que esto tiene que ser básicamente la creatividad que uno tenga al momento de desarrollar.</p>	<p>me vale ¿no? [...] Entonces, uno dice ¿cuál es la fórmula? La fórmula, lamentablemente, en el cine no existe, o sea, yo creo que todos la seguimos buscando.</p>	<p>Francia. Siempre, en todas las películas, sigo produciendo con Francia; tengo un socio en Francia y trato de conseguir la coproducción con él, porque además hay cosas que uno puede acceder a Francia. Teniendo un coproductor francés, siempre hay estímulos, siempre hay unas cosas, por lo menos tener a alguien allá, que uno pueda ir y lanzar la peli allá y esas cosas es mucho más fácil.</p>
	<p>[...] Entonces, no hay estrategia, no hay metodología, que yo diga: ‘no, me voy a sentar y entonces voy a hacer un desglose tal, y entonces voy a sentarme con el inversionista y...’. No, al man le valen nada los números, lo que</p>	<p>[...] “¿Cuáles son los modelos de financiación?”... ¿qué es? Aplicar todos los años con cinco proyectos a ver uno a que le pega. Lamentablemente, jugamos a eso, todos, porque no hay de otra manera [...] aplicamos a</p>	<p>[...] Otra forma de coproducción totalmente diferente es con una empresa productora que no tiene nada más que hacer sino acceder a los recursos de ese país; uno comparte la propiedad de la película, no solo las ganancias, también la</p>

	<p>uno tiene que hacer es ir a venderle.</p>	<p>los fondos europeos. Básicamente, la financiación en Colombia es esto y también hay fondos europeos.</p>	<p>propiedad como película.</p>
	<p>[...] No, no tuvimos [...] Por ejemplo: [con] <i>La tierra en la lengua</i> no tuvimos inversionistas, en <i>Mateo</i> fue lo de... según el tema de cada película, realmente este fue acercarse a la gente de la zona. En <i>Mateo</i> estábamos en Barranca y lo más grande en Barranca, lo que realmente mueve a Barranca es Ecopetrol, pues es en donde está todo lo de petróleo. Y <i>Memorias del calavera</i> fue un inversionista [para el] que pudo haber sido <i>Memorias</i> o cualquier otra película. El man quería invertir y quería hacer una</p>	<p>[...] Además no es solo en Colombia. El mundo cinematográfico como tal tiene dos opciones, por eso estamos nosotros divididos: está el cine comercial y el cine de autor, punto. Son esas dos grandes brechas que existen en todo el globo terráqueo. Hoy los métodos de financiación en Colombia no existen, pero es que no es ni en Colombia... O sea, básicamente, el único país medianamente funcional, latinoamericano, somos nosotros, porque tenemos con qué funcione y es el FDC que es un recaudo circular.</p>	<p>[...] Pues, ¿ustedes qué beneficios le ven?, siempre hago coproducción con Francia, siempre. En todas las pelis sigo produciendo con Francia; tengo un socio en Francia, entonces siempre hacemos, es decir, trato de conseguir más con él.</p>

	<p>película y nos dio plata. Eso es un poco la vuelta, no hay una estrategia de decir: ‘listo, voy a sentarme...’. No.</p>		
--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

Fase IV.

En esta fase procedemos a analizar cada una de las respuestas dadas por los productores (tres respuestas por productor) y planteamos un punto en común por cada temática. Para finalizar, trazamos puntos en común entre cada temática. Durante las entrevistas usamos, como ejemplo para los productores, tres películas que cada productor ha realizado, con el objetivo de tener presente su trabajo; sin embargo, por conveniencia investigativa, escogimos algunas respuestas que no necesariamente hacen referencia a estas películas.

Etapa 1 – Análisis.

Inversionistas

Con respecto a la primera temática de nuestro análisis, encontramos que los productores hicieron referencia a las formas de establecer un contacto con los posibles inversionistas, también a cómo los objetivos de cada película se analizan para realizar la búsqueda de inversionistas, dependiendo del escenario y el estado del proyecto.

En primera instancia se encuentra Diana Bustamante, quien contestó las preguntas acerca de los inversionistas con criterios y argumentos sólidos del cómo, cuándo y por qué llegarle a ciertos inversionistas y a otros no. Los intereses de los inversionistas hacia el proyecto, idealmente, deben consistir en una pasión que los motiven a invertir en la realización de la película:

[...][La estrategia consiste en] ser coherente con qué tiene la película para ofrecer y entonces vas y se lo ofreces al que lo está buscando o al que potencialmente le puede interesar [...]
 La identidad de ese potencial financista, que coincide con mi producto, entonces tengo más chances si le meto más ganas, a lo mejor y coronó y optimizo mi energía también [...]
(Entrevista a Diana Bustamante, realizada el 22 de marzo del 2019. Consultar Anexo No.

2)

Por otro lado, la productora distingue estos inversionistas en los que denomina como “*hard money*” y los “*soft money*”. Bustamante comenta que, entre estos dos tipos de inversionistas, las condiciones son muy distintas, ya que el inversionista *hard money* es quien pone en riesgo el dinero de su propio bolsillo y, por esta razón, suele tener más prioridad a la hora de recuperar la inversión; a diferencia de algún inversionista que presta dinero que le interesa recuperar inmediatamente (*soft money*).

De esta manera, Diana Bustamante nos aclaró cuál es su filosofía a la hora de buscar un posible inversionista: se debe, en primer lugar, realizar un estudio en donde se tenga una línea trazada de cómo luce la película y de qué trata; posteriormente, se busca el dinero. Para ejecutar la relación de los ideales de sus películas con los ideales y objetivos de los inversionistas, Bustamante realiza un ejercicio que consiste en ponerse en el lugar del inversionista y pensar como él. Bustamante explica este ejercicio con estas palabras: “[...] Lo que trato de hacer pensando en la rentabilidad de los inversionistas es que su plata sea la última en llegar a la película” (*Entrevista a Diana Bustamante, realizada el 22 de marzo del 2019. Consultar Anexo No. 2*).

Esto quiere decir que la utilidad de la inversión en cuanto al tiempo será menor y el inversionista quedará satisfecho al momento de recuperar la inversión hecha en el proyecto. El tiempo es un elemento importante para los inversionistas, ya que estos se proyectan para saber en cuánto tiempo recuperarán su dinero, cuánto recibirán de más sobre la inversión y sobre todo que no perderán el dinero invertido.

Diana Bustamante nos da a entender todo esto a partir de su manera de proceder: tiene a muchos inversionistas esperando para invertir, pero únicamente solicita su inversión en el momento justo, es decir, solicita el dinero a los inversionistas en el momento en el que ella lo cree pertinente, usualmente, en el rodaje.

[...] Entonces ahí a los inversionistas les parece atractivo porque en un negocio que es superriesgoso, la tasa de éxito del cine es del 10%, acá y en el mundo, entonces, en una vaina que es tan riesgosa, si uno quiere que la gente invierta tiene que darle posibilidades reales para que inviertan. (*Entrevista a Diana Bustamante, realizada el 22 de marzo del 2019. Consultar Anexo No. 2*)

La productora nos planteó el ejercicio mental de calcular toda la parte de inversión y recuperación de cada una de las películas sobre el peor de los casos; esto quiere decir que el productor se debe proyectar y ofrecer un estimado de tiempo y dinero a recuperar.

[...] Sobre el peor escenario se hacen las finanzas de una película, y de cualquier negocio, no sobre el mejor escenario [...] el ejercicio ha sido ser consciente de qué película estamos haciendo [...] yo digo: ‘en el peor de los casos, esto es lo que vamos a vender’ y me comparo con la película anterior que yo produje para ver dónde han levantado mis películas en términos de ventas. (*Entrevista a Diana Bustamante, realizada el 22 de marzo del 2019. Consultar Anexo No. 2*)

En este punto se explora todo el tema de ventas en cuanto a la exhibición de la película, esto es, cómo la película viaja sola de festival en festival y va realizando ventas en *theatrical*, ventas a agentes de ventas locales para que el filme se exhiba en la región. Así define Diana Bustamante el proceso de recuperación, sobre el dinero invertido, en sus proyectos.

[...] La explotación comercial en el caso de mis películas específicamente es un poco diferente. Cuando la gente piensa en películas de festivales, lo que no entienden es que esos festivales son un importante *income* para las películas. Los festivales chiquitos tienen que pagar *screening fees* [...] son diversas las formas de recuperación, pero sí, vienen 100% de la explotación comercial de la película a lo largo del tiempo. (*Entrevista a Diana Bustamante, realizada el 22 de marzo del 2019. Consultar Anexo No. 2*)

A partir de la información analizada anteriormente, se pueden extraer varias ideas sobre la estrategia de producción de Diana Bustamante: lo primero es pensar el proyecto y saber qué tiene para ofrecer a los inversionistas, y, de esta manera, conocer el campo en el que se está desarrollando la película; lo segundo es realizar un estudio a partir del cual se establezca cierta afinidad y confianza entre ambas partes (productor - inversionistas) y entre el inversionista y el proyecto; lo tercero es la recuperación, esto es, plantearse bien todos los escenarios posibles, empezando con el peor, y, de esta manera, crear un rango de pérdida o ganancia más amplio.

La segunda productora a analizar es Gerylee Polanco; según esta productora, el inversionista es la persona que se interesa por el proyecto. Así pues, tras este interés inicial, se teje una línea que permite afianzar las relaciones entre la filosofía del proyecto y los intereses del inversionista, que pueden ser culturales, comunitarios o sociales.

[...] Creo que uno trata de buscar empresas obviamente afines con la película, pero no

necesariamente [...] es un tema de negocios [...] el inversionista está pensando finalmente en los beneficios tributarios [...] depende también de la sensibilidad de las personas que hacen parte de esa empresa y que tengan afinidad. (*Entrevista a Gerylee Polanco, realizada el 22 de marzo del 2019. Consultar Anexo No. 3*)

Gerylee Polanco afirma que los inversionistas, en realidad, están invirtiendo en un proyecto dado por los beneficios tributarios y que este componente es el prioritario para ellos, y por esta razón es de suma importancia que este proceso se ejecute con prontitud una vez estrenada la película. En todo caso, Gerylee Polanco señala que la sensibilidad de una empresa que quiera invertir hacia el contenido de la película debe estar siempre latente; no es lo mismo que alguien desinteresado y poco conocedor del negocio de cine invierta y desee recuperar el dinero con prontitud a que alguien que se sienta en algún grado identificado con el proyecto sea inversionista del mismo.

Así mismo, Polanco nos habló sobre las contraprestaciones que le ofrece a los inversionistas, dichas contraprestaciones van de la mano con la publicidad del logo o marca de la empresa o persona inversionista.

[...] Corresponde a la legislación nacional que hay, la Ley 814. Uno generalmente le ofrece al inversionista todo un posicionamiento de marca, logotipo. Obviamente, todo eso tiene un valor. En el afiche tiene un valor, si aparece en el tráiler, otro valor, eso tiene un valor por pieza en posicionamiento de marca. (*Entrevista a Gerylee Polanco, realizada el 22 de marzo del 2019. Consultar Anexo No. 3*)

Polanco trabaja en la producción de sus películas con diferentes planes en cuanto al posicionamiento de la marca. De esta manera logra una retribución económica para el proyecto. Lo que se refleja en este argumento de venta de marca es la importancia del saber cómo vender la película como un medio transmisor de información, por ejemplo, si la marca de alguna empresa medianamente conocida sale en un afiche o en un tráiler, será reconocida y así se estaría efectuando una publicidad pagada.

En cuanto a la recuperación sobre la inversión, Polanco responde que el camino más positivo son los beneficios tributarios sobre el impuesto de renta que se otorgan por ley. De acuerdo con la productora, solo es de carácter devolutivo el porcentaje que el inversionista realizó, esto quiere decir que en la producción de sus películas Gerylee no suele pagarle al inversionista más porcentaje del que invirtió.

[...] Los inversionistas sí lo recuperan en la medida que lo dice la ley, más allá de eso pienso que no, el tiempo de recuperación también varía por cada película [...] si en el plan financiero tú tienes que el inversionista puso el 5%, se retorna ese valor y no otro. (*Entrevista a Gerylee Polanco, realizada el 22 de marzo del 2019. Consultar Anexo No. 3*)

Para Polanco, en materia de inversionistas, resulta clave que la película o proyecto convenzan al inversionista, que haya una conexión. Así mismo, según Polanco, la recuperación de la inversión no se sale de los parámetros establecidos por la ley y, por eso, no hay más que ofrecer al inversionista, ya que, en todo caso, este tendrá como retribución la publicidad y las ganancias producto de la visualización de la imagen.

Para Daniel García, el tema de inversionistas va desde la persona o empresa que quiera hacer una donación hasta las franquicias que inviertan en su proyecto; por lo tanto, este productor considera que cada proyecto tiene su forma de ser ejecutado en lo que respecta a los inversionistas.

[...] Cada historia es diferente, entonces cada historia puede ir a buscar inversionistas, que no todos pueden ir por ley, sino que uno puede conseguir cosas diferentes en una de las películas. Eso es lo que yo hoy considero que es el plus de lo que uno tiene que hacer, pero que además eso no puede existir en un texto, sino que esto tiene que ser uno, básicamente, la creatividad que uno tenga al momento de desarrollar. (*Entrevista a Daniel García, realizada el 15 de enero del 2019. Consultar Anexo No. 1*)

De este modo, García nos da a entender que solo con un plan paso a paso acerca de cómo conseguir inversionistas no es suficiente, ya que se debe ser, en cierto modo, audaz a la hora de buscar y concretar a los inversionistas. De lo anterior podría inferirse que, por ejemplo, para García, el presente texto académico no sería del todo útil.

Por otro lado, García nos dijo que, para él, no hay una estrategia o un modo de proyectarse y saber con cuál inversionista negociar para que invierta en la película. Este productor considera que es un ejercicio que está de más para la búsqueda de la financiación de sus proyectos.

[...] Entonces, no hay estrategia, no hay metodología, que yo diga ‘no, me voy a sentar y entonces voy a hacer un desglose tal, y entonces voy a sentarme con el inversionista y...’. No, al man le valen nada los números, lo que uno tiene que hacer es ir a venderle. (*Entrevista a Daniel García, realizada el 15 de enero del 2019. Consultar Anexo No. 1*)

García propuso como ilustración los procesos de inversión en sus películas. Empezó hablándonos de *Tierra en la Lengua* (R. Mendoza, 2014), luego acerca *Mateo* (M. Gamboa, 2014) y, por último, sobre *Memorias del Calavera* (R. Mendoza, 2014). En sus producciones, García se dirige en primer lugar al sitio en donde se desarrolla la historia, la producción; luego, su búsqueda de inversionistas es dejada a un golpe de suerte. De este modo, se puede deducir que su estrategia para conseguir dinero de inversionistas no sigue un plan específico.

[...] No, no tuvimos... Por ejemplo, [en] *La tierra en la lengua* no tuvimos inversionistas; en *Mateo* fue lo de... según el tema de cada película, realmente este fue acercarse a la gente de la zona. En *Mateo* estábamos en Barranca y lo más grande en Barranca, lo que realmente mueve a Barranca es Ecopetrol, pues es en donde está todo lo de petróleo. Y *Memorias del calavera* fue un inversionista [para el] que pudo haber sido *Memorias* o cualquier otra película. El man quería invertir y quería hacer una película y nos dio plata. Eso es un poco la vuelta, no hay [...] una estrategia de decir: 'listo, voy a sentarme...'. No. (*Entrevista a Daniel García. realizada el 15 de enero del 2019. Consultar Anexo No. 1*)

De lo anterior se puede concluir que, para García, los inversionistas son personas o empresas que están de algún modo puestas por el destino y están esperando para invertir en los proyectos que él produce. Este productor no considera factible esbozar un plan o estrategia, sino que su modelo de producción consiste principalmente en acercarse directamente a la entidad o persona que tenga el dinero disponible y desee invertir en alguna de sus películas.

Financiación

Con respecto a la financiación, en las respuestas de los tres productores, encontramos diferentes modelos de financiación para un largometraje. Entre estos se encuentran las coproducciones internacionales, las convocatorias nacionales e internacionales y los inversionistas privados. Si bien los tres productores entrevistados utilizan, en mayor o menor medida, cada una de estas modalidades, y *todos* se valen de la financiación mixta, algunos concentran sus modelos más en unas que en otras.

Por ejemplo, el modelo de financiación basado en la coproducción internacional e inversionistas privados es trabajado principalmente por Diana Bustamante; esta estrategia le ha abierto puertas y oportunidades para comercializar sus proyectos en otros países. Por eso, esta productora concentra sus energías en conseguir inversionistas y coproductores internacionales que le aseguren cierta participación monetaria dentro de la película. Además, ella enfoca la organización de su modelo de financiación en los esquemas mixtos de financiación y así puede participar, tanto de capitales públicos como privados.

[...] Lo hago de otra manera, [hay que] pensar cómo se pueden financiar esas películas sin estar sujetas a las necesidades del mercado local. Entonces, en general, eso en lo que ha derivado es que las películas están muy metidas en un mercado internacional, son coproducciones todas, y hay un par que han tenido la participación de agentes de ventas dentro de la financiación de la película desde el principio. (*Entrevista a Diana Bustamante, realizada el 22 de marzo del 2019. Consultar Anexo No. 2*)

Así mismo, Bustamante comenta que, como cada película es tan diferente, las necesidades de estas varían radicalmente y, por lo tanto, se debe pensar la necesidad financiera de cada proyecto y de allí plantear la manera en la que debería organizar sus esfuerzos para buscar dinero e invertirlo inteligentemente en esas necesidades. “[...] Cada película es una cosa muy diferente. Lo que yo hago es tratar de entender cuál es el corazón de las películas, a veces, es el tiempo del rodaje, a veces, es la pre[producción] o a veces una post[producción] muy cabrona” (*Entrevista a Diana Bustamante, realizada el 22 de marzo del 2019. Consultar Anexo No. 2*).

Como la manera de trabajar de Diana Bustamante se basa en organizar su propio modelo de financiación en pro de un estudio de sus propias películas y lo que estas han podido lograr en cuanto a la recuperación, tiene muy claro que las maneras de buscar recursos para cada película son variados y que cada una de ellas sugiere por sí misma cómo debería ser financiada. “[...] Mi ejercicio profesional ha hecho que cada película me hable un poco y me diga: ‘¡hey! así es como

me deberías financiar”” (*Entrevista a Diana Bustamante, realizada el 22 de marzo del 2019. Consultar Anexo No. 2*).

Consideramos que al realizar un ejercicio tan orgánico y modesto se pueden obtener recursos mucho más reales y se optimizan las energías a la hora de buscar capitales. Podemos inferir que Bustamante cuenta con un modelo de financiación que varía según cada película, pero que comparten varios puntos en común. Entre estos modelos se encuentran la coproducción internacional, los inversionistas privados y la aplicación a fondos nacionales e internacionales.

El modelo que utiliza Gerylee Polanco, por su parte, está cimentado en la aplicación a convocatorias nacionales. Si bien todos los productores entrevistados aplican a estos fondos, que significan un gran aporte a la financiación de sus largometrajes, pues estos capitales no son de carácter devolutivo, Polanco es la única que basa su modelo de financiación casi por completo en esta modalidad. También utiliza la inversión financiera propia y los aportes en especie de los miembros del equipo; estos últimos no significan para el equipo una modalidad de inversión monetaria, sino una obtención de experiencia. Gerylee organiza su modelo de esta forma:

[...] La financiación está concentrada en 80% recursos gestionados a través de becas que serían estímulos no reembolsables estatales. Esos estímulos pueden ser locales o los nacionales como el FDC o internacionales que también otorgan por ejercicios de coproducción. Y el resto, digamos el 20%, son recursos propios que pueden ser aportes en especie, donaciones, inversiones propias, también de parte de uno como productor o de los miembros del equipo. (*Entrevista a Gerylee Polanco, realizada el 22 de marzo del 2019. Consultar Anexo No. 3*)

En cuanto a la priorización de recursos, Polanco acostumbra a financiar paso a paso y etapa por etapa, es decir, va buscando recursos y capital para su proyecto por pasos y no de manera global. Debido a esto, sus tiempos de financiación se vuelven algo relativo, ya que, según las necesidades de cada película, puede, por ejemplo, tardar mucho tiempo buscando el dinero para gestionar la postproducción y tardar muy poco tiempo consiguiendo el dinero de la producción.

[...] No hago otra priorización más allá de trabajar, [es decir] financiar la película paso a paso y etapa a etapa, entonces, en ese orden de ideas, es una priorización por etapas.

[...] No hay un tiempo estipulado para financiar cada película. Yo creo que cada película se toma el tiempo que se toma de acuerdo con tantos factores que tienen que ver en una

financiación. No hay digamos un tiempo estipulado, de pronto una película que se demora mucho en despegar y de repente despega y se financia todo. (*Entrevista a Gerylee Polanco, realizada el 22 de marzo del 2019. Consultar Anexo No. 3*)

Según sus respuestas durante la entrevista, Polanco aboga por el modelo de financiación comúnmente usado por los realizadores de cine de bajo presupuesto en Colombia, el cual se cimenta en dineros estatales de carácter público y coproducciones nacionales. Esto da como resultado el poder realizar la película, pero tiene como desventaja que el filme no se proyecta más allá de su propia producción, estreno y una corta cuota de exhibición y distribución.

Daniel García, en cambio, plantea que no ha diseñado nunca un modelo de financiación de paso a paso, tal como se conoce, pues cree que no existen las fórmulas para poder realizar las películas. Es por esto que financia las películas de una manera más intuitiva y utiliza las modalidades anteriormente mencionadas, pero se enfoca principalmente en la aplicación al FDC y a fondos europeos con aliados que funcionan como representante del proyecto en los países de Europa. Así mismo, García comenta que si es que hay metodologías, son tan variadas como las películas que existen en el mundo, en otras palabras, considera que las metodologías de financiamiento nacen de cada proyecto.

[...] Lo de la financiación es una cosa complicadísima. Por ejemplo, la fórmula de los mejores actores en una película ya no funciona, o sea, si no tienes un guion sólido me vale, ¿no?... Entonces uno dice ¿cuál es la fórmula? Es que la fórmula, lamentablemente, en el cine no existe, o sea, yo creo que todos la seguimos buscando.

[...] “¿Cuáles son los modelos de financiación?”... ¿qué es?, pues aplicar todos los años con cinco proyectos a ver uno a qué le pega. Lamentablemente, jugamos a eso todos, porque no hay de otra manera... aplicamos a los fondos europeos. Básicamente la financiación en Colombia es esto y también hay fondos europeos. (*Entrevista a Daniel García, realizada el 15 de enero del 2019. Consultar Anexo No. 1*)

García sostiene, además, que él no considera que existan modelos de financiamiento en Colombia ya que, a pesar de haber contado con inversiones privadas en algunas de sus producciones y otras cuantas coproducciones, a partir de su experiencia solamente puede hablar de la aplicación al FDC.

[...] Además, no es solo en Colombia. El mundo cinematográfico como tal tiene dos opciones. Por eso estamos nosotros divididos: está el cine comercial y el cine de autor, punto. Son esas dos grandes brechas que existen en todo el globo terráqueo. Hoy los métodos de financiación en Colombia no existen, pero es que no es ni en Colombia... o sea, básicamente, el único país medianamente funcional, latinoamericano, somos nosotros, porque tenemos con qué funcione y es el FDC, que es un recaudo circular. (*Entrevista a Daniel García, realizada el 15 de enero del 2019. Consultar Anexo No. 1*)

García se contradice en sus respuestas, pues afirma que no existen modelos, estrategias, fórmulas o métodos, pero sí sigue cierto curso de acción a la hora de buscar dinero para sus películas. Él utiliza ciertas modalidades que van de la mano con la financiación mixta. Si bien ha utilizado diferentes estrategias para la financiación de sus películas, solo ofrece información sobre dineros públicos de las convocatorias a las que aplica. Su modelo de financiación se basaría principalmente en aplicar con diferentes proyectos cada año a las convocatorias del FDC, a inversiones de canales de televisión privados y a convocatorias internacionales con socios en esos lugares. Una película como *Mateo*, sostiene García, aparte de ganar en el 2014 un FDC, también contó con inversión privada de la fundación de una empresa petrolera del país. De modo que resulta claro que, a pesar de no sentarse a idear un modelo de financiación, García sí lo realiza de manera informal y ejecuta los presupuestos con diferentes herramientas de financiación.

Coproducciones

En la temática de coproducciones nos encontramos con la importancia que tiene el establecer contactos en el medio cinematográfico tanto nacionales como internacionales. Los tres productores nos hablan sobre cómo la coproducción es un elemento fundamental para llevar a cabo sus proyectos. Por eso creemos que es un tema en el cual se puede encontrar información valiosa sobre la financiación.

Durante la entrevista con Diana Bustamante, esta productora nos indicó que ninguna de las películas que ha hecho a lo largo de su carrera profesional habría sido posible sin coproducciones, esto quiere decir que los proyectos llevan dentro de su plan de financiación una posible coproducción con otros países.

[...] Todas mis películas, sin excepción, son coproducciones porque las coproducciones son las que han permitido que este cine sea posible... mi trabajo ha sido generar un esquema muy internacional de las películas. Digamos que eso de la coproducción tiene que ver con eso, como que mi mundo es más afuera que acá y no solamente es cómo conseguir la plata, sino que mis películas se mueven más afuera que aquí. (*Entrevista a Diana Bustamante, realizada el 22 de marzo del 2019. Consultar Anexo No. 2*)

Como ejemplo, Bustamante hace referencia al proceso de coproducción que tuvo *La tierra y la Sombra* (Acevedo, C., 2015). La productora explicó en detalle cuáles fueron las coproducciones realizadas: Ibermedia es la columna vertebral para la producción en Iberoamérica, pues enlaza unos países a otros y hace posible así las alianzas entre personas interesadas en realizar cine en los países latinoamericanos, España y Portugal.

[...] *La Tierra y la Sombra* es una coproducción en Latinoamérica, con Chile y con Brasil. Con Chile aplicamos juntos a Ibermedia. También tuvo un estímulo de Hubert Bals, que nos permitía, posteriormente a ese Hubert Bals, pensar en aplicar a Hubert Bals Plus que es como una extensión de ese fondo para los que tuvieron previamente el premio desarrollo y que tengan un coproductor holandés. (*Entrevista a Diana Bustamante, realizada el 22 de marzo del 2019. Consultar Anexo No. 2*)

Así mismo, Diana Bustamante nos expuso como ejemplos las coproducciones realizadas para las películas *La playa D.C.* (J. Arango, 2012) y *Violencia* (J. Forero, 2015). La primera película fue una coproducción internacional, muy coherente con el modelo de coproducciones que ha seguido Diana Bustamante en la ejecución de sus películas. La segunda película, en cambio, contó con un modelo de cooperativa de coproducción, que consiste en que cada una de las personas pertenecientes al equipo técnico-artístico son socios de la película, esto es, son dueñas de una parte de la película, lo que, por supuesto, incluye las ganancias.

[...] La estrategia para *La Playa D.C.*, en términos de financiación, era básicamente la coproducción... una coproducción que de pronto le apuntaba a varias cosas en Europa, de las cuales conseguimos básicamente la holandesa, que fue importante... También es una coproducción con Brasil. [...] Y todos en *Violencia* son socios de la película, de verdad aparecen que son coproductores, se les manda la plata y todo, son socios. (*Entrevista a Diana Bustamante, realizada el 22 de marzo del 2019. Consultar Anexo No. 2*)

A partir de lo dicho por Diana Bustamante, se entiende la importancia de hacer coproducciones, con el fin de realizar alianzas y crear redes de ayuda entre compañías cinematográficas y de este modo crecer a partir de colaboraciones entre países.

Gerylee Polanco, por su parte, enmarca la idea de realizar coproducciones y resalta la importancia de esta estrategia en sus películas como un modelo de financiación, una forma de ejecutar y llevar a cabo sus proyectos y poder gestionarlos a partir de los lazos que se establecen en el nivel nacional e internacional. “[...] Bueno, comenta Polanco, en realidad mis películas sin coproducciones no se hubieran hecho. Yo [lo] aplico como uno de los principios o cuando lo escuché dije: ‘esto es lo que hacemos’.” (*Entrevista a Gerylee Polanco, realizada el 22 de marzo del 2019. Consultar Anexo No. 3*)

Polanco señaló, además, la importancia que tuvo, en su momento, el trabajar con productoras nacionales y destacó cómo las empresas cinematográficas se interesan en apoyar un proyecto con tal de unir fuerzas y hacer posible el proyecto.

[...] Y creo que ese ha sido el caso de prácticamente todas mis películas y hablo de coproducciones nacionales como [de] coproducciones internacionales. Creo que a nivel nacional las coproducciones nos han brindado experticia, divergencia de miradas, sea con productoras de tu misma ciudad o productoras de Bogotá, que es el caso con los que trabajamos, por ejemplo, con *Burning blue*, cuando trabajé con *Contravía* o ahorita en el

Chocó estoy haciendo una coproducción con una empresa chocoana, una empresa bogotana y otra de Cali. Allí hay una diversidad y cada uno aporta una experticia que nutre el proyecto. (*Entrevista a Gerylee Polanco, realizada el 22 de marzo del 2019. Consultar Anexo No. 3*)

Gerylee Polanco nos habló sobre cómo es la gestión de recursos a partir de la coproducción internacional, cómo esta ayuda que es la coproducción resulta vital para sacar adelante una idea y poder ejecutarla.

[...] A nivel internacional, las coproducciones también tienen una base de afinidad ideológica, estética, temática. Uno no hace una coproducción por simplemente ‘me voy a presentar a un fondo de cine’. Se conocieron los directores y los productores, hubo una afinidad, unas ideas que se comparten. Las coproducciones surgen también como una manera de gestionar recursos, esa es otra manera de gestionar recursos de los fondos internacionales, muchos fondos internacionales sí o sí se hacen a través de gestiones de coproducción. (*Entrevista a Gerylee Polanco, realizada el 22 de marzo del 2019. Consultar Anexo No. 3*)

De acuerdo con lo dicho anteriormente, para Gerylee Polanco, la coproducción, tanto nacional como internacional, ha sido el salvavidas de los proyectos que ha realizado y que realiza actualmente. Esto quiere decir que los proyectos de Polanco se rigen bajo esta normativa personal suya, sus condiciones y pautas para que estas obras cinematográficas se puedan realizar bajo la coproducción y la gestión de recursos para llevar a cabo la realización y posterior exhibición de sus películas.

Para Daniel García, las coproducciones son importantes en cuanto a la ejecución de las películas. Él siempre se vale de coproducciones para realizar sus proyectos, sin excepción. García nos contó cómo ha sido el proceso global:

[...] Sí, todas mis películas tienen coproducciones. No solamente Ibermedia. Ibermedia es con Latinoamérica y España. Siempre hago coproducción con Francia, siempre, en todas las películas sigo produciendo con Francia; tengo un socio en Francia y trato de conseguir la coproducción con él, porque además hay cosas [a la] que uno puede acceder a Francia teniendo a un coproductor francés. Siempre hay estímulos, siempre hay unas cosas, por lo menos tener a alguien allá, que uno pueda ir y lanzar la peli allá y esas cosas. Es mucho

más fácil. (*Entrevista a Daniel García, realizada el 15 de enero del 2019. Consultar Anexo No. 1*)

Por lo tanto, en el caso de García, tener un coproductor francés hace que automáticamente se genere un vínculo y de esta manera resulte más fácil conseguir fondos en Francia. García hace referencia a la estrategia de ejecutar fondos o dineros en algún país en pro de la vida de la película, de la ejecución de la pieza cinematográfica.

Otro tema relacionado con las coproducciones son los derechos de la película y cuáles son sus beneficios que trae consigo hacer una coproducción. Según García, es importante aclarar cuáles son las reglas y cuáles son los posibles escenarios que se pueden llegar a presentar:

[...] Otra forma de coproducción totalmente diferente es con una empresa productora que no tiene nada más que hacer, sino es poder acceder a los recursos de ese país; uno comparte la propiedad de la película, no solo las ganancias, también la propiedad como película. (*Entrevista a Daniel García, realizada el 15 de enero del 2019. Consultar Anexo No. 1*)

Esta estrategia permite generar vínculos entre personas del medio cinematográfico en ventaja de los intereses y objetivos que tenga cada uno de los proyectos de Daniel García. Así pues, la importancia de generar alianzas y comunicaciones en el medio radica en que estas alianzas facilitan la búsqueda de dinero y aportes en especie.

Etapa 2 - Puntos en común.

En esta última etapa de la fase IV, se contraponen la información anteriormente consignada para obtener puntos en común entre cada una de las modalidades de trabajo de los productores.

Con respecto a la temática de **inversionistas**, encontramos que los tres productores concuerdan en que cada película tiene una manera distinta de buscar los posibles inversionistas, pero que todos deben entender qué película se tiene y **qué identidad** posee el proyecto; de esta manera se puede identificar a qué tipo de inversionista le puede interesar más. Una vez determinado esto, se buscan **empresas o personas que tengan afinidad con este tipo de temática** y se les ofrece la participación o vinculación al proyecto. Este proceso implica sinceridad de ambas partes a la hora de pactar un negocio; los inversionistas deben saber que el negocio del cine es de alto riesgo y es probable que no recuperen en un cien por ciento la inversión realizada.

En lo relativo al tema de **financiación**, encontramos como punto en común la estrategia de **financiación mixta**, que va de la mano con capitales públicos no reembolsables, como los de las convocatorias nacionales e internacionales de gestión de recursos; las inversiones privadas, como grandes, medianas y pequeñas empresas; personas naturales o canales de televisión interesados en la temática y la rentabilidad económica que puede ofrecer el proyecto; los propios aportes del equipo de trabajo, tanto en especie como en donación de trabajo, y, por último, las coproducciones nacionales e internacionales. Sobre la financiación, los productores también acordaron que cada película tiene una necesidad y tiempo de financiación distinto, y, por lo tanto, se deberá vincular la priorización de los recursos y esfuerzos de producción con un estudio de la película que se está realizando.

Por último, para los tres productores es realmente importante realizar **coproducciones, tanto nacionales como internacionales**, pues a través de la cooperación de trabajo y obtención de recursos es posible optimizar todo el proceso de ejecución del proyecto. Los tres productores consideran que el cine actual es posible gracias a la vinculación de diferentes productores a las películas, pues estos terceros permiten acceder a los fondos y recursos de su país. A la coproducción no solo se le trata como un asunto netamente económico, sino como un método que ofrece diferentes miradas en pro de un mismo proyecto, y de este modo logra expandir las dimensiones creativas y las capacidades de crecimiento narrativo, estético e ideológico de cada proyecto.

Tabla 9.

Puntos en común entre los productores según la temática.

Temáticas	Puntos en común
Inversionistas	Saber qué película se tiene y vender con honestidad a los inversionistas que tengan intereses acordes con la identidad y sensibilidad de la película.
Financiación	Entender cuáles son las necesidades de la película y obtener capital a partir de la financiación mixta, que contiene recursos públicos, inversiones privadas, aportes propios y

	coproducciones.
Coproducciones	Realizar cine a partir de coproducciones nacionales e internacionales para obtener mayor oportunidad económica y creativa.

Fuente: Elaboración propia.

Fase v.

En nuestro proceso de investigación se plantea la necesidad de realizar el diseño de nuestro propio modelo de financiación para el largometraje *Salvaje Esperanza*. Teniendo en cuenta lo mencionado por los productores sobre la variedad de modelos que existen según las necesidades de cada película, nos enfocamos en entender la identidad del largometraje y partir de allí para encontrar las maneras de financiarlo.

Nuestro equipo de producción inició un proceso de financiación más intuitivo desde el año 2017. El largometraje *Salvaje Esperanza* fue escrito en forma de un tríptico en donde se exploran distintos momentos y situaciones que puede atravesar una persona que ha sufrido el desplazamiento forzado en Colombia. Cada parte del tríptico es dirigida por un director distinto. El largometraje une su estructura narrativa a partir de la toma de decisiones de los personajes principales. El primer y el tercer capítulo suceden en una provincia del departamento del Tolima y la segunda parte en Bogotá.

Al organizar en diferentes materias el guion y, gracias a tutorías informales con algunos docentes y personas del medio cinematográfico, iniciamos la etapa de desarrollo de una manera poco metódica. Al pasar el tiempo pudimos encontrar algunas formas de financiamiento y otras cuantas propuestas no concretadas. Luego de esto, el proyecto fue presentado a la planta docente de Cine y Televisión de la Universitaria Agustiniana como propuesta de opción de grado, pero tras la presentación nos pidieron realizar un modelo de financiación acorde con las necesidades del largometraje, pero no nos ofrecieron un apoyo relevante en este proceso. Así que continuamos realizando nuestro modelo de financiación de una manera más intuitiva y en tres meses concretamos una coproducción significativa con la productora La Colonia Films, una alianza con MEI Laboratorios para el proceso de finalización del largometraje, dos aliados institucionales de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano y Centro Ático de la Pontificia

Universidad Javeriana para el proceso de postproducción de imagen y sonido, y una donación del veinticinco por ciento del presupuesto total de la película a través de la Alcaldía Municipal de Saldaña Tolima, dinero destinado a ser gastado en el mismo municipio en la etapa de producción de la primera y tercera parte del largometraje. Aparte de este tipo de apoyos, el equipo creativo compuesto por trece personas accedió a donar su trabajo y ser socios activos del proyecto.

Después de realizar este proceso y concretar los apoyos, presentamos nuevamente el proyecto a un grupo más reducido de docentes del programa de Cine y Televisión de la Universitaria Agustiniana, pero fue rechazado, principalmente debido a que el cuerpo docente de la Universitaria no estaría en condiciones de apoyar todo el proceso que implica un largometraje. Por otra parte, nos señalaron algunos problemas de financiación y guion, y le propusieron al equipo realizar uno de los tres capítulos como cortometraje y posponer el largometraje. Esta situación impidió continuar con el proceso de financiamiento tal como lo veníamos llevando a cabo, ya que los aliados y donaciones solo eran efectivas bajo la propuesta de un largometraje grabado de manera continua. Así mismo, algunas personas del equipo creativo decidieron no continuar con el proyecto por las mismas razones.

Para continuar con el proyecto, decidimos llevar a cabo la presente monografía y así plantearnos un modelo de financiación que pudiera funcionar para *Salvaje Esperanza*. Al iniciar el proceso de monografía entendimos que aun sabiendo que tendríamos información sobre los procesos de financiación basada en la experiencia de los productores colombianos seleccionados que realizan activamente películas en la actualidad, encontramos que habíamos realizado procesos muy similares a algunos de ellos de manera instintiva. Después de realizar la investigación, y teniendo en cuenta lo anterior, diseñamos un modelo de financiación que contará con las condiciones de nuestro proyecto *Salvaje Esperanza*. Para esto realizamos un plan paso a paso que presentamos a continuación.

Paso 1

Con base en nuestro largometraje *Salvaje Esperanza*, realizamos un estudio de las necesidades y limitaciones que tiene nuestro proyecto. Analizamos la narrativa y entendimos cuál es la película que tenemos, cómo se proyecta a sí misma en el futuro y cuáles serán sus posibles inversionistas, aliados y coproductores.

Necesidades

- **Tiempo:** al momento de llevar a cabo un análisis del proyecto, el tiempo es un elemento fundamental para ejecutar el funcionamiento de la película. Consideramos que los tiempos por etapa tienen que ser prolongados según la importancia que amerite cada proceso.
- **Logística:** la mayor parte de la logística está concentrada en la producción del rodaje. Puesto que la película se rodará en Bogotá y en el corregimiento de Jabalcón, Tolima, la logística que se dividirá en tramitar permisos de grabación en la ciudad de Bogotá y en realizar el desplazamiento del equipo de producción para tener un rodaje exitoso en el corregimiento de Jabalcón, Tolima, por lo que se tendrá a la comunidad como gran gestor de soluciones para la película.

Limitaciones

- **Seguridad:** la seguridad tanto de los equipos técnicos como de las personas que representan el equipo creativo de la película es una de las mayores limitaciones que encontramos, ya que las locaciones de la segunda parte de la película corresponden a barrios de alto riesgo en Bogotá.
- **Sin reconocimiento:** por ser próximamente egresados de la Universitaria Agustiniense, no contamos con el suficiente reconocimiento en el ámbito profesional o en el mundo laboral. La Universitaria misma tampoco cuenta actualmente con la experiencia suficiente en el ámbito de la producción de largometraje en Colombia. Encontramos en esto una limitación, ya que a la hora de vender nuestro proyecto y convencer a inversionistas o coproductores no tienen la suficiente confianza.
- **Proceso de producción en diferentes tiempos:** al haber grabado solo una de las partes del largometraje inicialmente, otra limitación radica en continuar grabando de manera segmentada, pues esto aumenta los costos de producción, debido a que debemos financiar tres logísticas totalmente diferentes en lugar de una sola.

Paso 2

Teniendo en cuenta las necesidades del proyecto, realizamos un desglose de temáticas y lo comparamos con el tipo de historia que desarrollamos en nuestra película. Las temáticas e identidad de la película son las siguientes:

- Desplazamiento por la violencia armada en Colombia.
- Historia urbana-rural, sin distinción de género.
- Núcleos familiares quebrantados.
- La importancia de la agronomía y los cultivos en Colombia.

Este desglose se realiza con el fin de entablar posibles conexiones con inversionistas que encuentren interés en la historia y decidan apoyar el proyecto desde sus ideales y objetivos, ya sean personales o corporativos.

Paso 3

Posteriormente, realizamos una matriz basándonos en la información proporcionada por los productores en la entrevistas, sobre cómo proyectar la película en cuanto al dinero a recaudar para su realización, elaboramos un desglose en cuanto a los posibles inversionistas, patrocinadores, donadores, fondos culturales, etc., esto con el objetivo de consolidar nuestro modelo de financiación del largometraje *Salvaje Esperanza*. Esta matriz estará compuesta por especificaciones puntuales sobre un largometraje en cuanto a lo financiero.

Tabla 10.

Plan de financiación para largometraje.

Producción:	COP:
Dirección:	USD:
Locación:	Días de rodaje:
Fecha:	

#	País	Responsable	CDP ⁶	Estado	Condiciones	Valor	Dólar	%PP
Total								
Asegurado								
Por confirmar								
GAP (Por conseguir)								

Fuente: Elaboración propia.

Paso 4

Se realiza el plan de financiación del proyecto *Salvaje Esperanza*, de acuerdo con el desglose que hicimos con las entidades y personas interesadas en apoyar el proyecto desde su rama de interés.

Tabla 11.

Elaboración del plan de financiación.

Producción: <i>Salvaje Esperanza</i> .	COP:
Dirección: Valentina Romero, Fabián Flórez, Alexis Lozano.	USD:
Locación: Bogotá D.C. - Jabalcón, Tolima.	Días de rodaje: 22

⁶ Categoría dentro de la producción (Aliado, coproductor, apoyo, patrocinador).

Fecha: 10 de mayo del 2019

#	País	Responsable	CDP	Estado	Condiciones	Valor	Dólar	%PP
1	Colombia	1:1 FILMS	Productor	Asegurado	Productor principal de la película, visualización del logo en créditos de la película y en material POP.	\$160 124 800	49452,94	50,64%
2	Colombia	La Colonia Films	Coprodutor	Asegurado	Principal coprodutor del largometraje, además de añadir logo de la productora La Colonia Films en material POP de la película, más la visualización	\$58 160 000	17962,13	18,40%

					n de los logos durante la película.			
3	Colombia	Universitaria Agustiniana	Coprodutor	Asegurado	Coprodutor del largometraje, además de añadir logo de la Universitaria Agustiniana en material POP de la película, más la visualización de los logos durante la película.	\$27 524 000	8500,51	8,71%
4	Colombia	Mei Laboratorios	Aliados	Asegurado	Aliado del largometraje, además de añadir logo de MEI laboratorios	\$1 140 000	352,08	0,4%

					en los créditos dentro de la película.			
5	Colombia	Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano	Apoyo	GAP Por conseguir	Apoyo del largometraje , además de añadir logo de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano en los créditos dentro de la película.	\$20 000 000	6176,80	6,32 %
6	Colombia	Gobernación del Tolima	Apoyo	Por confirmar	Apoyo del largometraje , además de añadir logo de la Gobernación del Tolima en los créditos dentro de la película.	\$14 355 000	6176,80	4,53 %

7	Colombia	Coproducciones de otros países	Coprodutor	GAP Por conseguir	Coprodutor del largometraje, además de añadir logo de la de las entidades en material POP de la película más la visualización de los logos dentro de la película.	\$20 000 000	6176,80	6,32 %
8	Colombia	Corporación Otra Escuela	Aliado	Por confirmar	Aliado del largometraje, además de añadir logo de Corporación Otra Escuela en los créditos dentro de la película.	\$5 000 000	1544,20	1,58 %
9	Colo	Centro de	Aliado	GAP Por	Aliado del	\$10 0	3088,40	3,16

	mbia	Memoria Histórica		conseguir	largometraje , además de añadir logo del Centro de memoria Histórica en los créditos de la película.	00 00 0		%
Total: \$ 316 303 800								
Asegurado: \$ 245 808 800								
Por confirmar: \$19 355 000								
GAP (Por conseguir): \$ 30 000 000								

Fuente: Elaboración propia.

Paso 5

El modelo de financiación del largometraje se aplicó al tercer capítulo de la película *Salvaje Esperanza*.

El modelo de financiación planteado continua para el primer capítulo y el segundo, es decir, para la producción total del largometraje *Salvaje Esperanza*; por lo tanto, este producto audiovisual sigue en construcción, continúa en busca de recursos de inversionistas y abierto a cualquier coproducción u otra herramienta de financiación.

Conclusiones

Teniendo en cuenta la pregunta de nuestro problema de investigación, “¿Cuáles son los modelos de financiamiento que se usan para una película colombiana?” y, al explorar el campo de la financiación en el cine contemporáneo colombiano, es preciso afirmar que:

En el trabajo de los productores de cine contemporáneo colombiano, los modelos de financiamiento usados son esquemas basados en la financiación mixta, los cuales se componen de las coproducciones, los fondos estatales, las convocatorias o becas, los inversionistas privados, las donaciones, el *crowdfunding*, los aportes propios, la donación de trabajo, los aportes en especie, el posicionamiento de marca y las preventas, esto tanto en el nivel nacional como internacional. Al contar con un modelo en donde predominan ciertas metodologías como los fondos, las coproducciones y las inversiones privadas, se concluye que los modelos de financiación usados actualmente están cimentados en la labor personal de cada productor, que según la necesidad de cada película se adapta y se enfoca en una o más estrategias.

Todos los productores seleccionados coincidieron en que invertir en cine es poco rentable porque la recuperación suele ser escasa y en periodos de tiempos muy largos. Ante esta premisa, ellos proponen ser sinceros con la persona interesada en invertir, pero, como resultado de no tener una industria, los realizadores cinematográficos compiten constantemente entre sí y esto, en lugar de generar competencia de mercado entre los realizadores, crea una brecha en cuanto a la competitividad de quién es mejor o quién hace más factible la actividad de negociar con inversionistas para conseguir el dinero que cada película requiere.

Podemos concluir que la falta de información que existe en Colombia sobre los procesos de financiación de los largometrajes se debe a que algunos productores se reservan dicha información con el fin de no mostrar públicamente sus pérdidas o ganancias. Esta actitud suele ser adoptada para proteger algunos acuerdos de confidencialidad pactados con sus inversionistas. La reserva de información representa un desconocimiento importante y un estancamiento en la formación de industria cinematográfica del país; pues, si partimos de los procesos que conlleva cualquier tipo de industria, se deben tener en cuenta los márgenes de error generados por los anteriores productos y así poner en práctica diferentes métodos y procesos para no cometer los mismos errores. Esta situación tiene como resultado una falta de camaradería en el interior del medio del cine en Colombia, ya que, según nuestra experiencia,

si bien algunos productores pueden cobrar por esta información presentada en diplomados, cursos, *master class* etc., no otorgarán la información a alguien más.

Por otra parte, entendemos que la gran mayoría de veces los gastos realizados en las películas colombianas sobrepasan las recuperaciones que obtienen las mismas; si bien Colombia necesita mayor rigurosidad ante la formación de público, como realizadores, hay que comprender que el mercado nacional actual no es el adecuado para la recuperación y, por lo tanto, se necesita expandir la proyección de rentabilidad hacia un mercado más interesado en las películas colombianas, es decir, el mercado internacional.

Parte del actual problema de investigación consiste en que la gran mayoría de estudiantes de Cine no son conscientes de qué están haciendo mal en cuanto a su planteamiento de financiación. Las entrevistas realizadas a los productores nos arrojaron información que no solemos tener en cuenta como estudiantes y era desconocida incluso para nuestro equipo que ya había iniciado un proceso de financiación profesional de manera intuitiva. Sabemos que la academia sí contempla esquemas en los que la producción de películas hace parte de la formación de estudiantes de Cine, pero es claro y se puede concluir que existen enormes vacíos en cuanto a cómo financiar profesionalmente un proyecto cinematográfico de larga o corta duración; en nuestra opinión, la responsabilidad es en buena medida de la academia, puesto que al momento de generar un plan de estudios, no se establecen discusiones y análisis reales en cuanto a la financiación, ya que la mayoría de docentes suele basar sus clases mayormente en modelos norteamericanos o europeos que sí cuentan con una industria cinematográfica preexistente y no son aplicables a nuestro país. Además, la no realización de estudios académicos sobre la financiación en el cine colombiano es uno de los múltiples vacíos investigativos que tiene el cine como rama de estudio en el país. Son realmente escasos los textos académicos sobre este tema, salvo estudios sobre las leyes cinematográficas y la producción cinematográfica en general. Consideramos entonces pertinente crear un espacio en donde se replantee qué significa producir una película sin tener que cubrir todo el presupuesto del proyecto con aportes propios y generar modelos sostenibles a partir de las necesidades de cada filme.

En esta misma línea está la opinión de Andrés Acosta, productor del proyecto de grado más costoso de la Escuela de Cine de la Universidad Nacional, con un gasto cercano a los \$130 millones. “La Universidad no nos prepara para aprender a financiar un proyecto audiovisual. Desde los primeros semestres, los estudiantes se acostumbran a conseguir

dinero con rifas, fiestas, vendiendo comida e intercambiando favores. Si el alumno tiene esta mentalidad, en el momento que deba enfrentarse a una tesis o al mercado laboral va a ser más difícil que consiga recursos”. La realidad de estudiar una carrera como el cine en Colombia. (Artículo Revista Semana, 2019).

Para responder a la segunda pregunta planteada en nuestra formulación del problema, que obedece a la generación de nuestro propio modelo de financiación, debimos analizar nuestra propia película y concluir qué tipo de producto teníamos en manos, para, a partir de esto, aplicar nuestros conocimientos sobre el formato del proyecto de largometraje y poner en práctica lo planeado. Teniendo en cuenta lo anterior, se puede afirmar que un plan de financiación se debe realizar a partir de las necesidades de cada película y que, independientemente del formato de duración, género cinematográfico, aspiraciones comerciales etc., se debe realizar un modelo para cualquier tipo de realización cinematográfica.

Referencias

Referencias consultadas

- Álvarez, L. (2001). El Cine en la Última Década del siglo XX: Imágenes Colombianas. En *La historia del cine en cien películas*, Jorge Orlando Melo (ed.). Bogotá: Banco de la República. Recuperado de:
<https://web.archive.org/web/20111214095339/http://banrepcultural.org/blaavirtual/historia/colhoy/colo12.htm>
- Balio, T. (1985). *The American Film Industry*. Madison: The University of Wisconsin Press.
- Banco Interamericano de Desarrollo, BID. (2011). *Pautas para la elaboración de un estudio de caso*. Recuperado de:
<https://publications.iadb.org/es/publicacion/13744/pautas-para-la-elaboracion-de-estudios-de-caso>
- Calvete, A. y Ortiz, T. (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*. (Trabajo de grado). Universidad Industrial de Santander - Facultad de Ciencias Humanas, Escuela de Derecho. Recuperado de:
<http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2011/139010.pdf>
- Congreso de la República de Colombia. (7 de agosto de 1997) [Ley 397 de 1997]. DO: 43102. Recuperado de:
<https://www.cancilleria.gov.co/ministry/juridicainterna/normograma>
- Congreso de la República de Colombia (8 de septiembre de 1942) Ley de industria cinematográfica [Ley 9 de 1942]. DO: 25051. Recuperado de: [http://www.suin-juriscol.gov.co/clp/contenidos.dll/Leyes/1564366?fn=document-frame.htm\\$f=templates\\$3.0](http://www.suin-juriscol.gov.co/clp/contenidos.dll/Leyes/1564366?fn=document-frame.htm$f=templates$3.0)
- Congreso de la República de Colombia (26 de diciembre de 2008) [Ley 1262 de 2008]. DO: 47.214. Recuperado de:
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1262_2008.html

- Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura. (2015). *Normas del Cine en Colombia*. Bogotá: Ministerio de Cultura. Recuperado de:
<http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/Cartilla%20-%20Normas%20del%20Cine%20en%20Colombia.pdf>
- Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura (2009). *Indagación diagnóstica sobre la investigación del cine colombiano*. Bogotá: Ministerio de Cultura. Recuperado de:
<http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/205/Publicaciones%20%20-%20Indagacion%20diagnostica%20sobre%20la%20investigacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Estrada, O. (2015). El cine colombiano y su correlato en la historia. *Revista Luciérnaga*, Año 7, Edición 14. 22-35. DOI: <http://orcid.org/0000-0002-3243-4650>
- Getino, O. (2007). Los desafíos de la industria del cine en América Latina y el Caribe. *ZER - Revista de Estudios de Comunicación*, Vol 12. Núm. 22. 167-182. Recuperado de:
<http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/3678/3310>
- Guback, T. (1980). *La Industria Internacional del Cine Vol. 1*. Madrid: Fundamentos.
- Kalmanovitz, S. (2000). *La industria de la cultura y el desarrollo social*. Bogotá: Banco de la República. Recuperado de: <http://www.banrep.gov.co/es/node/1387>
- Lozano, D., Guerra, S. y Barragan, J. (2009). El Cine: El negocio de la cultura (Motionpictures: The Business of Culture). *Revista: Innovaciones de Negocios*, No. 6. 207-224. Recuperado de:
https://www.researchgate.net/publication/315828912_El_Cine_El_negocio_de_la_cultura_Motion_pictures_The_business_of_culture
- Luzardo, J., Ospina, L. y Corredor, T. (2019). Historia del cine colombiano [entrada de blog], recuperado de: <http://www.caliwood.com.co/en-colombia.html>
- Martínez, A. (2016). Product Placement en el Cine Colombiano entre los años 2010 y 2016: Efectividad y valor percibido aplicado a la comunicación de marcas comerciales.

Working Papers. Maestría en Gerencia Estratégica de Mercadeo. 1(2), 29. DOI:
<http://dx.doi.org/10.15765/wpmgem.v1i2.894>

- Ravid, A. (1999). *Information, Blockbusters, and Stars: A Study of the Film Industry*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Stake, R. (1999). *Investigación con estudios de casos*. Madrid: Morata S, L.
- Segovia, G. y Díaz, M. (2013). *64A Films: una combinación entre habilidad empresarial y lucidez creativa para proyectos de cine*. Bogotá: EAN.
- Torres, M. (2008). *Observar, escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. México D.F: Porrúa.

Referencias citadas

- Acosta, B. (2009). *Análisis de las políticas de fomento del cine en Colombia*. Universidad Colegio mayor de nuestra Señora del Rosario - Facultad de Ciencia Política y Gobierno. . Recuperado de:
<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1531/53013416.pdf?sequence=1>
- Business & Sustainable Development Commission. (Blended Finance Taskforce). (2017). *Better Finance Better World*. Londres. Copyright Business & Sustainable Development Commission.
- Caballero, J., Duque, L., Echeverri, A., Machicado, J., Ospina, X., Romero, J. y Tenorio, J. (2017). *Cuadernos de cine colombiano No. 26*. Bogotá: Cinemateca Distrital - Gerencia de Artes Audiovisuales del IDARTES.
- Cinemateca Distrital (1987). *Cuadernos de cine colombiano No. 23. Oswaldo Duperly* Bogotá: Cinemateca Distrital. Recuperado de:
https://www.cinematecadistrital.gov.co/sites/default/files/mediateca/No.%2023%20-%20Marzo%20-%201987%20-%20Oswaldo%20Duperly_0.pdf
- Congreso de la República de Colombia (9 de julio de 2012). [Ley 1556 de 2012]. DO: 48.486. Recuperado de:
https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Normograma/docs/ley_1556_2012.htm

- Congreso de la República de Colombia (2 de julio de 2003). Ley de Cine [Ley 814 de 2003]. DO: 45.237. Recuperado de:
https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Normograma/docs/ley_0814_2003.htm#
- Davies, A y Wistreich, N. (2007). *The Film Finance Handbook: How to Fund your Film*. Glasgow: Netribution Limited.
- Del Prado, R. (2015). *El Cine: Arte o Industria*. Madrid: Universidad Complutense Madrid. Recuperado de: <http://webs.ucm.es/BUCM/revcul//e-learning-innova/124/art1798.pdf>
- Díaz S., Mendoza V. y Porras C. (2011). Una Guía para la Elaboración de Estudios de Caso. *Revista Razón y Palabra*, 16 (75). Recuperado de:
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/varia_75/01_Diaz_V75.pdf
- Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura (2009). *Impacto Económico del Sector Cinematográfico Colombiano*. Bogotá: Ministerio de Cultura. Recuperado de:
<http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/Impacto%20Econ%C3%B3mico%20del%20Sector%20Cinematogr%C3%A1fico%20Colombiano.pdf>
- Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura (2005). *La Ley de Cine para Inversionistas y Donantes*. Bogotá: Ministerio de Cultura. Recuperado de:
<http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/La%20Ley%20de%20Cine%20Para%20Inversionistas%20y%20Donantes.pdf>
- Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura (2004). *La Ley de Cine para Todos*. Bogotá: Ministerio de Cultura. Recuperado de:
http://www.icaucolombia.gov.co/innovaportal/file/3377/1/Ley_cine_Colombia_814.pdf
- Flórez, G., Salazar, S., y Acevedo, C. (2018). De la indiferencia pública a la protección de los autores e intérpretes de las producciones de cine en Colombia, a propósito de la Ley Pepe Sánchez de 2017. *Vniversitas* 136. 1-23. DOI:
<https://doi.org/10.11144/Javeriana.vj136.dipp>

- Gómez, D., López, L. (2019). *Guía metodológica para la depuración de datos del sistema de información y registro cinematográfico - SIREC*, del Ministerio de Cultura. Universidad abierta y a distancia - UNAD, Escuela de ciencias administrativas, contables, económicas y de negocios - ECAEN, Especialización en gestión de proyectos. Recuperado de: <https://repository.unad.edu.co/bitstream/10596/18280/1/52290700.pdf>
- Ministerio de Cultura, República de Colombia (2010). *Compendio de Políticas Culturales*. Recuperado de: http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/compendio-politicas-culturales/Documents/compendiopolicas_artefinalbaja.pdf
- Ministerio de Cultura, República de Colombia (2013). *Colombia de película*. Colombia. Recuperado de: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/Cartilla%20Pedag%C3%B3gica%20Colombia%20de%20Pel%C3%ADcula%202013.pdf>
- Programa Ibermedia (2013) El Programa [entrada de blog] recuperado de: <http://www.programaibermedia.com/el-programa/>
- Proimagenes Colombia (2017) Boletín Cine en Cifras No. 12: Impacto Ley 1556. Recuperado de: http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine-en-cifras-12/espanol/index.html
- Redacción *El Tiempo*. (01 de marzo 1992) Focine a Oscuras. *El Tiempo*. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-50397>
- Redacción Educación *Revista Semana*. (11 de enero de 2019) La realidad de estudiar una carrera como el cine en Colombia. Recuperado de: <https://www.semana.com/educacion/articulo/todo-sobre-los-programas-de-educacion-audiovisual-en-colombia/597411>
- Rivera-Betancur, J. (2014). ¿Va el cine colombiano hacia su madurez? Análisis de 10 años de Ley de cine en Colombia. *Anagramas*, Vol. 13, No. 25, pp. 127-144. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/anqr/v13n25/v13n25a08.pdf>

- Villegas, A. (2015). Modernismo vernáculo e imaginación melodramática en Bajo el cielo antioqueño. *Historia y Sociedad*, No. 29, pp. 259-282. Recuperado de: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/hisysoc/article/view/50597/54618>
- World Economic Forum & Organisation for Economic Co-operation (2015). *Blended Finance Vol. 1: A Primer for Development Finance and Philanthropic Funders*. Cologne: World Economic Forum. Recuperado de: https://static1.squarespace.com/static/549ae273e4b0d1a214a4482b/t/5b1e64f5575d1f68cae5367/1528718587784/WEF_Blended_Finance_A_Primer_Development_Finance_Philanthropic_Funders_report_2015.pdf
- Yacuzzi, E. (2005). *El Estudio de Caso como Metodología de Investigación: Teoría, Mecanismos Causales, Validación*. Buenos Aires: Universidad del CEMA.. Recuperado de: <https://ucema.edu.ar/publicaciones/download/documentos/296.pdf>

Filmografía

- Arbelaez, A. (productor). Mesa, J. (director). (2016). Los nadie. [Película cinematográfica] Colombia: Monociclo cine.
- Bawardi, o. (productora). Jacir, A. (director). (2018). Wajib - invitación de boda. [Película cinematográfica] Francia: Jba production.
- Bustamante, D. (productora). Acevedo, C. (director). (2015). La tierra y la sombra. [Película cinematográfica] Colombia: Burning blue.
- Bustamante, D. (productora). Arango, J. (director). (2012). La playa D.C. [Película cinematográfica] Colombia: Burning blue, Séptima films.
- Bustamante, D. (productora). Forero, J. (director). (2015). Violencia. [Película cinematográfica] Colombia: Burning blue.
- Bustamante, D. & Polanco, G. (productoras). Navia, O. (director) (2013). Solecito. [Película cinematográfica] Colombia: Burning blue.
- Cabrera, S. (productor). Cabrera, S. (director). (1993). La estrategia del caracol. [Película cinematográfica] Colombia: Caracol televisión, crear cine y video, fotograma.
- Debailly, G. (productor). Lolli, F. (director). (2014). Gente de bien. [Película cinematográfica] Colombia: Evidencia films.

- Gallego, C. (productora). Aguilera, P. (director). (2018). Demonios tus ojos. [Película cinematográfica] Colombia: Ciudad lunar producciones.
- Gallego, C. (productora). Benaim, A. (director). (2018). Yo no me llamo Ruben Blades. [Película cinematográfica] Colombia: Ciudad lunar producciones.
- Gallego, C. (productora). Guerra, C. (director). (2004). La sombra del caminante. [Película cinematográfica] Colombia: Ciudad lunar producciones.
- Gallego, C. (productora). Guerra, C. (director). (2009). Los viajes del viento. [Película cinematográfica] Colombia: Ciudad lunar producciones.
- Gallego, C. (productora). Guerra, C. (director). (2015). El abrazo de la serpiente. [Película cinematográfica] Colombia: Ciudad lunar producciones.
- Gallego, C. (productora). Will, D. (director). (2013). Edificio royal. [Película cinematográfica] Colombia: Ciudad lunar producciones.
- García, D. (productor). Gamboa, M. (director). (2014). Mateo. [Película cinematográfica] Colombia: Dia fragma fábrica de películas.
- García, D. (productor). Mendoza, R. (director). (2010). La sociedad del semáforo. [Película cinematográfica] Colombia: Dia fragma fábrica de películas.
- García, D. (productor). Mendoza, R. (director). (2014). Tierra en la lengua. [Película cinematográfica] Colombia: Dia fragma fábrica de películas.
- García, D. (productor). Mendoza, R. (director). (2014). Memorias del calavera. [Película cinematográfica] Colombia: Dia fragma fábrica de películas.
- García, D. (productor). Mendoza, R. (director). (2015). El valle sin sombras. [Película cinematográfica] Colombia: Dia fragma fábrica de películas.
- García, D. (productor). Seigner, B. (director). (2018). Los silencios. [Película cinematográfica] Colombia: Dia fragma fábrica de películas.
- Mejía, G. (productor). Acevedo, A. (director). (1925). Bajo el cielo antioqueño. [Película cinematográfica] Colombia: Hermanos Acevedo.
- Mejias, F. & Molina, A. (productor). Gaviria, V. (2004). Sumas y restas. [Película cinematográfica] Colombia: La ducha fría producciones, burn pictures.
- Norden, F. (productor). Norden, F. (director), (1984). Cóndores no entierran todos los días. [Película cinematográfica] Colombia: Procinator.

- Piñeres, A. (productor). Caudeli, R. (directora). (2018). ¿Cómo te llamas?. [Película cinematográfica] Colombia.
- Polanco, G. (productora). Imaz, R. (director). (2017). Tormentero. [Película cinematográfica] Colombia: Contravía films. México: Axolote cine.
- Polanco, G. (productora). Navia, O. (director). (2010). El vuelco del cangrejo. [Película cinematográfica] Colombia: Contravía films.
- Polanco, G. (productora). Navia, O. (director). (2014). Los hongos. [Película cinematográfica] Colombia: Contravía films.
- Polanco, G. (productora). Navia, O. & Eborn, A. (director). (2016). Epifanía. [Película cinematográfica] Colombia: Contravía films.
- Polanco, G. (productora). Osorio, A & S. Lozano, S. (director). (2016). Siembra. [Película cinematográfica] Colombia: Contravía films.
- Polanco, G. (productora). Vega, W. (director). (2012). La sirga. [Película cinematográfica] Colombia: Contravía films.
- Ramírez, D. (productor). Giraldo, A. (director). (2003). 2 y 10. [Película cinematográfica] Colombia: 64-A films.
- Ramírez, D. (productor). Giraldo, A. (director). (2005). Fractales y fragmento fundamental. [Película cinematográfica] Colombia: 64-A films.
- Ramírez, D. (productor). Giraldo, A. (director). (2012). 180 segundos. [Película cinematográfica] Colombia: 64-A films.
- Ramírez, D. (productor). Gutierrez, C. (director). (2014). Ciudad delirio. [Película cinematográfica] Colombia: 64-A films.
- Ramírez, D. (productor). Mora, L. (directora). (2018). Matar a Jesús. [Película cinematográfica] Colombia: 64-A films.
- Ramírez, D. (productor). Moreno, C. (director). (2008). Perro come perro. [Película cinematográfica] Colombia: 64-A films.
- Ramírez, D. (productor). Moreno, C. (director). (2011). Todos tus muertos. [Película cinematográfica] Colombia: 64-A films.
- Ramírez, D. (productor). Muyschondt, G. & Moreno, C. (director). (2010). Uno, la Historia de un Gol. [Película cinematográfica] Colombia: Antorcha films.

- Ramírez, D. (productor). Restrepo, D. (director). (2011). En coma. [Película cinematográfica] Colombia: Antorcha films.
- Ramírez, D. (productor). Vallejo, F. (director). (2016). Fragmentos de amor. [Película cinematográfica] Colombia: 64-A films, One film corporation.
- Ramírez, D. (productor). Vega, W. (director). (2005). Tricolor futbol club. [Película cinematográfica] Colombia: Antorcha films.
- Ramos, D. & Naveau, J. (productor). Toulemonde, J. (director). (2016). Anna. [Película cinematográfica] Colombia: Janus films.
- Rosas, A. (productora). Pinzon, C. (director). (2013). El paseo 3. [Película cinematográfica] Colombia: Dago producciones.
- Sagbini, R. (productor). Tucker, A. (director). (2013). Edificio royal. [Película cinematográfica] Colombia: Ciudad lunar producciones, Alemania: Aurora film und tv.

Anexos

Anexo No. 1

Entrevista a Daniel García - 15 de enero del 2019.

Daniel García: Básicamente con la inversión privada. ¿Sí me entiende?, esto no hay... o sea, yo siento que hay una cosa que para nosotros que hacemos pelis uno dice: “no pero tiene que existir” y cuando uno es pelado, uno dice: “¡voy a conquistar el mundo, voy a conseguir esto!”, pero lo que ustedes, lamentable (yo lo digo, pero lo digo de una buena manera), están haciendo es algo que no existe, ¿por qué? porque en Colombia no hay una manera; o sea, por más que nosotros queramos. Además, no es solo en Colombia, el mundo cinematográfico como tal tiene dos opciones. Por eso estamos nosotros divididos: está el cine comercial y el cine de autor, punto. Son esas dos grandes brechas que existen en todo el globo terráqueo y que básicamente el cine comercial, como tal, se avala en el cine gringo, en los estudios. Claro que cada país tiene su cine comercial como tal, pero básicamente lo único que atraviesa todo, lo único que realmente atraviesa de la “a” a la “z” son los gringos con los estudios, básicamente porque es el único negocio que existe.

Valentina Romero: Sí, que hay industria.

DG: Exactamente. Yo lo veo y siempre hago un símil digamos con el combustible, con la gasolina, que quieren sacar los carritos eléctricos, que muy chimba... Marica, lo único que realmente sigue moviendo al planeta es la gasolina, lamentablemente, y Elon Musk es un puto visionario de Las Vegas, yo no sé qué tal, pero hace veinte carros al año y nosotros somos miles de millones de personas que tenemos de a uno o de a dos o de a tres carros, lamentablemente, no supe la necesidad. Entonces, hoy nosotros tenemos en Colombia... lo que pasa es que yo siento que si uno va hacer algo, tiene que ser algo que sirva y uno darse cuenta de lo que está haciendo ¿sí me entiendes? Yo no sé con quién se han reunido, si les habían dicho esto o no, yo lo veo desde un punto de vista un poco más lógico y más claro: hoy los métodos de financiación en Colombia no existen, pero es que no es ni en Colombia ni en... o sea, básicamente el único país medianamente funcional, latinoamericano, básicamente somos nosotros, en Colombia, porque tenemos con qué funcione, que es el FDC, que es un recaudo algo circular. En Europa, los franceses, porque tienen tanto del cine, tanto, tanto, tanto, tanto dinero que les tocó ponerles un tope que no se pueden ganar, o sea, el fondo no puede tener más de esto, porque ya es ridículo, no hay cómo entregarlo, no hay cómo hacer; o sea, es demasiado, porque toda la ley que ellos

inventaron, que la nuestra está un poco basada en la de ellos, es demasiado buena, porque todo lo que genera tiene que pagar un pedacito que nadie lo ve, es como una cuota de pantalla un poco, pero en cualquier cosa la publicidad todo paga un *impuestico* chiquito que nadie lo ve reflejado, pero que eso son miles de millones de euros. Hace unos años el gobierno les dijo: “la chimba, están llenos de oro, yo no puedo dejar que toda la plata se vaya para allá”, entonces les pusieron un tope de un billón de euros y eso es demasiado dinero, pero, cómo sería que eso iba mucho más porque el recaudo era muy grande. Es el único país que lo hace y por eso pueden tener trescientas películas al año financiadas. Tenían un fondo que financia películas del mundo, hacer los eventos que hacen, ¿no? y no hablemos de los alemanes. Básicamente los alemanes, cada ciudad cada tal tiene una cosa para eso. Lamentablemente, nosotros aquí en Colombia aparte de esto no existe, lo otro que es, tú no puedes decir que tú estás financiando, que hay métodos de financiación, porque hay premio de la alcaldía de ‘Timirriqui’. Eso no es una financiación, ¿sí me entiendes? Tú no puedes abrir una gran brecha y decir tal, y obviamente lo que ustedes quieren, no sé si esto lo sabían, pero básicamente lo que uno investiga, lo que uno hace es decir: “¿cuáles son los modelos de financiación?”. No es que “¡ay!, Pedro financió su película tal”. Básicamente es conocer quiénes son los que dan el billete. Hoy el que está dando billete es diferente al que lo va a dar mañana, ¿sí me entiendes? Eso es algo que va totalmente diferente o mi tío de bacán de su empresa quiso hacerme una inversión porque tiene demasiado dinero, entonces mi tío ‘tal’, pero tú no puedes decir mi tío va a ir a invertirle a mi amiga Fernanda, no lo va hacer, ¿sí me entiendes?

Yo siento que todo esto tiene un proceso en el que obviamente a hoy uno tiene que hacer algo que sirva y uno tiene que trabajar en algo que sirva y la monografía tiene que ser algo, no sé si sirva o que lo gradué a uno, pero uno por lo menos debe de tener la realidad en su cabeza y saber que está haciendo, porque es que básicamente a mí me parecería una mentira que ustedes vengan y me entrevisten y me digan que cuál es el método de financiación de mi películas, ¿es este o este?, no es más. ¿Qué es?, aplicar todos los años con cinco proyectos a ver uno a qué le pega. Lamentablemente jugamos a eso todos, porque no hay de otra manera, pues es que además nosotros, gracias a Dios, podemos hacer esto, hacer esto en los países latinoamericanos no, pues tienen una convocatoria, claro es más chiquita. Lo que pasa es que nuestro espectro es gigante y la cantidad de dinero que hay, digamos. No es que sea mucho pero al final es mucho más que el resto de todos latinoamericanos, ¿no? Que es mucho más fácil o más difícil o más complicado

o más diferente al otro, todas las convocatorias son diferentes, pero es lo único que tiene nuestra convocatoria igualita porque se copiaron igualito, cogieron nuestra convocatoria o sea tienen el mismo modelo de presupuesto, cogieron e hicieron un *dub* de nuestra ley, un *dub* de nuestra convocatoria, igualito, hicieron *copy y paste*, todo a lo peruano. No, de verdad, y son los únicos que no tienen, lo que pasa es que tienen muy poquito dinero y tienen unos huecos. Esos manes por ejemplo cogen y tú te ganaste el premio, [y te dicen:] “ay, mira Fernanda acá están tus mil soles, quédate los en tu banco y después me los legalizas”, quién sabe si la película se va hacer o cómo va a funcionar. Entonces, básicamente, a hoy la metodología de investigación digamos de cuáles son las fuentes de financiación creo que son lamentablemente esas, no es más.

VR: En nuestra investigación quisimos coger perfiles de productores que, bueno, también tengan FDC, pero no como financiación principal, porque no solo ganándose el FDC uno financia toda la película y con las inversiones privadas, entonces las preguntas las quisimos dirigir principalmente a las inversiones y también, bueno, te voy a comentar para ver si continuamos con esto.

DG: No, yo estoy bien, o sea, lo que yo te digo yo no estoy... lo que yo necesito que entiendan es que hay algo superimportante, es que si uno entiende esto, uno dice... y más porque “ustedes las ponen hacer esto” y de pronto alguien lo llaman de jurado, los ponen hacer una mano de cosas, se tiran el semestre, lamentablemente porque todo esto es mentira, todo esto es una gran mentira. Pues, es que a los ojos míos, yo digo si alguien... y si yo estoy diciendo mentiras que alguien venga y me diga por qué son las mentiras: ¿cómo financia uno más películas aquí en Colombia? Yo llevo catorce largometrajes hechos y todo es esto, o sea, esto no hay. Nadie se ha inventado el agua tibia que vaya y venga, no, o sea, no existe, entonces a hoy, uno dice: “bueno si esto está claro, claro pueden preguntarme lo que quieran”, pues digo, pero además cada uno es un modelo diferente porque todas mis películas, tanto las mías como las de los otros, cada historia, es diferente, entonces cada historia puede ir a buscar. Claro, entonces, cada una de las cosas puede ser financiada o puede digamos... puede buscar inversionistas, que no todos pueden ir por ley, sino uno puede conseguir cosas diferentes en una de las películas, un ejemplo ¿cierto? Y eso es lo que yo hoy considero que es el plus de lo que uno tiene que hacer, pero que además eso no puede existir en un texto, sino que esto tiene que ser uno, básicamente, la creatividad que uno tenga al momento de desarrollar, sino que eso es digamos algo que es *chévere* que uno dice “bueno ¿de qué es tu guion?, No, mi guion tiene un

papero, un aguardientero y un yo no sé qué, tres personajes que...” Uno dice: “bueno, listo, el de las papas. Vamos a conseguir el camión de las papas, por lo menos, no que nos den dinero que nos den... o sea, porque es que uno tiene... por lo menos esta gente así no me cueste, pero me va a costar entonces si me lo dan, no estoy ganando, pero sí estoy ganando porque no me toca pagar ¿no? Así yo no pueda pagar más cosas o estoy consiguiendo esto o estoy consiguiendo lo otro, pero básicamente todo funciona así, pero es que el modelo de conseguir dinero de Fernanda, que su película es sobre unos paperos que toman aguardiente, y que después fuimos y buscamos a Néctar y nos dieron un producto, por ejemplo, o que solamente nos dejaron utilizar la marca de ellos, ya es un plus, un ejemplo, ¿sí o qué?, pero en mi película, de una locación, de un niño jugando con un camión, no tengo nada que ver con las papas y el aguardiente, no tiene nada que ver, entonces la metodología de financiación tiene que ser totalmente diferente a la que estaba en la película de Fernanda ¿no? Eso es un poco lo lógico hoy, entonces obviamente a lo que yo voy es que, claro, cada una de las inversiones, cada uno de los inversionistas que uno busca es como que lo más sencillo, lo que les dije desde el principio es que mi tío... tu tío no va a invertir en una película de Fernanda porque le vale nada literalmente, o sea, porque mucha gente lo hace y además lo hace una vez, y los que lo han hecho ya saben que no van a ganar un peso y además el proceso es una boleta para sacar la ley y para que le den el certificado, entonces es muy mamón. A nosotros nos pasa todo el tiempo y todo es ahí ¿no? Eso es un poco como la vuelta.

VR: Pues, teniendo en cuenta lo de las diferencias de películas, escogimos tres películas que has producido, nos quisimos enfocar en ficción porque tenemos que relacionarlo con nuestro proyecto audiovisual que es de ficción. Escogimos *Mateo*, *La tierra en la lengua* y *Memorias del calavera*, pues que es un falso documental y nos funciona como ficción. Entonces empezamos con las preguntas. ¿Cuánto te costó la película y cuánto te costó cada etapa aproximadamente?

DG: Yo no me sé eso de memoria, para esto están los computadores.

VR: ¿Cuánto duraste haciendo la financiación en cada etapa? O sea, por ejemplo, en *Mateo* ¿cuánto tiempo te tomó?

DG: Lo que pasa es que *Tierra* y *Mateo* las dos ganaron en el mismo año el FDC y yo las dos las rodé al año siguiente; o sea, en el 2011 gane en el FDC con las dos y las dos las rodé en el 2012, una en febrero y otra en septiembre.

VR: Y ambas tienen estreno en el 2014.

DG: Y las dos se estrenaron en el 2014.

VR: ¿Y fue solo a punta de FDC?

DG: *Tierra*, sí y *Mateo* tuvo una inversión de... entonces ahí es donde uno va, tuvimos una inversión de una petrolera, digamos como Ecopetrol entró porque el proyecto de la película era superbonito, entonces que la recuperación y el yo no sé qué, entonces una de las fundaciones *Fundesmag*, es una de las fundaciones de Ecopetrol, e invirtió porque les pareció que eso tenía que pasar en la zona, punto. Entonces hicieron una inversión, pero ellos hacen una inversión pero fue una donación, no fue... nosotros ni tuvimos que hacer nada con la ley y otra de las compañías que tienen que ver con petróleos, *Morelco*. Los de *Morelco* metieron billete porque les parecía chévere y es una compañía multibillonaria y obviamente ellos operan en la zona, entonces fue y les dijimos que conocíamos a uno de los manes, “oiga necesitamos tal” y pues para esos manes un millón no es nada, literalmente dicen como “regalémosle cien mil de la compañía, hágale”, que sin certificado.

VR: En estas pelis, ¿tú recuerdas en qué etapa se presentó el mayor costo?

DG: Siempre en producción, pero ¿tú por qué me preguntas eso?

VR: Lo que nosotros queremos hacer es identificar, a partir de las películas, en dónde tuvieron mayor gasto las tres; por lo tanto, una conclusión podría ser: normalmente los modelos de financiación...

DG: Todas las películas, el gasto mayor, a no ser una película que tenga miles de millones de efectos, que eso aquí en Colombia es excesivamente raro, todo el gasto generalmente es para producción, o sea, todo. Además, no solamente en cine, básicamente todas las industrias, lo caro es la producción ¿no? Pues lo digo para que...

VR: ¿Las estrategias de financiamiento las realizas por etapas o en global? Si tú necesitas solo para producción, ¿haces una estrategia solo para financiar la producción o la plata que te den la utilizas para todas las etapas?

DG: Así uno no gane en el FDC, tú puedes hacer la película, pero te hace falta para la posproducción, entonces solamente tienes que buscar la plata para una etapa. No puedes decir: “¡huy! ya pague la preproducción y me falta la producción, no te gastes la plata, no la consigas, entonces no hagas un culo”, pues para qué vas hacer algo que... gastarte un montón de dinero en la pre que no tienes gente para ir a pagarle para que rueden. Obviamente tiene que ser algo global, ¿sí me entiendes? Eso se divide básicamente desde el desarrollo hasta la pro y las etapas que uno tendría que conseguir plata son para estos... (subraya en un tablero la posproducción y la distribución).

VR: ¿Cómo priorizas los recursos asignados a la producción?

DG: No se prioriza en nada, porque no es lo primero que yo vaya a conseguir. Si yo no tengo todo, no puedo rodar. Puede que yo priorice... un ejemplo, ¿tú qué priorizarías?

VR: Supongo que actores.

DG: Listo, tienes los actores, vas y consigues la plata de los actores ¿y el resto? No es algo lógico, ¿sí me entiendes? Digo, uno priorizar algo sobre lo otro, todo es al tiempo, básicamente.

Fernanda Ariza: ¿qué estrategia utilizaste para cada película, en cuanto a las inversiones privadas?

DG: No, no tuvimos... por ejemplo, [en] *La tierra en la lengua* no tuvimos inversionistas, en *Mateo* fue lo de... según el tema de cada película. Realmente, este fue acercarse a la gente de la zona, en *Mateo* estábamos en Barranca y lo más grande en Barranca, lo que realmente mueve a Barranca es Ecopetrol, pues es en donde está todo lo de petróleo. Y *Memorias del calavera* fue un inversionista [para el] que pudo haber sido *Memorias* o cualquier otra película. El man quería invertir y quería hacer una película y nos dio plata. Eso es un poco la vuelta, no hay... digamos, no hay una estrategia de decir: “listo, voy a sentarme...”, no.

FA: ¿Entonces no lo tienes como planeado o diseñado?

DG: Nadie lo tiene, o sea... es que además cada uno... tú vas a ir a vender una película... es como si hoy yo te contrato a ti, por ejemplo, y te digo: “hoy te toca salir a vender este borrador, ve y vende el borrador y mañana un teléfono”. ¿Qué tiene [que ver] uno con el otro? Nada, ¿sí me entiendes? Pues lo digo para que ustedes piensen en eso porque además las preguntas son malísimas, pues porque a ustedes no les está dando nada de resultado esto, o sea, por lo menos lo que están investigando no tiene ningún tipo de necesidad y menos para nosotros porque obviamente es chévere uno saber, lo de la financiación es una cosa complicadísima en el planeta

que uno quisiera tener la vuelta, porque además hasta los gringos creen que lo más fácil es... por ejemplo, cuando tu ahorita me dices: “no, voy a conseguir y a priorizar lo de los actores”, uno dice “claro, voy a conseguir el billete para pagarle a Brad Papito y a Angelina Jolie para que estén en la película”... ya ni ellos, o sea, la fórmula de los mejores actores en una película ya no funciona, o sea, si no tienes un guion sólido, me vale ¿no? o “tengo al mejor director”, pero de verdad los niveles de producción son una chanda y los actores una chanda, entonces el man no saca un culo, ¿no? Entonces uno dice: “¿cuál es la fórmula?”, es que la fórmula, lamentablemente, en el cine no existe, o sea, yo creo que todos la seguimos buscando y todos seguimos creyendo que la vuelta es... por ejemplo, Dago, superinteligente, es el único que logró entender y decir: “marica, Colombia es un país de novelas, lo mueve la televisión”. Todos hemos visto novelas así sea cuando chiquitos, así nosotros mismos no las hayamos visto, porque yo no es que me sentara, “¡que chimba voy a ver tal!”, no, uno las veía, las empleadas de la casa de uno, la abuela o la mamá o el papá veían una novela, fijo, o la siguen viendo. Entonces el man dijo: “si yo cojo todo esta gente de esta novela y la meto en una película, básicamente con el tema de una novela, pero compactada en una hora y media en una sala de cine que puedan ir con toda la familia”... lo volvió un plan, ¿no? [un plan] de diciembre, después del veinticuatro, todo el mundo está rasqueteado, enguayabeteado con toda la familia, los pelados jodiendo, “vámonos a cine por la tarde”, ¿no? Eso es un poco la vuelta y todo el mundo, sin importar el estrato, sin importar nada, todo el mundo espera, todo colombiano, espera la película del veinticinco de diciembre porque nosotros fuimos criados con eso, con la novela ¿no? Y ahí, asimismo, la ecuación del man no funciona, a veces le funciona, a veces no, a veces paga, a veces no paga, uno dice “pero qué, si tiene a la gente de este año de la novela, los mismos actores, el mejor director de tal, la historia es chistosa y pum (sonido de avión aterrizando)”. ¿No? entonces uno dice *no existe*, entonces es ahí donde yo digo: “claro, hasta el mismo modelo que el man crea tiene altos y bajos o sea que básicamente todo... nada, no hay una fórmula, ¿no? Y es donde yo creo que uno tiene que entender que básicamente la fórmula no existe, ¿no? Aquí no es como que tú digas “uno más uno es dos”. La fórmula no existe porque esto es arte, para mí es arte básicamente, es como que si uno dice listo, los colores que utilizaba Munch. Munch con el grito fue un man que estaba totalmente loco, cuando lo pintó estaba totalmente loco. Uno dice: “Noruega, marica, huevón...”, piensa totalmente diferente a un francés, por ejemplo, digo yo, pero no porque tú pintes otro grito con el mismo tal va a ser el mismo grito,

¿no? Entonces, y yo creo que eso es un poco lo que uno hace, básicamente, uno puede tener las mismas cosas, el mismo director, el mismo tal, pero básicamente el arte gira entorno es a eso, a que todos nosotros así lo comercial sea lo comercial, básicamente el cine comercial, pero se rige bajo las mismas reglas, que ellos mismos lo saben, que no porque tu metas a los mejores actores, ya la saqué del estadio y que obviamente es una de las cosas más lógicas, un poco, ¿no?

V.R: Vamos a preguntar sobre las experiencias de tu ópera prima, porque esta también tiene la intención de convertirse en un método, a pesar de que digas que no hay un método, queremos partir de este tipo de información para realizar nuestra ópera prima. Así que, desde la realización de tu ópera prima como productor, ¿qué has evolucionado en tu función de búsqueda de recursos?, o sea qué sabes que ya no funciona o qué sí funciona.

D.G: Desde mi primera película a hoy, todo sigue igual, no ha cambiado, porque nosotros ganamos el FDC, aplicamos a los fondos europeos... básicamente, la financiación en Colombia es esto y también hay fondos europeos, digo, en el mundo. Entonces, básicamente, sigue todo estando igual, unos cambian, unos están, otros ya no están, pero, básicamente, el modelo de financiación nuestro, tanto de *La sociedad del semáforo* como *La niña errante*, fue el mismo, con exactamente los mismos altibajos, los mismos inversionistas que hay, que no hay, o sea, no hay ninguna diferencia, básicamente, todo sigue estando igual.

V.R: ¿Qué métodos usados en tu primera película siguen vigentes? ¿Los mismos?

D.G: ¿Cómo así? ¿Métodos de qué?

V.R: Llamémoslo estrategias, esta manera de buscar algo.

D.G: Lo que pasa es que básicamente era lo que yo te decía: la metodología la hace cada película, entonces cada uno se inventa una cosa diferente porque no puedo, es la respuesta del teléfono o el borrador: Hoy te toca a ti vender el teléfono, mañana te toca ir a vender el borrador, pero, básicamente, son dos películas totalmente diferentes y esto siempre va a pasar, ¿sí me entiendes? Entonces te toca a ti buscar la manera porque hoy va a ser un borrador, después va a ser un marcador, después va a ser un computador, ¿sí me entiendes? Todo va a estar mutando. Entonces, no hay estrategia, no hay metodología, que yo diga “no, me voy a sentar y entonces voy a hacer un desglose tal, y entonces voy a sentarme con el inversionista y...”, no, al man le valen nada los números, lo que uno tiene que hacer es ir a venderle y decirle: ”marica, necesitamos hacer esta vaina y tal porque los niños de *Mateo*, la historia”, ¿no?, totalmente diferente a: “queremos vender la vida de un loco en la calle, que no tiene ni un peso, con

cincuenta marihuaneros...”. Totalmente diferente, ¿sí me entiendes? El discurso es totalmente diferente, entonces no hay metodología.

Y más, tú no puedes aplicar lo del borrador en el teléfono, nada que ver, yo no puedo llegar a decirle: “¡marica!, los marihuaneros son una chimba, los pelaos marihuaneros en *Mateo...*” Hey, no, o sea, es Ecopetrol, es una fundación, no te van a dar plata si tienes un marihuanero adentro y estas vendiendo marihuana, ¡no! Eso es.

F.A: Pues yo creo que estas ya las respondió, entonces sería en cuanto a los inversionistas, porque nos dices que en Mateo hubo inversionistas que fueron como donaciones, ¿*La tierra en la lengua* y *Memorias del calavera* no tuvieron inversionistas? Y pues esta sería...

V.R: Pues, en cada película, ¿la recuperación fue a través de la taquilla en salas de cine? ¿o incluye festivales? O pues, más bien, ¿recuperaron?

D.G: (Niega con la cabeza).

V.R: ¿En ninguna de las tres películas recuperaron?

D.G: En ninguna.

V.R: Bueno, nosotras tenemos una duda sobre los premios, ¿Cómo hacen “efectivo” los premios en metálico? Si no se hacen efectivo nunca, o ¿para qué sirven en cuanto a la financiación?

D.G: No, sí, el premio tiene plata. Lo que pasa es que nosotros, yo, como tal, yo la recuperación la veo es porque yo nunca pierdo, porque nosotros, yo el modelo de negocio que sigo acá en Dia-fragma es, yo el día que salgo a salas no le estoy debiendo a nadie. A nadie.

V.R: Cualquier cosa es ganancia.

D.G: Claro, desde el primer espectador, si se sienta una persona o un billón, yo estoy ganando. Y es la, ahí es donde uno ve la diferencia de la ganancia, básicamente. Por eso es que, nunca, cuando hablan de recuperación, pues, además, el Fondo no hay que recuperarlo. La inversión como tal no va en porcentajes y el inversionista recupera o no recupera. No, pero pues hay muchos tipos de inversionistas, ¿no? Entonces obviamente hay unos que recuperan, pero pues se quedan con tales derechos y entonces recuperan por otro lado que uno ni se entera. ¿Sí o qué? Si, por ejemplo, Caracol le mete plata a uno, un ejemplo, o RCN, pues ellos ponen billete, pero ellos después se quedan con los derechos de televisión y ellos ponen la película en un hueco en el que obligatoriamente tienen que poner películas, si no, les toca salir a comprarlas.

Entonces, si yo no les devuelvo un peso, ellos igual no están perdiendo, eso es la, eso es al final todo el tema.

F.A: Pues aquí ya entramos al tema de coproducciones, y una de las preguntas es si consideras pertinente financiar una película hoy en día con la cooperativa de coproducciones, o sea, supongamos un ejemplo es *Violencia*, que se generó con plata de ellos mismos. Entonces queríamos saber si tú consideras como pertinente esa manera de financiar una película.

D.G: ¿Con plata de uno? Pues si tú tienes mucha, sí, pero yo tengo que mantener a una familia, pagar un colegio...

F.A: O sea, ¿nunca has financiado una película a partir de tus recursos?

D.G: No, ni lo pienso hacer, pues digo, siento que claro, tú lo puedes hacer, pero además ellos (*Violencia*) no es que lo hayan hecho con recursos de ellos, o no sé qué les dijeron.

F.A: Pues nosotras asistimos a una charla donde estaba Jorge y...

D.G: La vuelta es que claro, yo puedo invertir cinco millones de pesos, pero a todo el mundo les trabajo gratis, entonces obviamente yo digo hoy, claro, es decir: “ven, ¿tú cuánto cuestas en la semana, cien pesos? Listo, ¿tú cuánto, noventa?, ah, listo”, pues yo hago, pues les voy a pagar, eso es uno invertir en la película de uno. ¿No? No yo llamar a decir: “ay amiguis, porque somos los mejores amiguis del mundo, necesito hacer una película gratis, yo te he dado tantos trabajos, has trabajado en seis películas mías, entonces ven y trabajas gratis”. No, el cuento es totalmente diferente, pero, además, también uno verlo desde saber cómo realmente funciona. Claro, ellos financiaron, se financiaron solos y pues muchos amigos, muchas cosas, claro. Pero es que una cosa es Dago, saca de su bolsillo y hace su película, chao, no le pide billete a nadie. Eso es financiar cine. No, “¡ay!, voy a ir a hacer tres películas”, pero pues es llamar a todos mis amigos “¡ay, amiguis! Ven y trabajas gratis”. No. O sea, nada que ver.

V.R: Y asociarse también con otras productoras, ¿qué tan efectivo lo ves?

D.G: ¿Cómo así?

V.R: Coproducir con otras productoras

F.A: O sea, ¿has realizado una vez coproducción con alguna otra productora?

D.G: ¿De dónde?

V.R: Colombiana y también de afuera.

D.G: Pues ustedes ¿qué beneficios le ven?

V.R: Pues los beneficios que yo le veo, es como coproducir siempre y cuando uno sea la productora principal, o sea, Dia-Fragma, es tener la libertad absoluta de realizar como uno quiere y puede la película, y ya si hago una coproducción con una productora que también alquile equipos ya cambia...

D.G: Ah, eso es diferente.

V.R: Otra coproducción con MEI Laboratorios. Sí, como que sean aliados, colaboradores, apoyo, coproducciones, etcétera.

D.G: Una cosa es ser uno aliado y otra cosa totalmente diferente es coproducir, porque todo lo que ustedes están mencionando como tal es entrega y ser... compartir un negocio. Yo tengo muchos teléfonos y vamos a hacer una red de teléfonos, pues, - "préstemelos", yo les doy cada uno de esos teléfonos, que a mí no me cuestan, hacemos la película y yo entro en unas ganancias. Eso es claro, ¿sí o qué? Todo lo que me han dicho, digamos con cada una de estas personas. Otra forma de coproducción totalmente diferente es con una empresa productora que no tiene nada más que hacer, sino es poder acceder a los recursos de ese país, por ejemplo, un español, tenemos que coproducir, que por eso está la ley de coproducción mundial, pues iberoamericana, y contado unos de los países, entonces obviamente latinoamericanos porque nosotros estamos cobijados bajo el acuerdo de Iberoamérica de Ibermedia. Eso es totalmente diferente porque uno comparte la propiedad de la película, no solo las ganancias, la propiedad. Si yo quiero, puedo no dejar funcionar la película, si el otro pisco del rental de equipos dice: "no, es que yo no quiero dejar salir la película", pues man, es que tú no tienes ningún, no tienes el *copyright* de la película, tú no estás en el *copyright*, no eres dueño de la película. Eso es otra cosa totalmente diferente y que muchas personas no entienden el término, pero pues ya es justo.

F.A: En cuanto a las coproducciones, queríamos saber si has coproducido alguna película.

D.G: ¿De qué tipo?

V.R: Internacionales y nacionales.

D.G: Sí, todas. No solamente Ibermedia. Ibermedia es con Latinoamérica y España. Claro, porque es de la comunidad ibérica y las otras son coproducciones, pero pues siempre hago coproducción con Francia, siempre, en todas las pelis sigo produciendo con Francia; tengo un socio en Francia entonces siempre hacemos, es decir, trato de conseguir más con él, porque además hay cosas que uno puede acceder a Francia, teniendo a un coproductor francés, siempre hay estímulos, siempre hay unas cosas, por lo menos tener a alguien allá, que uno pueda ir y lanzar la peli allá y esas cosas es mucho más fácil.

V.R: Queríamos hablar ahora de las leyes, sobre la 814 y la 1262

D.G: No conozco la 1262.

V.R: Ibermedia es del 2008 y esta es la ley que ampara el acuerdo iberoamericano. Y queríamos saber, como nos decías ahorita que a los inversionistas ya no les interesa eso del bono tributario para hacer una inversión, pero tú ¿qué tanto has utilizado esta metodología de la 814 en las películas que has realizado?

D.G: Pues siempre y cuando alguien invierte la plata la mete por la Ley (814), y pues se lleva su certificado, pero no es... no, mucha gente no lo quiere, o sea, no mucha gente te invierte por el bono.

V.R: Y queríamos saber qué le cambiarías a la Ley 814 y a la 1262

D.G: A la 814 ningún, nada. A mí me parece... ¿ustedes saben que la 814 es la que hace que el FDC funcione? Entonces, nada. Y la otra no sabía que era una ley, yo no sabía que eso era una ley como tal, pero pues hay que hacer... nosotros tenemos un acuerdo de coproducciones y el acuerdo de coproducción funciona. Porque además está basado en el acuerdo de coproducción europeo, entonces está bien, por mí, está bien.

F.A: ¿Has financiado alguna película con otra ley?

D.G: Niega con la cabeza

F.A: ¿Solo 814 e inversionistas?

D.G: Pues es que no hay más. Pues la ley 1556, pero es para que inviertan plata en Colombia y hagan películas que no son colombianas.

V.R: La idea es sentarse en la realidad de hacer cine en Colombia. Entonces eso era un poco la parte de las preguntas.

D.G: O sea, como realmente va a estar uno triste y deprimido por el resto de su vida.

Anexo No. 2

Entrevista a Diana Bustamante - 22 de marzo del 2019.

Fernanda Ariza: Pues ya para dar como inicio a la entrevista, quisiéramos que tú nos dieras una pequeña presentación tuya, diciendo dónde estudiaste, qué has hecho, un pequeño perfil tuyo.

Diana Bustamante: Bueno, yo soy Diana Bustamante, estudié Cine y Televisión en la Universidad Nacional entre el 2000 y el 2006, ¿qué más? Eso.

F.A: Pues ¿qué has hecho?, pues a nivel profesional.

D.B: Yo bien, yo bien, ¿y tú? Empecé a trabajar desde muy chiquita, de hecho, y empecé en la universidad como a hacer otras cosas que no tenían que ver con el cine realmente, trabajaba más con. Empecé a hacer cosas que no tenían que ver con cine, que me gustaban más, entonces trabajaba más como con el conservatorio de la universidad, hacía muchas cosas con ellos entonces hacía un festival de música contemporánea, o sea, se grababan discos y cosas así, una cosa que se llamaba colón electrónico, y después empecé a hacer proyectos con cooperación internacional, también con la universidad, esto antes de graduarme. E hice ahí varias cosas con Naciones Unidas y con Holanda y bla bla bla, y ahí también me decepcioné de las personas y de todo, entonces dije: “bueno, a la final el cine no es tan malo, y nos juntamos con Ciro y con Cristina que nos conocíamos desde que estudiamos, y digamos que yo les había ayudado en muchas cosas con *La tierra y la sombra*, con *La tierra y la sombra*, (risas), con *La Sombra del Caminante* y ya en el 2006, entonces nos juntamos y organizamos Ciudad Lunar y la creamos juntos e hicimos *Los viajes del viento*, que es como mi primera película, película. Y después de eso digamos que, queriéndonos mucho, pues me di cuenta que a mí me interesaba otra clase de cine, entonces... digamos que me salgo de Ciudad Lunar, hice *El vuelco del cangrejo* como sola, sin saber exactamente en términos de esa formalidad jurídica qué quería hacer y ya después se crea Burning Blue, que es mi empresa productora y pues con la que empecé a hacer otra clase de películas... *La playa*, *La sirga*... eso, básicamente, y otras cosas pues obvio también fui directora del cine de Cartagena mucho tiempo, soy programadora, más que programadora es más como curadora en eventos especiales en museos, en muestras especiales de Documento Madrid, de Matadero, bla, bla, bla, eso hago.

M.A: Bueno, las tres películas que tenemos como corpus aquí son *La playa*, *Violencia* y *La tierra y la sombra*, de acuerdo con estas tres películas nos gustaría saber más o menos cuánto fue el presupuesto por cada película.

D.B: Pues son tres películas muy diferentes, ¿no? Entonces, eh... y digamos que cogen un espectro en donde *La tierra y la sombra* es una película que tiene un camino y esa sería la del camino más... un poco perfecto, que es *La tierra y la sombra*. *La playa*, que es una cosa como un poco más bastarda, digamos, como que teníamos en términos de financiación y de cómo se pudo hacer. Se lograron muchas cosas, pero otras no tanto y *Violencia*, que esa si es la rebastarda, o sea, la que nunca iba a suceder y, por eso mismo, es la película que es, que es una película maravillosa y tiene que ver también con la génesis de cómo se hace. *La tierra y la sombra* es una película de... es que yo sí quisiera que para que tuvieran las cosas bien, hiciéramos como la tarea juiciosas de mirar los presupuestos exactos. Pero bueno, digamos que mientras se prende este computador, el proceso de *La tierra y la sombra* fue un proceso como limpio desde el principio, era una película que, si bien Jorge... eh perdón, César se había demorado mucho escribiendo porque era como todo un tema personal, no sé qué, la película desde que yo vi el primer tratamiento, dije: “acá hay una película, ahí hay una película muy fuerte” y fue una película que entre ese momento y tener un guion que, como digo yo, “para ya salir del closet e ir a buscar fondos y platas y no sé qué”, pues pasó un año entre esas dos versiones, de ese guion primitivo a ese guion que se movió, pero con ese guion, con ese año de trabajo intenso juntos, él venía trabajando seis años antes en ese guion también, o sea, eso no es como generación espontánea, pero después de ese año de maduración ya acá dentro de la productora y lo que siguió fue muy rápido, o sea, fue una película que, donde aplicaba, ganaba, entonces es una película que tuvo estímulo del FDC. Todas mis películas, sin excepción, son coproducciones, porque las coproducciones son las que han permitido que este cine sea posible, entonces esa no es la excepción, por supuesto, *La tierra y la sombra* es una coproducción en Latinoamérica con Chile y con Brasil, con Chile aplicamos juntos a Ibermedia, esta es una película que tiene plata de Ibermedia también, también tuvo un estímulo de Hubert Bals, que nos permitía, posteriormente a ese Hubert Bals, pensar en aplicar a Hubert Bals Plus que es como una extensión de ese fondo para los que tuvieron previamente el premio desarrollo y que tengan un coprodutor holandés, tuvo eso, y creo que ya, y aplicamos, eso fue lo único que no obtuvimos, aplicando juiciosamente a todo el proceso con Cinema Dumont en Francia y nunca

nos lo ganamos, que era una locura, pero igual es una coproducción con Francia porque igual Pirry Noel, que ha sido socio en casi todas mis películas, dijo “no, yo amo este proyecto, tengo que estar ahí, entonces yo pongo de mi plata... una platita y quiero estar como en la película” y así fue, un poco la coproducción con Brasil de esa película también fue así, era un película que no tenía mucha plata de Brasil en ese momento, pero igual los chicos decidieron entrar y poner algo, digamos que también de su riesgo.

V.R: Si quieres, podemos seguir con esta pregunta.

D.B: Vale ¿y después hacemos lo de presupuestos? Para darles los valores concretos.

V.R: Sobre esas películas quisiéramos saber las estrategias de financiamiento que usaste, pues dices que *La tierra* fue la más juiciosa, la más *organizadita*, si se hace por etapas o cómo las hiciste, si por etapa o en global, como “esa plata la vamos a usar en todo” o fue “esto para la pre”, “esto para producir”.

D.B: Bueno, cada película tiene una vida muy diferente, entonces *La tierra y la sombra* era un película que iba consiguiendo platicas en sus diferentes momentos, digamos que un plan de financiación... yo estructuro un plan de financiación como que “esto es lo que cuesta toda la película” y “esta es la plata que voy a conseguir” ¿sí? pero hay partes de ese plan de financiación que corresponden a la etapa de desarrollo, por ejemplo, hay otras que sabemos por cómo funciona [que] esa plata va a estar más para el rodaje y hay otras que van a estar más para la producción. En el caso de *La tierra y la sombra*, que tuvo algunos apoyos para específicamente desarrollo, como desarrollo de guion, con Hubert Bals de desarrollo, pues esa plata se invirtió en eso, en escribir, en investigar, en traducir, en hacer el *pre-casting*, en esas cosas y en conseguir el resto de la plata, por supuesto. Y fue una película que nos tomó financiarla, no tanto tiempo, de hecho. Nosotros arrancamos con esa película en el 2013, no se demoró nada, en el 2012 estrenamos *La sirga* y *La playa*, y empezamos hacer el desarrollo y todo el proceso de *La tierra y la sombra*, y pues filmamos en el 2014 y estrenamos en el 2015, digamos que fueron tres años en todo ese proceso de financiarla. La estrategia para esa película en términos de financiación era básicamente la coproducción, una coproducción que de pronto le apuntaba a varias cosas en Europa, de las cuales conseguimos básicamente la holandesa, que fue importante, pero con la parte latinoamericana y la parte colombiana la película se hizo viable, porque no era una película tan cara, era factible hacerla así y nos demoramos esos tres años. *La playa* fue un proceso más complejo porque el guion... ¿qué paso con esa película? Que se ganó

un FDC de producción muy rápido, yo creo, entonces el director pensaba que ya estábamos listos y que ya no tenía que seguir escribiendo y yo pensaba que sí y, por supuesto, lo que pasaba es que ese guion que ya había ganado acá plata para producción, cuando se movía en el exterior, cuando seguimos adelante con el proceso de financiamiento, pues no funcionaba, entonces perdimos tiempo, tuvimos que obviamente, en verdad, reescribir y organizarnos pues para que la película fuera posible. Es una coproducción con Brasil. Con Brasil tuvimos Ibermedia, pero tuvimos problemas para conseguir más plata en Brasil, entonces realmente es una coproducción que aportó muy poquito a la película, como que no aportó el 20% que legalmente debería aportar un coproductor; sin embargo, fue una película que, si bien no tenía todos los fondos para toda la película, decidimos filmarla así, un poco arriesgándonos a que vamos a filmar, tenemos con que filmar, pero tenemos que salir a buscar la financiación de la posproducción específicamente y eso fue un poco lo que hicimos, nos fuimos a filmar con la plata que teníamos del FDC, con Ibermedia y ya. O sea, no teníamos nada más porque al final no se consiguió nada más, después con la película ya hecha y con una buena película, entonces se consiguieron otros fondos de posproducción. Ya ganó World Cinema Fund, pero en postproducción, estuvo en Cine en construcción, tuvo otros apoyitos chiquitos que la hicieron posible y tuvo financiación de inversión privada acá en Colombia. Uno de los inversionistas fue RCN y también RCN entró con la película terminada, o sea, cuando ya vieron la película, entonces invirtieron en la película. Entonces es una película que tiene como una mezcla de financiación y pues que un poco loco de “vamos a gastarnos la plata en el rodaje y después Dios proveerá”. Digamos que tiene que haber una certeza de la película que uno tiene, más o menos. *Violencia*, que es todo lo contrario, que es una película que desde siempre queríamos filmar sin plata, tampoco como buscar la manera de subvertir el proceso de producción y que fuera como cuando uno es jugador de fútbol profesional, pero va al barrio y juega fútbol con los amigos, como un poco volver al estadio de volver a filmar porque nos gusta y queremos hacerlo cuando podemos.

F.A: A lo guerrillero.

D.B: ¡Sí! pero no tanto como guerrilla, no de cine pobre, sino como “vámonos hacer algo que nos gusta bajo nuestro propios términos y ya”. Mariano Llinás, que es un tipo que yo quiero mucho, dice eso, que uno tiene que vivir dignamente de otra profesión y hacer cine que quiere hacer por fuera de todos los sistemas de producción y eso tiene que ver con la libertad creativa, básicamente. Entonces era una película que, de hecho, empieza a pensarse ¿qué película

podemos hacer? ¿Así? Los fines de semana, no sé qué. Y luego de muchas conversaciones con Jorge, se llega a la conclusión de “ah, qué tal si haces esta película, qué tal que si de todo esto que hablamos de preocupación y de vaina con la realidad, pues lo volvemos que sea esta película y que no sea muy la estilización de la violencia y del hieratismo que nos lleva a vivir así, bla, bla, bla”. Y entonces el impulso inicial era filmarlo así, pero luego lo que pasaba es que algunas personas cuando veían el proyecto se interesaban mucho, entonces decíamos “ay no, de pronto sí le podemos conseguir plata”. Maldito dinero, siempre lo tuerce a uno del camino, entonces ahí, embobándonos con esos espejismos, pues perdimos como dos años de estar pensando que íbamos a conseguir plata, entonces yo le dije a Jorge: “no man, el espíritu de esta película era hacerla así, vamos hacerla así ¿cuánto tenemos?”, y teníamos para filmar y hacer todo lo demás, un poco a propio riesgo, cincuenta millones de pesos. Eso significa obviamente que no hay plata, la plata es para las cosas mínimas, básicas, necesarias, de alimentarse, moverse, pagar locaciones, cosas así, nadie de la película cobró, pero digamos que todos en la película son socios de la película, de verdad aparecen que son coproductores, se les manda la plata y todo, son socios. Claramente, cuando la filmamos, yo sabía qué película teníamos, entonces cuando la película se filma, gana plata para su postproducción, digamos ya no se vuelve una película de cincuenta millones de pesos, sino que se vuelve una película que termina costando doscientos cincuenta millones de pesos, que igual es nada, en el presupuesto general de una película, que sea muy poquito pero que para la película como la hicimos era mucho como arriesgar ese número de doscientos cincuenta millones de pesos. ¿Cómo se financio? Así se financió. La financie yo, ese primer cincuenta millones y luego aplicó y ganó en la categoría de posproducción del FDC y ya con eso digamos se termina, se cubre lo anterior, se posproduce bien, que eso es muy importante en una película. Y ya, ese es, básicamente, el esquema de coproducción de la película.

V.R: Ya aquí nos abrimos un poco más general. Esta [pregunta] es relacionada cien por ciento con la financiación: ¿cómo priorizas los recursos que asignan? En general, sabemos que cada película tiene su carácter y sus propias necesidades, pero ¿tú jerarquizas los recursos?

D.B: No, cada película es una cosa muy diferente. Si tú ves una película como *Amores perros*, por ejemplo, que siempre uso ese ejemplo en clases, ¿dónde está la plata de esa película?, ¿qué es lo prioritario para esa película? La escena del choque. Los actores eran irrelevantes: Gael había hecho un comercial de almohadas y ahí fue donde el Negro lo conoció, es decir, era su primera película, era como “no tenemos plata, pero la plata que tengamos tiene que estar en ese puto choque, ¿no?, entonces lo vamos hacer a cuatro cámaras, cabrón”, y no podía ser un choqucito y ¡pum! No, eso tenía que ser un choque, entonces habían tres carros dobles, sangre, hay coordinador de extras... y ese es el corazón de una película, de esa película. Entonces cada película tiene un corazón diferente, pero digamos que lo que yo hago es tratar de entender cuál es el corazón de las películas. A veces es el tiempo del rodaje, a veces es la pre o a veces una post muy cabrona, eso es relativo a cada película, cada una de esas digamos que esa priorización de la plática que teníamos ¿dónde iba a estar? pues era también diferente, entonces *La tierra y la sombra* es una película que pues la personalidad es esa por el grado de intimidad y dramatismo que se quería lograr con los actores y lo que necesitábamos era tiempo, o sea, era una película aparentemente muy sencilla, pero había días que hacíamos una escena de dos planos, cosas como de tener tiempo de preparar, de repetir, repetir, hasta llegar al nivel que queríamos, entonces lo que podría haber sido más barato se vuelve un poco más costoso, pero pensando en qué es lo que necesita esa película para llegar al mejor lugar posible, ¿no? Era una locación que no iba a existir, entonces un cañaduzal con una casa en la mitad y un árbol no existe. La buscamos y no existía, entonces qué priorizamos: “listo, hay que construir una casa, toda ella, como un casa de verdad, o sea no ahí, chambonamente”. *La playa*, por ejemplo, era una película que lastimosamente también como nos arriesgamos a hacerla así más salvajes, lo que hubiésemos querido lograr también era haber tenido más tiempo con los chicos en preproducción, pues no lo logramos, pero tratamos de llevarlo hacia allá, como de generemos mucha confianza en preproducción, trabajamos con los chicos en cómo nos relacionamos con ellos, con la cámara... pero tengamos un rodaje muy rápido y ese también es el chiste de esa película, la naturalidad que tiene, un poco lo *trash* que es. Tiene que ver con eso como que tenía que ser una película más rápida, mas vital, ahí era también tiempo, pero en otro momento del tiempo. Y *Violencia* digamos que siempre fue como más libre en todo y la prioridad, por ejemplo, ahí era construir, una vez hecha ya la película, construir un mundo sonoro interesante para la película, y eso digamos que se logró. [El diseño sonoro] lo hizo Carlos García; la

mezclamos donde Carlos Reygadas, como que cada película tenía sus propias necesidades y, en la medida de lo posible, se suplían desde ahí.

Mira, el presupuesto final de *La tierra y la sombra* fue de: \$1 450 000 000 de pesos.

F.A.: En cuanto a la financiación también queríamos saber cómo, a partir de lo que aprendiste en la universidad y lo que has ido aprendiendo en tu vida profesional, si tienes un solo método de financiación o has diseñado algún método o cada película tiene su método de financiación

D.B.: Cada película tiene unas particularidades, son diferentes, pero digamos que sí. Mi trabajo ha sido más como en generar un esquema muy internacional de las películas.

Digamos que eso de la coproducción tiene que ver con eso, como que mi mundo es más afuera que acá y no solamente es conseguir la plata, sino que mis películas se mueven más afuera que aquí, que tienen agentes de ventas, que se mueven, que viajan, que tienen circuitos de exhibición por fuera del país porque desde el principio he sabido que mis películas no están hechas para el potencial del mercado local. Digamos que entiendo que el mercado local pues tiene una dominación del mercado gringo, de las mayores, de lo que programan los exhibidores y pues eso es algo que a mí básicamente no me interesa hacer; y pues como no me interesa hacer lo que hago es hacerlo de otra manera, pensar cómo se pueden financiar esas películas sin estar sujetas a las necesidades del mercado local. Entonces, en general, eso en lo que ha derivado es que las películas están muy metidas en un mercado internacional, son coproducciones todas, tienen que ver con, hay muchas, un par que digamos que han tenido la participación de agentes de ventas dentro de la financiación de la película desde el principio. Sí, básicamente es eso.

F.A.: Entrándonos ya al tema de inversionistas, que ya trabajas como mucho con ellos, queríamos saber cuál es tu criterio para definir a cuáles inversionistas llegar, o sea, si sueles hacer algún perfil o cómo lo definirías

D.B.: Es exactamente lo mismo que les decía en relación a dónde le pones más plata a una película. Eso la película misma le dice a uno qué onda, o sea, una película como *Violencia*, por supuesto RCN no me iba a dar plata, o sea, era como no. También porque era otro tiempo. Digamos que las cosas son muy cambiantes. RCN digamos hace algunos años tenía una política en inversión en cine muy consistente, un poco loca en la cantidad de plata que ponían que era como: “Men, nunca van a recuperar esa plata, qué locos”, pero hace algunos años invertían, hoy en día ni a *Violencia* ni a ninguna película le van a meter plata porque no van a meter plata en películas. Entonces también cada película tiene un horizonte en relación a esos potenciales

inversionistas, también porque depende de qué hay en la película que pueda ser interesante para ellos, no solamente en términos numéricos, porque mis películas, por supuesto, no son numéricas, entonces debe haber otro tipo de sensibilidad, de mirada, de empatía, de cercanía con lo que está diciendo la película como tal, para yo decir: “ah, bueno, esta película a lo mejor le puede interesar a no sé, Uside, no sé, a los de la cooperación gringa” o “esta película le puede interesar a fulano de tal, que es un millonario de no sé dónde que compra arte”, o sea, eso es otra cosa. Mucho con este trabajo hacia afuera, pues hay personas que son inversionistas en películas mías, pero que ni siquiera son colombianos, de nuevo; porque no tienen una mirada de lo que sucede acá. Y es caso por caso, cada película tiene qué ofrecer, porque esto se trata de un tome y deme, no como “venga lo estafo, ¿no?, le robo su plata”. No, porque ese no es el chiste. El chiste es que cuando los vuelvas a necesitar, te vuelvan a pasar al teléfono. Entonces es qué tiene intrínsecamente una película que pueda ser atractivo para cuál o tal inversionista. Igual con los fondos, o sea, hay películas que uno dice, “esta película nunca va a entrar a World Cinema Fund”; o sea, como para qué nos damos la pela de enviarla, ¿no? Esta es como más. Ah, por ejemplo, *La playa*, esa película puede ser más Visión (¿cómo es que se llama? Es un fondo que ahora se me olvida... Cine South...) ¡Vision Sud Est!, porque Vision Sud Est piensa así como [en] las negritudes, las minorías étnicas, bla bla bla. Entonces esa identidad de ese potencial financista coincide con mi producto, entonces tengo más chances si le meto más ganas, a lo mejor y coronó y optimizo mi energía también, porque lo que no tiene sentido es como eso, cojo *Violencia* y voy y se la vendo a RCN, pues no, no va a pasar nada y va a ser una pérdida de energía. Entonces es ser coherente con qué tiene la película para ofrecer y vas y se lo ofreces al que lo está buscando, o al que potencialmente le puede interesar.

V.R: Entonces sí es a partir de una temática o de una identidad ahí.

D.B: Sí, absolutamente.

F.A: En cuanto a los inversionistas, queríamos saber si suelen recuperar el porcentaje de la inversión realizada.

D.B: Eso es muy relativo, digamos, porque dentro de los esquemas de recuperación que uno puede ofrecer, pues también hay que decir la verdad, entonces yo no puedo decir: “sí, mira, es que si hacemos tantos millones de espectadores”, cuando sé que no van a ser millones de espectadores. Entonces, por ejemplo en *La playa*, aunque todos esperábamos más de *La playa*, había otras cosas que iban amortizando la recuperación de RCN, entonces 1. Está el beneficio tributario, entonces digamos que de esos ciento cincuenta ellos ya tenían un 41% amortizado en lo que en ese momento era lo que podían deducir por Ley de Cine. Luego estaban los derechos de televisión que sumaban a esa amortización y han ido ganando y se les va reportando en el tiempo; lo que pasa es que el chiste de una inversión, en términos de rentabilidad, es cuánto tienes y en cuánto tiempo ¿sí? Si una película tarda en recuperarte la plata diez años, pues no es buen negocio, pero pagaste; si hay una rentabilidad más chiquita, un latir más chiquito. De eso se trata.

Y hay otra cantidad de intangibles en otro tipo de inversionistas, que tiene que ver más como con el nombre, con estar asociado a esto o aquello, que es la publicidad. IL gente paga por publicidad, la gente a veces paga o invierte porque su logo, marca *whatever* esté dentro de una película. Pero yo creo que no, que nunca le hemos devuelto la plata a nadie, pero no pierden tanto, no pierden tanto, son felices y me siguen amando todos, sin excepción, entonces eso yo creo que habla bien del proceso, al menos.

Entonces ya tengo el número de *La Playa*: 1 180 000 000.

V.R: Bueno pues, si bien no suelen recuperar todo de lleno, más o menos qué pasa cuando no recuperan ni siquiera la inversión dada inicialmente. Pues sí, tienen el 41% del tributario por la Ley de Cine y eso, pero cuando no recuperan parte significativa de eso, ¿en qué términos queda o cómo serían los negocios ahí?

D.B: Es que yo nunca he tenido esa situación tampoco tan grave, porque digamos que el ejercicio ha sido ser consciente de qué película estamos haciendo. O sea, yo podría haber ido a RCN en ese momento y decirles: “esta película va a ser la locura furiosa (con *La Playa*), venga deme ochocientos millones de pesos”, que, de hecho, era la propuesta de RCN, y yo le dije a Julián: “¡No, huevón!”, o sea, si acaso deme ciento cincuenta, deme ciento cincuenta que yo creo que ciento cincuenta es algo manejable. Hacemos esto y a mí me cuadraban mis números si hacíamos (yo esperaba por esa película por lo menos 60 000 espectadores e hicimos 18 000; entonces fue como ¡uff, man!), pero estaba digamos como todo lo otro y las participaciones

internacionales donde a la película le fue bastante bien. Entonces al final no perdieron plata: no ganaron tanto, digamos. Entonces el chiste ha estado en que en esos esquemas como mixtos donde tú pones *soft money* y estos *equities* es comprometerte hasta donde tú creas que es posible comprometerte, con honestidad, pero además con... cuando yo estaba en Caracol, lo cual era una locura porque todos los proyectos que yo leía decían que todos iban a hacer un millón de espectadores y todos querían que les diéramos ochocientos millones de pesos, como que eso no tiene ningún sentido. La película que yo estoy haciendo ahora, por ejemplo, que no es de acá, que no es un director de acá, no, nada, es exactamente lo mismo, o sea, acá en esta película yo tengo cinco opciones así de personas que me están diciendo: “ya, te ponemos ese *equity*, lo que necesites”. No son coproductores, no son fondos, son inversionistas que quieren estar en la película. Y es como que yo soy supernerd y hago un cuadrado y digo: “bueno, cuánto son las proyecciones de venta de esta película, en el peor de los casos, en el caso más probable”, que además es un poco más fácil cuando estamos hablando de un director que ya ha hecho películas, entonces uno compara con la película anterior. Yo, en mi caso, con las películas que hago me comparo con la película anterior que yo produje, ¿no?, no tiene que ver con el director, sino más o menos hasta dónde han levantado mis películas en términos de ventas.

Entonces yo hago mi cuadrado y digo: “en el mejor de los casos, en el peor y en el paila”, o sea, ¿no? y sobre esos tres escenarios digo a qué me puedo comprometer, pero lo pienso en el peor de los escenarios, es decir, si yo digo: “en el peor de los casos, esto es lo que vamos a vender”, ¿a cuánta gente le puedo dar la recuperación porque cómo funciona? Cuando tú tienes un inversionista de este tipo, inversiones o *equity*, como lo llamamos; si, por ejemplo, yo soy el *equity* en tu película, el que cierra la financiación con plata *cash*, no soy un fondo, le estoy invirtiendo de mi bolsillo, quiero recuperarlo de primeras, de primeras es de primeras. Es decir, si yo le doy cien mil dólares, y le entran cincuenta mil, son para mí, no para usted ni para nadie de los que usted tenga compromiso, son para mí, porque soy el inversionista *hard money*.

V.R: Sí, el principal.

D.B: Ni siquiera es el principal, porque a veces no son los que ponen la mayor cantidad de la plata, sino que el sentido del dinero en un esquema de financiación es muy diferente cuando es la plata que alguien está poniendo en riesgo de su bolsillo. A la plata del FDC es tuya, pero no es tuya, o sea, es de nadie, es un regalo, ¿no? El Hubert Bals, el no sé qué, sí, chambeamos un chingo para conseguir esa plata, pero al final no se la tenemos que pagar a nadie. Un psicópata

de estos, RCN o mi amigo fulano de yo no sé qué que dicen: “no, sí, yo creo en eso y voy a poner cien mil dólares” es muy *heavy* porque es que es cien mil dólares de plata de él, o sea, eso no es ningún fondo ni ahí cositas de impuestos, nada, esto es inversión pura y dura. Entonces estos inversionistas recuperan toda la plata de entrada y después ya sí nos repartimos entre todos o como se acuerde la vaina. Entonces uno lo que hace ahí o lo que yo he hecho es decir: en el peor de los casos mi proyección total de las ventas es de ciento cincuenta mil dólares, entonces no puedo tener más de ciento cincuenta mil dólares de *equity* y ni siquiera porque es una bobada que todo lo que yo me vaya a ganar con la película pues se lo deba a esta vieja, no, pues seamos razonables, entonces cojamos y bueno hablemos el cincuenta por ciento de nuestras posibilidades de ventas pues que lo cubra uno de estos millonarios que nos da la plata de entrada y que toque devolvérselas después, pero no más allá de eso. Y entonces es un ejercicio muy sano porque normalmente pues al final si termino pagándoles me van a dar después, bla bla blín, bla bla blan, y la película tampoco se sobreespecta a sí misma, como que uno debe saber qué película está haciendo y ha funcionado así. Claro, *La playa*, digamos sí fue un shock para mí ver ese resultado en taquilla porque no lo esperaba, pero después digamos sentir que la vida internacional de la película andaba muy bien pues a mí lo que me daba a entender y que era muy claro es que el tema del racismo acá es muy fuerte, como que sí era una película que tenía una cantidad de cosas que yo nunca me había imaginado que eran tan chocantes para la gente en este país; pero, de resto, en general, mis cábalas de cuánto va a hacer una película funcionan, pero sobretodo porque yo siempre espero poquito, yo espero lo peor y sobre lo peor, sobre el peor escenario se hacen las finanzas de una película, y de cualquier negocio, no sobre el mejor escenario; porque el mejor escenario es que... ¿qué? Una vaina como *La tierra y la sombra* sin la Cámara de Oro pues es una película de 10 .000 espectadores, si acaso, pues logra 65 000 porque tiene la Cámara de Oro, pero y tú cómo garantizas la Cámara de Oro, no puedes, ¿sí?, entonces, por eso lo mejor es irse al peor de los escenarios siempre para no darse tan duro si sucede o para que realmente las ganancias sean algo que permita pues seguir haciendo otras cosas que es un poco lo que ha sucedido acá.

F.A: Y ¿cómo defines ese tiempo de retorno de la inversión? O sea, con los inversionistas ¿cómo negocias el tiempo en el que tienes que devolver el dinero?

D.B: Dame un segundo. Otra vez, dime.

F.A: ¿Cómo se definen los tiempos de retorno de una inversión?, ¿cómo lo negocias con el inversionista?

D.B: Con el inversionista.... Pues, el inversionista siempre tiene claro que los tiempos de esto son largos. ¿Qué trato de hacer yo pensando en esa rentabilidad de los inversionistas de esos de plata así de *cash*? Es que su plata sea la última en llegar a la película. Si tú vas a invertir en la película que yo estoy haciendo ahora, por ejemplo, y me diste la plata hace un año, que además pasó: en Cannes del año pasado un loco que es un inversionista de esos así, fue como "no, ya, yo mañana te giro, tal" y yo como que dije: "o sea, superchido, chévere tener esa plata, pero 1. yo no la voy a gastar ahora, yo la voy a necesitar el otro año 2. no es rentable para ti darme una plata", es que es una plata que está muerta durante, no solamente hubiera pasado un año de mayo a este mayo un año, de este mayo al otro mayo que la vamos a estrenar dos años, es como: "¡no seas loco!". Eso cualquier contador te va a decir que eso vs. el tiempo es un mal negocio. Pásame esa plata cuando yo además sí la voy a necesitar mucho que va a ser en el rodaje y es que entonces, si tú me giras en junio y yo te devuelvo plata en mayo. entonces es un año, es poquito tiempo, estamos ajustados, funciona para ti y funciona para mí. Eso sí, me la giras toda así *cash*; porque los fondos son una porquería por eso, porque el FDC es: legalice, coja, suba, baje, yo no sé qué, entonces el flujo de caja en las películas se vuelve horroroso. Y con los de la inversión colombiana es muy importante ser conscientes que si van por Ley 814, eso tiene unos tiempos, en términos de la ley. Entonces esa plata, si usted me gira la plata en octubre, yo tengo que gastármela, legalizarla ante la Dirección de Cine, la Fiducia y que la Dirección de Cine expide este certificado antes del 31 de diciembre de ese año. Ellos se van de vacaciones y se toman veinte días revisando, entonces se vuelve superriesgoso cuando uno recibe esas platas de inversionistas en octubre, sale uno a gastar como un loco porque ahí hay unos tiempos que la ley establece, pero, claro, los inversionistas eso es lo que quieren, ponen la plata en octubre, ¿por qué? Eso les sirve en la declaración de renta de ese año que se paga en abril, entonces solamente el 40% de esa rentabilidad la obtienen en tres meses, entonces se vuelve un mejor negocio. Por eso te atollan y te ponen en problemas y te giran la plata en octubre.

V.R: Esta pregunta si está más relacionada con las pelis que mencionamos las tres y es: ¿la recuperación fue a través de taquilla, o sea, ya sea internacional o acá?

D.B: Sí, digamos que taquilla no sería la palabra indicada, sino de la explotación comercial de la película, esa explotación comercial, en el caso de mis películas específicamente, es un poco diferente, no solamente incluye la taquilla en Colombia y la ventana de exhibición de televisión, que es nada, sino que son películas que cuando la gente piensa en películas de festivales lo que no entienden es que esos festivales son un importante *income* para las películas. Nosotros cada vez que la película va, no, pues cuando se estrena en Cannes, no, pero de ahí en adelante los festivales chiquitos tienen que pagar *screening fees*, entonces una película como *La tierra y la sombra* nos ha facturado 50 000 dólares en *screening fees*, en el largo de este tiempo, que es una plata que se divide cincuenta-cincuenta: cincuenta para el agente de ventas y cincuenta para mí. Entonces es eso: son diversas las formas de recuperación, pero sí, vienen cien por ciento de la explotación comercial de la película a lo largo del tiempo.

V.R: Listo, y ya como más metidas en las leyes, tenemos tres que suelen usarse un montón, entonces queríamos saber qué le cambiarías a la 814, Ley de cine.

D.B: Yo creo que la ley tiene que cambiar, por supuesto. Y lo he dicho toda la vida, debería funcionar como más la ley de México que es el EFICINE, que es una ley que es el cien por ciento porque el incentivo fiscal debe ser del cien por ciento y, básicamente, no es tan difícil, es solamente decir: “Bueno, señores DIAN, el año pasado ¿cuántos beneficios dimos por la Ley 814?”, “20 000 000 000 de pesos”, “Ah, bueno, pues entonces vamos a coger una bolsa de 20 000 000 000 de pesos de beneficios fiscales, pero al 100%”. Entonces llega sumercé con un proyecto y les dice: “voy a hacer este proyecto y tengo estos tres inversionistas, que van a invertir: este quinientos, este quinientos y este quinientos: 1 500 millones de pesos” y les descuentan los quinientos de su renta a todos, el cien por ciento. Yo acabo de ganarme un EFICINE para la peli que estoy haciendo ahora de 700 000 dólares y no es una película mexicana, o sea, y es así: punto. Entonces ahí a los inversionistas les parece atractivo, porque en un negocio que es superriesgoso. La tasa de éxito del cine es del diez por ciento, acá y en el mundo, entonces, en una vaina que es tan riesgosa, si uno quiere que la gente invierta, tiene que darle posibilidades reales para que inviertan, entonces ahí creo que la única posibilidad es como volver ese beneficio tributario del cien por ciento pero con un límite, ¿no?, porque uno dice eso

y todo el mundo es: “no más beneficios tributarios” y es lo mismo cabrón, o sea, es que si el año pasado la DIAN dejó de percibir 10 000 000 000 de pesos porque se invirtieron en cine unos pedacitos, pues no va a recibir el próximo año 10 000 sino que no va a ser en 25 000 inversionistas, sino en 15 000 inversionistas. Eso es todo.

F.A: Pues a partir de tu ópera prima queríamos saber qué métodos has cambiado o cómo ha evolucionado esa manera de conseguir los inversionistas, los fondos.

D.B: Me importa menos, estoy más tranquila y me vale verga todo. Esa es la diferencia. Realmente creo que cuando yo hice *Los viajes del viento*, me quería suicidar después y como que “no quiero volver a hacer esto nunca”, pero también tenía que ver con un cine que a mí no me interesaba o descubrí que no me interesaba y es como las superreconstramegaproducciones y no sé qué, es como: “para mí eso no es el cine”, no... y he hecho películas más caras, pero es que no tiene que ver con la plata, sino con la forma de hacer. Entonces en ese sentido al estar más tranquila, creo que y entender con honestidad qué era lo que yo quería para mi vida, no al nivel profesional, sino para mi vida, pues me ha hecho como intuitivamente seguir el camino que he llevado, ¿no? Yo no hago las películas porque vayan a ser ganadoras o taquilleras, sino por las películas en sí, por lo que hay que decir con esa película, lo que hay que construir a nivel de lenguaje y de forma con esa película. Y creo que ser honesta en mi ejercicio personal de vida y en mi ejercicio profesional, pues, ha hecho que cada película me hable un poco y me diga: “¡hey! así es como me deberías financiar”. También ser más tranquila, pues ha generado un sistema alrededor que es amigable de yo no considero a mis coproductores como socios financieros, sino que son mis amigos, son parte de mi vida, por eso hacemos muchas películas después juntos. Entonces es como una forma también de asumir no solo el trabajo, sino vivir, ¿no?, como hacerlo con un poquito de dignidad y de tranquilidad. Nada es tan importante al final.

Anexo No. 3

Entrevista a Gerylee Polanco - 22 de marzo del 2019.

Valentina Romero: Como te mencioné, escogimos *El vuelco del cangrejo*, *La sirga* y *Los Hongos*. ¿Cuánto costó cada película?

Gerylee Polanco: Hola, chicas, buenas noches. Bueno, por aquí ya empezando a responder, aprovechando que estoy en un trancón, nunca me meto por acá, pero estoy en un trancón horrible. Bueno, en este momento pues no tengo los datos, igual tenemos un acuerdo entre los productores de no revelar los costos exactos pero los costos digamos se ajustan al estándar promedio de una película de cine colombiano que está, bueno en ese tiempo estaba entre 800 y 1 200 millones, pero valores exactos no les puedo dar.

V.R: ¿Cuánto duraste financiando cada etapa?

G.P: Bueno, chicas, no hay un tiempo estipulado para financiar cada película. Yo creo que cada película se toma el tiempo que se toma de acuerdo como a tantos factores que tienen que ver en una financiación. Además, es importante que siempre tengan de vista en relación en esta entrevista es que yo no hago cine comercial, hago un cine donde las propuestas digamos de las historias son, presentan narrativas y estéticas que apuntan o que se alejan de convenciones de lo cinematográfico, ¿no? Entonces, por lo tanto, también son más difíciles de financiar. Así que no hay un tiempo estipulado. De pronto una película que se demora mucho en despegar y de repente despega y se financia todo, o una película que empieza bien y luego se estanca, se rueda, se estanca y luego se demora mucho para la postproducción, entonces ese sería como el punto.

V.R: ¿Dónde se presentó el mayor costo y por qué?

G.P: Bueno, en relación con los temas de los costos para cada película también es algo muy, muy distinto, de acuerdo como a las necesidades de arte o a las necesidades técnicas, a si la película es en ciudad o es en zona rural, entonces todo eso de alguna manera genera diferentes tipos de presupuesto, entonces no habría una media y, por otro lado, para poner casos, si la película es fuera de la ciudad, obviamente los costos van a ser más altos digamos de transportes y hoteles, eso resulta bastante caro. Pero siempre hay unos costos muy estándares, en general, y es, por ejemplo, los alquileres de cámara, de ópticas; todo eso siempre es un costo fijo y es alto, el camión de luces también y en la postproducción también, los costos... la postproducción es una de las etapas más costosas porque los procesos de postproducción son costosos, entonces también tienen ciertos valores, digamos, para un solo procesito es un valor muy caro, entonces

son costos de postproducción como el tema del diseño sonoro y el tema de la corrección de color.

V.R: Con cada una de estas películas, ¿recuperaron la inversión?, si sí fue así, ¿a través de qué medio recuperaron?

G.P: Bueno, el tema de la recuperación de la inversión es uno de los temas más complejos de la historia del cine colombiano. Yo creo que hay un, o sea, cómo se dice, un... secreto a voces, es decir, todo el mundo sabe que no es lo común recuperar los recursos que se invierten en las películas colombianas, solo está el caso de Dago Producciones, hasta donde yo tengo entendido, y creo que es el único caso, creo que sí tenemos márgenes de recuperación, pero son márgenes de recuperación muy bajos que se recogen en diferentes ventanas de explotación, entonces, en televisión, en los *fees* de festivales, de pronto alguna vez digamos premios en efectivo que son bastante escasos y además de que son escasos, es difícil que uno se lo gane, los premios y bueno, creo que una de las ventanas que da mayor, que pues da más dinero a nivel de largometrajes son la televisión. Aunque eso cada vez también va en disminución y pues ahorita plataformas VOD no he tenido oportunidad de vender ningún contenido para VOD, pero pues me imagino que ahí también está digamos apareciendo digamos esa beca; por supuesto, que uno recupera el dinero en la taquilla, pero es un porcentaje muy bajito, porque estas películas que yo he producido tuvieron digamos, en comparación a otras películas, rendimientos bastante modestos y no tan altos, pero sí. Obviamente se generan ingresos con eso, pero no es una recuperación al cien por ciento, eso no lo conozco al menos en los productores cercanos a los que tengo contacto.

V.R: ¿Cómo priorizas los recursos asignados a la producción?

G.P: No hago otra priorización más allá de trabajar, digamos financiar la película paso a paso, y etapa a etapa, entonces en ese orden de ideas es una priorización por etapas.

V.R: ¿Tienes un solo método de financiación o un paso a paso?

G.P: Bueno, chicas, métodos de financiación, como les decía, hago un tipo de cine que no es comercial, por lo tanto, la financiación está concentrada en digamos a ver, ochenta por ciento en recursos gestionados a través de becas que serían estímulos no reembolsables estatales. Esos estímulos pueden ser locales, o sea municipales, o los nacionales, como el FDC, o internacionales que también otorgan pues como por ejercicios de coproducción, digamos que esos son los tres métodos principales y el resto, digamos el veinte por ciento son recursos propios que pueden ser

aportes en especie, donaciones, inversiones propias, también de parte de uno como productor o de los miembros del equipo.

V.R: Desde la realización de tu ópera prima como productora, ¿qué has evolucionado en tu función de búsqueda de recursos?

G.P: Yo creo que esa evolución tiene sobre todo que ver con entender, creo que la evolución tiene que ver con entender el tipo de películas, cada vez uno entender más y estar seguro del tipo de película que está haciendo y, en esa medida, trabajar con esa consciencia y eso te permite también cierta tranquilidad en el esquema financiero. Es muy difícil con el tipo de películas que yo hago implementar otro tipo de métodos de financiación; ejemplo, yo no podría pensar en algo comercial, un poco sería traicionar como mi apuesta ideológica sobre el cine que hago, es decir, para mí, es importante hacer el tipo de películas que yo hago y son necesarias que esas películas existan, que esas películas entren en ese mercado, generen fugas, generen derivas y eso tiene que ver también con las formas de financiación y las formas de hacer las películas y también entender de hacer películas de presupuestos cada vez más pequeños, que permita que la financiación no sea tan lenta y tan dura.

V.R: ¿Tuviste alguna estrategia para vender a inversionistas en tu primera película sin tener una hoja vida tan reconocida?

G.P: “estrategias para vender a inversionistas en tu primera película sin tener hoja de vida”. Digamos que eso nos pasó con *El vuelco del cangrejo* justamente con la promesa digamos del tema de Ley de Cine de beneficios tributarios. Obviamente fue muy difícil, además porque en ese momento, año 2006-2007–2008, estaba muy reciente la Ley y no había confianza en el sector financiero. Ahora, luego también entendimos que ese tipo de trabajo de recursos por Ley de Cine debe ser agenciado por un ejecutivo económico, financiero que tenga el capital social para poder relacionarse con empresarios de alto nivel, que permita que las empresas puedan hacer aportes grandes y puedan hacer ese tipo de inversión, ¿no? De todas maneras, yo sí en varias películas tuve recursos por Ley de Cine, recursos muy pequeños, pero sí se tuvieron, sí se tuvieron, lo que pasa es que claro, más que un tema de hoja de vida, en este caso con los inversionistas es un tema de confianza en el esquema que propone la legislación en relación a los beneficios tributarios.

V.R.: ¿Cómo se relacionan los objetivos empresariales o filosofía empresarial de los inversionistas con los objetivos de las películas?

G.P.: En esta pregunta voy a responder varias que tienen que ver con el tema de los inversionistas, criterios, acercamientos, tiempos... creo que uno trata de buscar empresas obviamente afines con la película, pero no necesariamente. Los acercamientos son el contacto del contacto del contacto, muy de relaciones públicas y creo que, en muchos casos, por lo que he visto, no solamente de mi experiencia sino de experiencia de otras personas, esto del por qué les interesa invertir cuando el objetivo no representa ningún objetivo a fin del objetivo de la empresa, es un tema de negocios, o sea, finalmente, un inversionista de alto nivel que va a invertir 200 000 000 de pesos en una película está pensando en los beneficios tributarios o como lo decía por ahí algún productor en un video que le escuché: a la gente también le gusta tener cierto *world wide* e invertir en cine, estamos hablando de un nivel de empresarios y ejecutivos que podrían llegar a pensar eso, pero hay otros que pueden llegar a ser muy “practicistas” y que realmente están pensando en “esto me beneficia financieramente ¿sí o no?”. Tengo una sensibilidad con el arte y voy a apoyar el cine colombiano, porque yo puedo apoyar una fundación de niños que también dan beneficios tributarios, entonces depende también de la sensibilidad de las personas que hacen parte de esa empresa y que tengan afinidad. Sí creo que deben tener afinidad con el cine, sí creo que la película les tiene que interesar, dialogar filosóficamente e ideológicamente con lo que la película está diciendo, pero, más allá de eso, creo que prima que yo voy a apoyar esto porque esto me va a deducir impuestos y es algo que es muy de ese orden también.

V.R.: ¿Los inversionistas suelen recuperar el porcentaje de la inversión realizada en sus películas?

G.P.: O sea, si hablamos de la Ley de Cine, sí, ellos recuperan de acuerdo a lo que la legislación dice, entonces... en este momento no me acuerdo de los porcentajes... los porcentajes también habrían variado de acuerdo al comportamiento, al movimiento económico, claro que por supuesto que sí lo recuperan en la medida que lo dice la ley. Más allá de eso pienso que no, el tiempo de recuperación también varía por cada película, de cómo la película, la recuperación es en dos niveles, según la Ley de Cine: uno tiene que ver con los beneficios tributarios y otro con el acuerdo que uno haga con el inversionista, digamos que en taquilla vas a recibir tanto dinero y eso es proporcional a lo que se ubique en el plan financiero. Si en el plan

financiero tú tienes que lo que puso el inversionista es el cinco por ciento, se retorna ese valor y no otro, y esos tiempos también son superamplios, superflexibles, no son concretos, en cierta medida, son fluctuantes, el inversionista tiene que saber también cuando hay recuperación o digamos aporte o el productor le propuso aporte de taquilla, la taquilla se recupera a los cuatro o cinco meses, que es cuando el distribuidor te da la taquilla, y ya tu después entrar en un proceso administrativo de repartirlo, puede tomar hasta un año, pero depende del acuerdo con cada inversionista.

V.R.: ¿Qué pasa cuando no se cumplen las garantías que se les prometen a los inversionistas?

G.P.: Bueno, con este tema, la respuesta es “nunca me ha pasado” y las contraprestaciones, además de esto, de Ley de Cine que corresponde a la legislación nacional que hay, la Ley 814, uno generalmente le ofrece al inversionista todo un posicionamiento de marca, logotipo, obviamente todo eso tiene un valor. En el afiche tiene un valor, si aparece en el tráiler, otro valor, eso tiene un valor por pieza en posicionamiento de marca.

V.R.: ¿Consideras pertinente financiar una película hoy en día a partir de las cooperativas de coproducciones?

G.P.: Bueno, chicas, no conozco esta figura de cooperativa de coproducciones, entonces no puedo emitir una información sobre esto.

V.R.: ¿Hasta qué punto te han servido las coproducciones?

G.P.: Bueno, en realidad, mis películas sin coproducciones no se hubieran hecho. Yo aplico como uno de los principios o cuando lo escuche dije: “esto es lo que hacemos”, y creo que ese ha sido el caso de prácticamente todas películas y hablo de coproducciones nacionales como coproducciones internacionales. Creo que a nivel nacional las coproducciones nos han brindado experticia, divergencia de miradas, sea con productoras de tu misma ciudad o productoras de Bogotá, que es el caso con los que trabajamos, por ejemplo con Burning blue, cuando trabajé con Contravía o ahorita en el Chocó estoy haciendo una coproducción con una empresa chocoana y una empresa bogotana y otra de Cali. Allí hay una diversidad y cada uno aporta una experticia que nutre el proyecto. A nivel internacional, las coproducciones también tienen una base de afinidad también ideológica, estética, temática. Uno no hace una coproducción por simplemente me voy a presentar a un fondo de cine, [sino que] se conocieron los directores y los productores, hubo una afinidad, unas ideas que se comparten. Las coproducciones surgen también como una manera de gestionar recursos, esa es otra manera de gestionar recursos de los

fondos internacionales, muchos fondos internacionales sí o sí se hacen a través de gestiones de coproducción.

V.R.: En cuanto a las leyes de cine, ¿qué les cambiarías?

G.P.: Hola, chicas, referente a las últimas preguntas de las leyes, que ya hablé de ellas en el tema de inversionistas, sobre todo la Ley 814. La Ley 1262... esa no sé cuál es, no la tengo presente, si de pronto me acuerdan qué dice porque yo siempre he tenido en la mente es la 814 y la 1556, que es el descuento para filmación de extranjeros en Colombia. La 1262 no la tengo pendiente, de todos modos, sí, ya hablé de esos temas y bueno cualquier otra cosa que surja por ahí quedó pendiente, chao.