

Dedicado a los caminantes, al viento, a Dios, a los viajeros a San Rafael, a Don Quijote y a las personas que te ayuden a viajar para sentir la calidez de la gente extraña.

**cine bus**  
L a e s p e r a n z a

**CINE BUS LA ESPERANZA**

**PROYECTO DE APLICACIÓN PRÁCTICA  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA Y GESTIÓN CULTURAL**

**Proponente: Santiago Amador Villaneda**

**Tutor: Raúl Niño Bernal**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS  
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**

Febrero de 2010

Agradecimientos a Johanna Mahutt, a Martha Castañeda y a Raúl Niño

## TABLA DE CONTENIDO

	<b>Contenido</b>	<b>Pg.</b>
1.	Resumen ejecutivo	4
2.	Introducción	6
2.1.	Antecedentes y justificación	6
3.	Descripción técnica del proyecto	8
4.	Descripción del contexto geográfico y beneficiarios	10
4.1.	Contexto geográfico	10
4.2.	Escogencia de municipios beneficiarios	10
4.3.	Poblaciones beneficiarias	10
5.	Definición del problema	12
6.	Objetivos	13
6.1.	Objetivo general	13
6.2.	Objetivo específico	13
7.	Contextualización práctica	14
8.	Metodología	19
8.1.	Modelo de gestión	19
8.2.	Modelo de financiación	19
8.3.	Modelo de operación y logística	21
8.4.	Modelo de consecución de beneficiarios	22
8.5.	Modelo de divulgación	23
8.6.	Modelo de mercadeo y comercialización	25
8.7.	Modelo de consecución y administración de material audiovisual	25
9.	Talento humano	27
10.	Actividades y responsables	30
10.1.	Etapas de preparación	30
10.2.	Actividades de Operación	31
11.	Indicadores	32
12.	Cronograma	33
13.	Presupuesto	35
14.	Conclusiones	36
15.	Bibliografía	37

## 1. Resumen Ejecutivo

TÍTULO DEL PROYECTO	Cine Bus la Esperanza
OBJETIVO GENERAL	Promover, mediante una solución itinerante, el posicionamiento del teatro de cine en el escenario de lo público (bajo techo o al aire libre) cómo lugar estratégico de divulgación audiovisual y reunión comunitaria en municipios del Valle del Cauca que no cuentan con esos espacios.
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	<p>El Cine Bus La Esperanza es un proyecto que, a través de una solución móvil, busca llevar un teatro de cine itinerante a 32 municipios del Valle del Cauca, para la exhibición gratuita de películas de cine en formato de video digital. Se trata de un bus adecuado con un teatro de cine en su interior, con capacidad para 30 personas y un mecanismo para ensamblar una pantalla en su parte exterior para funciones al aire libre.</p> <p>Al ser una estrategia de formación y sensibilización de públicos este proyecto lleva consigo una propuesta pedagógica con el fin de posicionar el teatro de cine como un espacio público estratégico entre la población de los municipios del Valle del Cauca.</p>
JUSTIFICACIÓN	Teniendo en cuenta que tan sólo el 86% de los Municipios del Valle del Cauca cuentan con salas de cine, esos importantes espacios culturales han perdido en esos municipios relevancia en el escenario de lo público, generando su olvido generacional y la exclusión de oferta audiovisual de calidad para su población. La adecuación de un teatro itinerante y de un proyecto cultural que lo lleve a los municipios como una estrategia pedagógica contribuirá al rescate del teatro de cine como lugar relevante y a la demanda social para la construcción

	de esos espacios.
<b>BENEFICIADOS DIRECTOS E INDIRECTOS</b>	Directos: Ciudadanos que asisten a las funciones del cinebus en 32 Municipios del Valle del Cauca, divididos por segmentos. Indirectos: La comunidad en general de los 32 municipios visitados.
<b>COSTO TOTAL</b>	\$ 251.885.000
<b>CONTEXTO DE APLICACIÓN GEOGRÁFICA</b>	Proyecto piloto: 32 municipios del Valle del Cauca
<b>TIEMPO DE EJECUCIÓN</b>	9 meses (4 de preparación y 5 de operación)

## 2. Introducción

### 2.1 Antecedentes y Justificación

Desde principios del siglo pasado, el cine itinerante viajó a lo largo del país, y los teatros improvisados o al aire libre formaban parte del transcurrir cultural de nuestros municipios. Los pioneros de la exhibición de cine en nuestro país en los años 1900, utilizaron la itinerancia como recurso para traer desde Europa la magia del cinematógrafo<sup>1</sup> y poco a poco fueron fundándose en nuestro territorio teatros de cine, de todos los tipos y tamaños. Algunos Colosos como el Olympia en Bogotá y el Teatro Circo de España en Medellín<sup>2</sup> y otros teatros provinciales más modestos, se convertían en importantes espacios de socialización y hasta de emociones colectivas.

El modelo del Mercado cinematográfico establecido en Colombia hacia los años 20, unía las industrias de producción y exhibición<sup>3</sup>, lo que suponía incentivos muy grandes para que esa naciente Industria tratase de llegar al mayor número de lugares posibles, pese a las precarias condiciones de distribución. A pesar de que esa unión comenzó a disolverse cuando la industria empezó a encontrar rentable la importación y exhibición de películas extranjeras, las redes de distribución fueron fortaleciéndose y se adelantaban incluso exhibiciones en escenarios improvisados bajo techo o al aire libre.

Si bien se fueron consolidando teatros de cine fijos en distintos lugares de nuestra geografía, el cine seguía llegando a la población valiéndose de los más exóticos medios de transporte como la mula o las ferias populares. Por eso no sorprende que hacia los años 40, bajo las políticas de educación del entonces Ministro Jorge Eliecer Gaitán<sup>4</sup>, el Estado llevó el cine a algunas poblaciones apartadas, utilizando una camioneta de la época, bajo un proyecto conocido como Cinematógrafo Educativo Ambulante.<sup>5</sup>

Más adelante, en las décadas de los años 50 al 70, el teatro de cine era un importante lugar comunitario, y poco a poco la oferta cinematográfica, en términos de lugares o posibilidades de exhibición fue creciendo en el país.

Existe una referencia de la historia del cine, reseñada por Hernando Martínez de la existencia de 800 salas de exhibición en el país para 1978<sup>6</sup>. Sin embargo desde principios de los 80 algunos teatros, entre ellos algunos de los más tradicionales, se empezaron a cerrar<sup>7</sup> y poco a poco el cine itinerante dejó de ir a los pueblos.

---

<sup>1</sup> Ver Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, *Acción Cine en Colombia*, capítulo 2

<sup>2</sup> Ver Nieto, *Tiempos del Olympia* Pg 55

<sup>3</sup> Ver Mora, Los Acevedo, *Cuadernos de Cine Colombiano* No 2.

<sup>4</sup> Ver Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, *Acción Cine en Colombia*, capítulo 2

<sup>5</sup> Ver Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, *Acción Cine en Colombia*, capítulo 2

<sup>6</sup> Ver Martínez pardo, *Historia del Cine Colombiano*

<sup>7</sup> Ver Suárez Merlo, *la Industria Cinematográfica Colombiana*

Bajo esa tendencia, en un proceso vertiginoso que se hizo crítico en las dos últimas décadas, Colombia sufrió una pérdida constante de salas de Cine. Como dato muy dicente nuestro país pasó de tener 1085 en el año 1992 a tener 290 en el año 2000<sup>8</sup>, cifra que volvió a incrementarse para el año 2008 a alrededor de 593 (ubicadas en tan sólo 182 complejos) , con la llegada de los teatros Multiplex, aumento que benefició a las grandes ciudades pero que no impactó a la inmensa mayoría de poblaciones de nuestro país, de las cuales solo el 4% <sup>9</sup>cuenta con al menos una sala de cine. De esta manera, en la actualidad más de mil municipios colombianos, exactamente el 96% ( 86 % para el Valle del Cauca) de los mismos, no cuentan con salas de cine y su población se encuentra excluida de este importante espacio comunitario.

En este proceso de reducción, el “acto de ir a cine” y el teatro mismo han perdido peso específico dentro de la demanda de entretenimiento de los ciudadanos, generando de esa manera nuevas tendencias de consumo audiovisual, que se despliegan cada vez más en ámbitos privados. En el panorama actual, la manera como los ciudadanos acceden al audiovisual ha venido afianzándose en el espacio de lo privado, por causas diversas, ligada en alguna medida a los avances tecnológicos. En este nuevo escenario el consumo audiovisual está ligado en alta medida al auge de la piratería de los formatos digitales, que además de lesionar la industria creativa hace que la experiencia audiovisual sea en la mayoría de los casos de baja calidad y desaprovechada como experiencia de socialización.

Como la decadencia del teatro de cine como lugar relevante lleva ya algún tiempo, existe en Colombia un número creciente de personas, muchos jóvenes y niños, que jamás han asistido a una sala de cine y más aún, que no tienen en su imaginario el referente de ese importante lugar, del que son excluidos sin ni siquiera saberlo. Mas que un lamento nostálgico por la desaparición de las salas de cine fijas o itinerantes en la inmensa mayoría de nuestros municipios, la principal motivación de este proyecto es poner de nuevo en el debate comunitario la importancia del teatro de cine como lugar de relevancia pública y mostrar cómo este es un vehículo para que los ciudadanos de nuestro país accedan a mejores condiciones de calidad en el consumo audiovisual y para que ese audiovisual se convierta en un factor integrador de las comunidades .

En lugar de contemplar de manera inactiva la exclusión de muchos colombianos que no tienen acceso a un teatro de cine, debe hacerse de ese hecho una oportunidad: llevar un teatro de cine rodante a nuestros pueblos, y atender de manera gratuita a los ciudadanos, para poner en el debate público la importancia de estos espacios de cultura, de catarsis, reflexión colectiva e integración.

---

<sup>8</sup> Arbeláez Ramiro, La exhibición Cinematográfica en Colombia, Revista Kinetoscopio No 73

<sup>9</sup> Fuente: Dirección de Cinematografía Ministerio de Cultura

### **3. Descripción Técnica Del Proyecto**

Técnicamente, el Cine Bus la Esperanza es un proyecto que a través de una solución móvil busca llevar un teatro de cine itinerante a una muestra priorizada de municipios del Valle del Cauca donde no existen estos espacios.

Se trata de un bus adecuado como teatro antiguo en su interior, con 30 sillas en declive, pantalla en el fondo, proyección de video digital, sistema de aire acondicionado y acceso para discapacitados. Cuenta además con una pantalla exterior soportada en la estructura del bus con la delimitación de una “sala” de cine al aire libre para proyectar video digital de mayor calidad para 250 personas aproximadamente , así como con la posibilidad de utilizar los equipos audiovisuales para realizar proyecciones en espacios bajo techo de la comunidad.

Este proyecto, como primera fase de una iniciativa que busca cubrir todo el país, está proyectado para atender a 32 municipios del Departamento del Valle del Cauca, dentro de un período de ruta de 5 meses, permaneciendo en cada uno de ellos por un lapso de 3 días, con un día de descanso semanal, lo que supone la visita de 2 municipios por semana.

Diariamente el Cine-Bus ofrece 5 funciones ordinarias, divididas en jornadas de mañana, tarde y noche; 3 tres funciones fijas y una rotativa al interior del vehículo y una al aire libre para la comunidad en su conjunto usando el bus como soporte. El proyecto es flexible para adelantar de manera extraordinaria funciones en espacios comunitarios distintos al Bus.

Después de la proyección, el equipo humano del Cine- Bus en coordinación con personal local, lidera actividades pedagógicas relacionadas con el contenido de la película y debates importantes para agenda pública y, diseñadas para el nivel cognoscitivo de diversos públicos.

El proyecto ejecuta además otras acciones que si bien no son objetivos específicos del proyecto contribuyen al cumplimiento del objetivo general del mismo tales como:

a. Entrega a cada Municipio visitado de un Kit, con material audiovisual licenciado, diseños para adecuación de un teatro al aire libre, metodologías para adelantar cine foros y la afiliación a una red de circulación de material audiovisual y de consecución de recursos para adecuación de salas de cine municipales.

- b. El acompañamiento de un maestro local en cada municipio, para el aprendizaje práctico de las proyecciones.
- c. Gestión de créditos públicos a entidades territoriales para la construcción o adecuación de teatros de cine en lugares cerrados o al aire libre por parte de las mismas.
- d. Sensibilización de autoridades, comerciantes y organizaciones locales frente a la importancia de la generación de teatros de cine en los municipios.

## **4. Descripción del Contexto Geográfico y Beneficiarios**

### **4.1 Contexto Geográfico**

El proyecto se desarrollará en esta fase en el Departamento del Valle del Cauca, principalmente en aquellos municipios que no cuentan con salas de cine, de acuerdo con información del Ministerio de Cultura. Se escogerán 32 Municipios Beneficiarios de los 42 municipios que tiene el Departamento, y se conformará una ruta que maximice la eficiencia del proyecto en términos de impacto, tiempos y gastos de desplazamiento.

### **4.2 Escogencia de Municipios Beneficiarios**

Los Municipios Beneficiarios se determinan de acuerdo con condiciones socioeconómicas y a partir de las estadísticas de presencia de salas de cine por Municipio. De esta manera, y bajo un proceso de priorización, de los 42 Municipios del Valle del Cauca se deben escoger 32 municipios Beneficiarios, 29 de los cuales no cuentan con salas de cine reportadas en el informe del Ministerio de Cultura (Ver Anexo 1) y 3 municipios donde si hay salas de cine, como muestra de contraste.

Respetando la participación de las zonas en las que comúnmente se divide al Departamento (Región Norte, Región Sur, Región Centro, Región Occidental, Región Oriental), el listado de los municipios beneficiarios tentativos y algunos datos de los mismos se consignan en el Anexo 2.

Los Municipios beneficiarios deberán llenar un formato de inscripción de municipios y asumir algunos compromisos con la logística de la operación del proyecto en el lugar. (Ver Anexo 3)

### **4.3 Poblaciones Beneficiarias**

La población Beneficiaria está ubicada en 32 municipios del Valle del Cauca y de acuerdo con la programación específica diseñada para el municipio, se segmentará en algunas de las funciones por grupos etéreos, Niños, Jóvenes, Adultos y Adultos Mayores , por género, por condición o rol social . Las funciones al aire libre no tendrán ningún tipo de segmentación en términos de edad, género o estrato socioeconómico, pues se trata de funciones familiares. En principio, la estrategia pedagógica está planteada para personas desde los 5 años.

La concurrencia y escogencia de beneficiarios a las funciones debe ser garantizada por las autoridades municipales que se inscribieron, salvo para las funciones al aire libre, en las que se convoca de manera general.

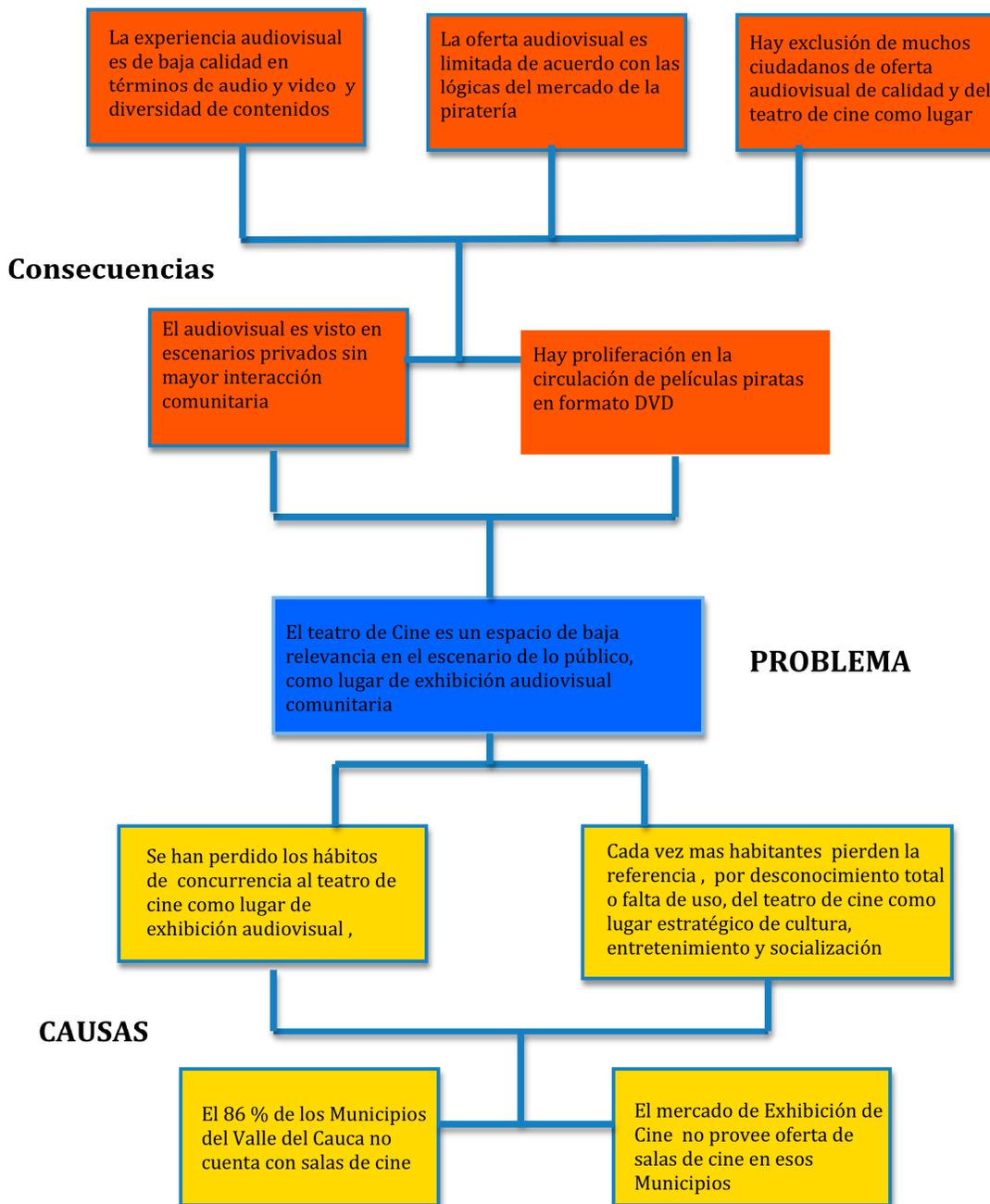
El número de Beneficiarios directos por Municipio depende del número de funciones total que se que se adelanten. Un día con funciones ordinarias el número aproximado es de 90 para las funciones fijas dentro del Bus, 270 para las funciones rotativas y 250 para la función al aire libre, sin contar quienes se ubiquen por fuera de la delimitación del teatro al aire libre.

## 5. Definición del Problema

De Acuerdo con datos del Ministerio de Cultura (Ver Anexo 1) el 96 % de los Municipios del País y el 86 % de los Municipios del Valle del Cauca no cuentan con salas de cine, imponiendo barreras geográficas y económicas al acceso de la población a estos espacios. De esta manera la población accede al material cinematográfico en espacios privados, perdiéndose el hábito de ir al teatro de cine y el referente del mismo como lugar de relevancia comunitaria en el espacio de lo público.

De acuerdo con lo anterior a continuación se expone el árbol de problemas:

ARBOL DE PROBLEMA



## **6. Objetivos**

De acuerdo con el árbol de problemas se plantean los siguientes objetivos:

### **6.1 Objetivo General**

Promover, mediante una solución itinerante, el posicionamiento del teatro de cine en el escenario de lo público (bajo techo o al aire libre) como lugar estratégico de divulgación audiovisual y reunión comunitaria en municipios del Valle del Cauca que no cuentan con esos espacios.

### **6.2 Objetivos Específicos**

- a. Adecuar un Bus como teatro de cine en su interior y como soporte de una pantalla para instalar una sala de cine al aire libre para adelantar exhibiciones itinerantes en 32 Municipios del Valle del Cauca.
- b. Conformar una colección audiovisual de calidad, con los respectivos derechos de autor, con criterios técnicos de curaduría y segmentación.
- c. Adelantar las alianzas institucionales para generar un esquema de operación, que permita una adecuada división del trabajo.
- d. Adelantar un proceso de consecución de recursos y alianzas estratégicas, bajo un modelo de financiación público- privado, que permita la gratuidad de las funciones para los beneficiarios finales.
- e. Adelantar un esquema de formación de públicos, que permita posicionar el teatro de cine como importante lugar comunitario.

## 7. Contextualización Práctica

La itinerancia en el cine es un concepto bastante arraigado, que tiene sus raíces en Colombia en el origen mismo de los sistemas de exhibición cinematográfica a principios del siglo pasado. Sin embargo la itinerancia actual, a diferencia de la que acontecía en los primeros años del cine en Colombia, se ve como una alternativa a la falta de oferta en cantidad, cubrimiento o calidad por parte de las industria de la exhibición.

Existen un número importante de experiencias nacionales e internacionales de exhibición itinerante, de las cuales vale la pena reseñar algunas representativas de los distintos modelos de operación para contar con un marco práctico, que para este caso es más ilustrativo que un marco teórico. A continuación se reseñan pues, algunas experiencias:

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	IMAGEN GRAFICA
<p>CINE VINO (CHILE)</p>  <p>/</p> <p><a href="http://www.elcinevino.cl">www.elcinevino.cl</a></p>	<p>Lugar de Operación: Chile</p> <p>Descripción Técnica: Funciona en un vehículo tipo van que despliega de su estructura una pantalla para proyectar video al aire libre que varia en sus dimensiones según el lugar y número de espectadores.</p> <p>Ofrece Capacitación: Sí, enfocada en la película y en la producción de cine.</p> <p>Financiación: mediante el patrocinio de entidades interesadas en impulsar su marca y subvenciones concursables por parte del Estado.</p> <p>Carácter Comercial: El acceso es</p>	 

	gratuito para el publico	
<p>CINE MÓVIL DE LA CINEMATECA DEL CARIBE (COLOMBIA)</p> 	<p>Lugar de Operación: La Costa Caribe colombiana.</p> <p>Descripción Técnica: Funciona en un camión tipo furgón que despliega una pantalla plegable de 3 X 4 metros para proyecciones de video al aire libre y lleva consigo silletería.</p> <p>Ofrece Capacitación: Si, enfocada en la película.</p> <p>Fuente de Financiación: Consecución de recursos públicos y privados canalizados a través de la Cinemateca del Caribe.</p> <p>Carácter comercial: El servicio es gratuito para la comunidad</p>	  
<p>Cine Móvil (Argentina) INCAA</p>  <p><a href="http://www.incaa.gov.ar/castellano/index.php">http://www.incaa.gov.ar/castellano/index.php</a></p>	<p>Lugar de operación: Funciona en 27 provincias de Argentina.</p> <p>Descripción técnica: Son vehículos tipo Van que transporta la infraestructura de pantalla y sistema de sonido para proyección en video en lugares comunitarios.</p> <p>Capacitaciones: Si , enfocada en la película como instrumento de educación.</p> <p>Financiación: Estatal</p>	

	<p>Carácter Comercial: El servicio es gratuito.</p>	
<p>Cinebus (Francia)</p>  <p><a href="http://www.cinebus.fr/index.php">http://www.cinebus.fr/index.php</a></p>	<p>Lugar de Operación: Francia</p> <p>Descripción Técnica: Una van con un proyector de cine incrustado que proyecta en una pantalla inflable al aire libre.</p> <p>Capacitación: Si, en torno a las películas y a la producción.</p> <p>Financiación: Cooperación y Boletería, y cobro por servicios de capacitación.</p> <p>Carácter Comercial: Aunque cobra sus tarifas son mas de sostenimiento que de generación de excedentes.</p>	 
<p>CineBus (Holanda)</p>  <p><a href="http://www.cinebus.nl/home.html">http://www.cinebus.nl/home.html</a></p>	<p>Lugar de Operación: Holanda</p> <p>Descripción técnica: Es una sala de cine con capacidad para 4 personas, habilitada al interior de un vehículo tipo van.</p> <p>Capacitación : No</p> <p>Financiación: Boletería y alquiler.</p> <p>Carácter Comercial: si</p>	 
<p>Cinebus 3D Turismo Total (España)</p>	<p>Lugar de Operación: España</p> <p>Descripción técnica: Un gran Tráiler que carga una sala de</p>	

	<p>proyección de video digital en 3D para proyecciones interiores.</p> <p>Capacitación: Si, pero en asuntos distintos al cine.</p> <p>Financiación: Estatal</p> <p>Carácter Comercial: Aunque no se cobra a los asistentes su propósito es incentivar el turismo y la promoción de infraestructura turística.</p>	
<p>Cine Gira RCN (Colombia)</p> <p><a href="http://www.cinegira.com/">www.cinegira.com/</a></p> 	<p>Lugar de Operación: los Municipios de Colombia,</p> <p>Descripción técnica: Funciona en un camión que transporta todos los elementos para instalar una pantalla inflable de gran formato y un potente proyector digital para hasta 5000 espectadores para proyectar y promocionar una película.</p> <p>Capacitación: Únicamente en la película que se exhibe.</p> <p>Financiación: Aportes de la empresa privada mediante patrocinios.</p> <p>Carácter comercial: las proyecciones son gratuitas para el público pero es para la</p>	 

	promoción de una película y de las marcas que la financian.	
--	---	--

## 8. Metodología

Para este proyecto resulta fundamental describir metodológicamente los distintos modelos de operación y gestión cultural que permiten su adecuado desarrollo y la previsión de actividades, frentes de trabajo y costos de ejecución. De esta manera se propone utilizar una *metodología polivalente* expresada en la construcción de siete modelos, diseñados específicamente para las necesidades del proyecto, luego de un proceso de recolección de información en campo o mediante sesiones de trabajo con expertos.

Este tipo de metodología polivalente resulta útil por un lado para concretar las distintas dimensiones del proyecto y por el otro para hacer de este proyecto un manual técnico de implementación que se anticipe con soluciones a algunos desafíos que podrán presentarse en su ejecución.

Con base en lo anterior a continuación se describen uno a uno los 7 modelos que conforman la metodología del proyecto.

### 8.2.1 Modelo de Gestión

Buscando una eficiente división del trabajo, el proyecto se divide en tres componentes a saber:

a. Gestión Administrativa: Asumida por una Caja de Compensación, encargada de centralizar los recursos conseguidos, manejo de la cuenta corriente, celebración de contratos y convenios , pago a proveedores, pago mensual al transportador y a los talleristas , apoyo en la consecución de recursos y estrategia comercial, brindar asesoría en planeación y ejecución de eventos y elaboración informes administrativos.

b. Gestión Logística de Transporte: Asumida directamente por una empresa de transporte, encargada de supervisar las adecuaciones del bus, garantizar la disponibilidad del bus en las fechas requeridas, en óptimas condiciones de mantenimiento, aseo, aprovisionamiento de combustible, y seguros al día, proveer un conductor con todos los pagos de salarios y prestaciones requeridos, en un esquema rotativo por turnos y elaborar informes de operación. Este contacto se hizo para determinar la viabilidad del proyecto, con respuesta positiva. (Ver Anexo 4)

c. Gestión Cultural: Asumida por una Fundación del sector Cultural , encargada de las labores de coordinación general, consecución de alianzas estratégicas, consecución de recursos, apoyo en la

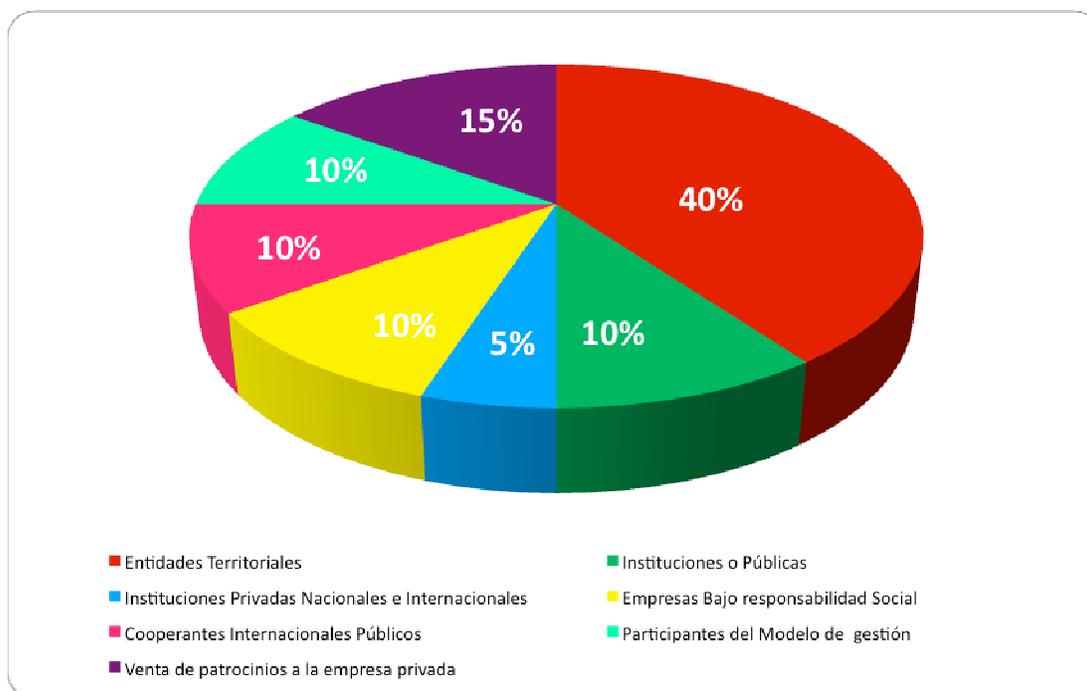
redacción de términos de referencia para la contratación, acercamiento con las autoridades, trámite de permisos y licencias, diseños de protocolos de operación (de seguridad, eléctrico) y metodologías pedagógicas, consecución de material audiovisual licenciado, diseño de los ciclos de películas, curaduría de las mismas, elaboración de informes de impacto, cobertura y política pública y la logística de operación distinta a la logística de transporte.

### **8.2.2 Modelo de Financiación**

El proyecto cine bus no se financia con la venta de entradas a los beneficiarios finales, quienes acceden de manera gratuita. El modelo de financiación se adelanta mediante el esfuerzo de consecución de recursos del sector privado y del sector público, bajo un plan diseñado para tales efectos, en el que participan una Caja de Compensación Familiar y la Fundación encargada de la gestión Cultural. La línea general del Modelo de Financiación es:

- a. Primero se determina la manera en la que los participantes del modelo de gestión pueden adelantar aportes directos al proyecto, traducidos en descuentos, o en aportes en dinero o en especie.
- b. En la parte pública se acude a las entidades territoriales abarcentes, en este caso la Gobernación del Valle y luego las Alcaldías Municipales, quienes aportan el “case” del 40% del proyecto.
- c. Se acude a las instituciones públicas de orden cultural, como el Ministerio de Cultura, institutos, cinematecas, bibliotecas, el Banco de la República, en busca de recursos, en dinero o en especie, como patrocinadores o como aliados estratégicos.
- d. Se acude a instituciones privadas, tales como cámaras de comercio, asociaciones de industriales, gremios empresariales, ONG del sector, universidades cooperantes privados, o se acude a las empresas bajo modelos de responsabilidad social, para aportes en dinero o en especie.
- e. Se acude a cooperantes internacionales de carácter público, mediante embajadas.
- f. Se adelanta un plan de comercialización, para la consecución de patrocinios a cambio de publicidad en el exterior del bus y en las pantallas de cine.

La composición ideal de la financiación, sin contar los aportes en especie es la siguiente:



### 8.2. 3 Modelo de Operación y Logística

De acuerdo con la división del trabajo establecida en el modelo de gestión, la operación se divide igualmente en tres componentes, la logística de transporte, la gestión administrativa y la gestión cultural.

A continuación se hace un recuento de los principales elementos que componen el modelo de operación del proyecto una vez iniciada la ejecución del mismo, es decir una vez inicie el bus a rodar:

- a. La Fundación Cultural es la encargada de llevar la agenda del cine bus y en ese sentido es quien centraliza la bitácora del mismo, las rutas y los requerimientos específicos de los Municipios.
- b. El Cinebus, de acuerdo con la agenda comunicada por la coordinación, se desplaza de un Municipio a otro en la mañana e inicia operaciones en cada pueblo en horas de la tarde. En ese sentido el primer día la agenda de funciones inicia con la función rotativa y el segundo y tercer día se despliega la agenda completa.
- c. Una vez el Cinebus llega a un Municipio se pone en contacto con el representante de la autoridad territorial, con el replicador y con la persona de servicios generales que apoyan el Cinebus por parte del Municipio. Se acuerda la agenda y el plan de trabajo, se determinan los lugares donde debe ubicarse el bus, de acuerdo con el formato de solicitud.

d. Se ejecuta una agenda de funciones de acuerdo con lo siguiente:

ACTIVIDADES	DIA																											
	7:00	7:30	8:00	8:30	9:00	9:30	10:00	10:30	11:00	11:30	12:00	12:30	13:00	13:30	14:00	14:30	15:00	15:30	16:00	16:30	17:00	17:30	18:00	18:30	19:00	19:30	20:00	20:30
Preparación del bus	■	■																										
Función # 1 al interior del bus			■	■	■	■																						
Función # 2 al interior del bus							■	■	■	■																		
Función # 3 al interior del bus													■	■	■	■												
Función rotativa de cortos (rotación cada 20 minutos)																	■	■	■	■	■	■						
Función exterior																									■	■	■	■
Recogida y parqueo del bus																												■

e. Para las funciones rotativas y dos de las funciones al aire libre se reparten previamente fichas de ingreso en orden de llegada, lo que determina los beneficiarios. Para el caso de las demás funciones ingresarán las personas escogidas por el municipio. Sí existen funciones reservadas para los patrocinadores estos determinaran el listado de beneficiarios o los criterios de ingreso.

f. Se redactan protocolos para la operación del sistema eléctrico, de los aires acondicionados, del sistema de audio y video, de seguridad y evacuación, de recogida, de protección de equipos, de instalación de la pantalla exterior y del teatro de cine al aire libre, para estandarizar la operación y facilitar la capacitación del personal.

g. El mantenimiento rutinario y aprovisionamiento del Cinebus es adelantado por el conductor que debe llenar una tabla de consumos de fluidos y de kilometraje recorrido para ser entregada al coordinador de logística de transporte en las semanas de mantenimiento.

h. Cualquier falla que comprometa la continuidad del Cinebus será avisada al coordinador general para que solicite a la empresa de transporte una evaluación de la situación y la definición de los días estimados de suspensión para adecuación de la agenda.

i. Las estrategias de expectativa, se despliegan dos municipios adelante en la ruta, mediante pasacalles y carteles en lugares estratégicos. Los pasacalles son hechos en materiales durables y

con contenido general para ser utilizados intercaladamente cuando el cine bus llega a un municipio los pasacalles son enviados a municipios posteriores en la ruta.

j. El material Audiovisual debe ser transportado bajo condiciones que garanticen su cuidado y preservación. Si el régimen de derechos de autor de los distintos documentos audiovisuales lo permite lo ideal es almacenar los contenidos en formato digital, en dispositivos de almacenamiento y reproducción, como discos duros, computadores o Ipods.

#### **8.2.4 Modelo de Consecución de Beneficiarios**

El proyecto busca que los municipios se inscriban voluntariamente, como beneficiarios generales del proyecto. Luego del proceso de inscripción, priorización y definición de la ruta se determina de manera definitiva el listado de Municipios beneficiarios. Para adelantar todo este proceso se requiere de una estrategia de acercamiento a los municipios, con el apoyo de la Gobernación del Departamento del Valle.

Ahora bien, para la determinación de los beneficiarios directos en los municipios el esquema está compuesto de varios elementos:

a. Para las funciones de la mañana en el interior y una de las tres funciones a aire libre que se del bus el listado de Beneficiarios debe ser provisto por la Alcaldía quien se compromete a garantizar lleno total.

b. Para dos de las tres funciones al aire libre y para las funciones rotativas se repartirán las fichas de ingreso en orden de llegada y se adelantarán actividades de divulgación local.

c. Para las funciones al aire libre, las personas que no alcancen a ingresar al área delimitada como de beneficiarios directos podrán disfrutar de las funciones, pero no participar de las actividades pedagógicas.

#### **8.2.5 Modelo de Divulgación**

Teniendo en cuenta que el proyecto es financiado con entidades patrocinadoras principalmente, debe generarse un esquema de divulgación que pueda ser aprovechado por todos. Los lineamientos generales de este modelo son:

a. Debe diseñarse una imagen del proyecto que sea utilizada por todos los actores y un plan de comunicaciones para el mismo. b. En lo posible debe procurarse mencionar a todos los patrocinadores en las distintas oportunidades de divulgación.

c. Cada patrocinador puede promover la divulgación del proyecto para posicionar su imagen como aportante al mismo, pero respetando la imagen y objetivos del proyecto.

d. La coordinación asume estrategias de gestión de free press, construyendo hechos noticiosos de la cotidianidad de la operación del Cinebus (ej. personas que por primera vez van a un teatro de cine). La novedad misma del Cinebus es un gancho para los distintos medios.

e. Se debe trabajar en la elaboración de un concepto que apoye la divulgación. Otros proyectos similares tienen conceptos como “Sembrando Cine”, “Cine bajo las Estrellas”. Para este proyecto puede trabajarse el concepto “Mi primera vez” que, rescatando el argumento del corto cubano titulado *Por Primera Vez*, da cuenta del sentimiento de las personas que nunca han asistido a un teatro de cine. Puede apelarse igualmente a la nostalgia de los pobladores de los municipios donde el teatro de cine estuvo una vez y se fue para no volver. Para esto es conveniente diseñar una presentación que apele a la emocionalidad de los posibles inversionistas o aliados. ( Anexo 6)

f. La divulgación en los municipios beneficiarios debe apoyarse con los medios locales, con los sistemas de televisión comunitaria y con la estrategia de expectativa e información con material impreso. Los pasacalles y afiches son enviados por la coordinación del proyecto a las personas de enlace en el Municipio quienes se encargan de ubicarlos en lugares estratégicos.

g. Para el caso del Valle del Cauca y por la participación de la Gobernación en el proyecto, el canal regional Telepacífico puede hacer un seguimiento al desarrollo del mismo para dar cuenta de su llegada a los distintos municipios y reforzar el cumplimiento del objeto del proyecto al contribuir con el posicionamiento del teatro de cine como lugar comunitario. Un esquema como el Bus de Caracol y Bancolombia<sup>10</sup> es una buena referencia.

h. Un proyecto de estas características puede ser abordado por un documental que puede servir de sustento para nuevas versiones del Cine Bus la Esperanza y para su posicionamiento internacional.

---

<sup>10</sup> Es un proyecto mediante el cual una entidad financiera pauta un espacio en el noticiero del canal, que da cuenta del recorrido de un bus patrocinado que recorre las distintas poblaciones del país, descubriendo sus principales atractivos y visibilizando las costumbres del lugar.

### **8.2.6 Modelo de Mercadeo y Comercialización**

De la mano del modelo de divulgación debe diseñarse un esquema de comercialización segmentado por tipo de patrocinador o aportante, pero armónico en la participación de los distintos financiadores. El esquema tiene en cuenta lo siguiente:

- a. Decidido el modelo de financiación, es decir los porcentajes requeridos por cada tipo de aportante, se diseñan igualmente el esquema de financiación que cruza la magnitud de los aportes, el tipo de los aportantes y sus expectativas frente al aporte con las posibilidades de espacios de visibilización o publicidad que ofrece el Cinebus.
- b. Los costados del Bus, las escaleras de ingreso, avisos luminosos, los reposa cabezas, cojines, paneles de ingreso, son sólo algunas de las posibilidades para ofrecer visibilidad a los aportantes.
- c. Antes y después de cada película, la Pantalla de Cine es un lugar estratégico para la divulgación de mensajes comerciales o institucionales, posibilidad que resulta atractiva para los aportantes.
- d. Puede ofrecerse exclusividades por marca, por línea de producto o establecerse una línea de patrocinadores principales.
- e. Puede venderse la posibilidad de que un patrocinador utilice la imagen del cine bus en sus estrategias publicitarias.
- e. Igualmente, si se cubre la población objetivo del proyecto, pueden venderse funciones específicas a los patrocinadores para que las utilicen en campañas institucionales o publicitarias o simplemente como estrategia de atención a sus propios beneficiarios. En este punto es definitivo llevar de manera ordenada la agenda de funciones.

### **8.2.7 Modelo de Consecución y Administración de Material Audiovisual**

Para la consecución del material audiovisual existen distintas estrategias:

- a. Participación en convocatorias, concretamente en la convocatoria de formación de públicos del Plan Audiovisual Nacional, que dota a los proyectos ganadores con una maleta de cerca de 120 películas y documentales de distintas nacionalidades. (Anexo 5)

- b. Gestión directa con exhibidores o distribuidores que tengan los derechos y la facultad de cederlos para exhibiciones sin ánimo de lucro.
- c. Solicitud de cooperación a las embajadas de los distintos países con sede en Colombia.
- d. Convocatorias a realizadores independientes de cortometrajes, para formar parte de la colección de exhibición del Cine Bus.
- e. Solicitud Directa a directores y productores.
- f. Convenios con cinematecas o archivos audiovisuales.
- h. Barrido de las producciones cuyos derechos son libres, y compra de copias originales de las mismas
- i. Para la administración del material, como ya se mencionó en otro aparte de este numeral, es conveniente en lo posible almacenarlo y transportarlo en dispositivos con buena capacidad de almacenamiento. Si esto no fuese posible debe diseñarse un protocolo de cuidado y mantenimiento del material, que como ya se dijo se trabajará en formato digital.
- j. El material audiovisual deberá contar con reseñas temáticas que faciliten la actividad de los talleristas, quienes deben previsualizar todo el material que va a ser exhibido.

### 9. Talento Humano

El proyecto Cine Bus la Esperanza, de acuerdo con la división del trabajo planteada en el modelo de gestión cuenta con la participación total o parcial del talento humano relacionado a continuación:

<b>ELEMENTO</b>	<b>PERFIL</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
<b>Gestión Cultural</b>		
Coordinador General	Profesional, con experiencia de más de 5 años. (administración, antropología, economía, gestión cultural)	Es asumido con gastos del Proyecto. Tiempo Completo
Tallerista	Profesional con 2 años de experiencia en capacitación de grupos diversos. (trabajador social, psicólogo, pedagogo)	Es asumido con gastos del Proyecto. Tiempo Completo
Practicante	Estudiante de Comunicación o Cine y Televisión.	Su manutención es asumida con gastos del Proyecto. Tiempo Completo. Se rotan dos practicantes en turnos quincenales
Consejo Asesor	Compuesto por tres personas que apoyan el diseño metodológico y la definición de estrategias.	Estas personas trabajan ocasionalmente y donan su tiempo.

<b>Gestión De Logística De Transporte</b>		
Responsable de Logística de Transporte	Un profesional que labora en la empresa de transporte, responsable de la operación del bus (disponibilidad, mantenimiento, aprovisionamiento, turnos de conductor)	Está incluido dentro del costo de alquiler mensual del Bus
Conductor	Encargado de conducir el cine bus y apoyos logísticos, ideal con experiencia en manejo eléctrico	Está incluido dentro del costo de alquiler mensual del bus, se requiere tiempo completo, en esquema de turnos.
<b>Gestión Administrativa</b>		
Tesorero	Perfil estándar	Está incluido dentro del contrato de alianza estratégica con la caja de compensación
Contador	Perfil estándar	Está incluido dentro del contrato de alianza estratégica con la caja de compensación
Abogado	Perfil estándar	Está incluido dentro del contrato de alianza estratégica con la caja de compensación
<b>Logística y Coordinación Municipal</b>		
Apoyo Enlace	Un funcionario de la Gobernación que apoye la labor de contacto con los municipios	Es asumido por la Gobernación

Replicador	Profesor de un establecimiento público de educación del municipio	Es asumido por el Municipio, destinado únicamente por la estancia del bus en el mismo
Apoyo en Servicios Generales	Persona con conocimientos básicos de electricidad y con capacidad para apoyo del montaje de las funciones.	Es asumido por el Municipio destinado únicamente por la estancia del bus en el mismo

## 10. Actividades y Responsables

### 10.1 Etapa de Preparación

Consecución de Socios Estratégicos) caja de compensación y empresa de transporte): Implica actividades administrativas como contratos, convenios.	Fund Cultural- Coordinador
Consecución de Material Audiovisual Licenciado	Fund. Cultural- Coordinador
Diseño interior y exterior del Bus	Contratista en Coordinación con Fund Cultural - Coordinador
Adecuación del Bus como Teatro de Cine	Contratista en coordinación con Fund Cultural y la empresa de transporte
Reclutamiento de Municipios y diseño de ruta	Fund Cultural - Coordinador
Trámite de Permisos	Fund Cultural en Coordinación con entidades territoriales beneficiarias.
Contratación de equipo humano del Cine Bus	Caja de Compensación
Diseño de ciclos de películas, de material pedagógico y de página web	Contratistas en coordinación con la Fund Cultural
Diseño de formatos de recolección de información o de inscripción y protocolos de operación.	Fund Cultural
Diseño de Plan de Divulgación y Comercialización	Fund. Cultural
Consecución de recursos, mediante estrategia de comercialización y gestión de alianzas	Fund. Cultural y Caja de Compensación, con el apoyo de las entidades territoriales

estratégicas	beneficiarias.
Capacitación de equipo humano del Cinebus, en los protocolos de operación y de los mensajes estratégicos que sustentan los patrocinios.	Fund. Cultura, en coordinación con patrocinadores
Diseño definitivo de ruta y plan de Funciones	Fund. Cultural en coordinación con empresa de transporte
Pagos	Caja de Compensación con el visto Bueno de la Fundación Cultural.

## 10.2 Actividades de Operación

<b><u>Actividad</u></b>	<b><u>Responsable</u></b>
Aprovisionamiento y mantenimiento del Bus	Empresa de Transporte a través del conductor del bus y su esquema de mantenimiento
Desplazamiento entre municipios, operación del Bus y preparación del mismo para las funciones. (incluye conexión eléctrica)	Empresa de transporte a través del conductor
Exhibiciones audiovisual y aplicación de la estrategia pedagógica	Talleristas en Coordinación con Practicantes
Elaboración de Informes Parciales de Gestión Cultural	Fund Cultural. El coordinador hace informe para presentar, teniendo como insumo informe de campo del tallerista

## 11. Indicadores

### Batería de Indicadores

<u>Indicador</u>	<u>Fuente de Verificación</u>	<u>Relevancia</u>
# de Municipios Atendidos	Bitácora	Marca el grado de cobertura del proyecto dentro del Valle del Cauca
# .De Beneficiarios Directos	Informe Parcial de Tallerista	Marca el impacto y cobertura en términos de personas y sus resultados son fundamentales para el informe a los financiadores
# y % De personas que asisten a una sala de cine por primera vez.  # y % de Personas que no asistían a un teatro de cine hace 5, 10, y 20 o mas años	Encuesta en vivo a beneficiarios directos, agregada en informe de tallerista.	Marca el impacto en términos de relevancia y sus resultados son fundamentales para la consecución de recursos
Variación en la Percepción de la sala de cine como espacio relevante	Encuestas antes y después, agregadas en informe de coordinador.	Marca el impacto e idoneidad del proyecto para posicionar el teatro de cine como lugar público relevante.

## 12. Cronograma

### a. Cronograma de Preparación

ACTIVIDADES	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4			
	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
<b>ADMINISTRATIVO</b>																
Aprobación del proyecto por caja de compensación y empresa de transporte																
Convenio con caja de compensación																
Contrato con empresa de transporte																
Diseño interior y exterior del bus																
Aprobación del diseño																
Adecuación del bus																
Firma de cartas de intención con departamento y municipios																
Trámite de permisos (movilidad, seguridad, emergencias y publicidad exterior visual)																
Contratación Equipo Humano del Cine Bus																
<b>FINANCIACION</b>																
Diseño de estrategia de comercialización																
Diseño de estrategia de consecución de aliados estratégicos																
Consecución de patrocinios y alianzas estratégicas (incluyendo la firma de contratos y/o convenios)																
Instalación de imagen institucional de patrocinadores en el bus																
<b>GESTION CULTURAL</b>																
Consecución de películas y material audiovisual																
Diseño y Montaje de Página Web																
Diseño de ciclo de películas																
Diseño de protocolos de operación (administrativo, eléctrico, de seguridad, de imagen institucional y de aplicación pedagógica)																
Diseño o adaptación de metodología para cineforos																
Diseño de plan definitivo de funciones																
Diseño de herramientas y formatos de inscripción, registro y evaluación																
Diseño y ejecución de plan de divulgación																
Contratación equipo humano del cine bus																
Alianzas institucionales con universidades, organizaciones audiovisuales y cinematecas																
Acercamiento con autoridades municipales y departamentales																
Inscripción de municipios																
Diseño de ruta																
Diagnóstico de municipios y elaboración de su listado final																
Coordinación logística																

b. Cronograma de ejecución

ACTIVIDADES	MES 5				MES 6				MES 7				MES 8				MES 9			
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5	SEMANA 6	SEMANA 7	SEMANA 8	SEMANA 9	SEMANA 10	SEMANA 11	SEMANA 12	SEMANA 13	SEMANA 14	SEMANA 15	SEMANA 16	SEMANA 17	SEMANA 18	SEMANA 19	SEMANA 20
Muestra municipal 1 & 2	■																			
Muestra municipal 3 & 4		■																		
Muestra municipal 5 & 6			■																	
Muestra municipal 7 & 8				■																
Descanso y Elaboración de Informe Parcial					■															
Muestra municipal 9 & 10						■														
Muestra municipal 11 & 12							■													
Muestra municipal 13 & 14								■												
Muestra municipal 15 & 16									■											
Muestra municipal 16 & 17										■										
Descanso y Elaboración de Informe Parcial											■									
Muestra municipal 18 & 19												■								
Muestra municipal 20 & 21													■							
Muestra municipal 23 & 24														■						
Muestra municipal 26 & 27															■					
Descanso y Elaboración de Informe Parcial																■				
Apoyo Festival de Cine de Cali																	■			
Muestra municipal 27 & 28																		■		
Muestra municipal 29 & 30																			■	
Muestra municipal 31 & 32																				■
Elaboración de informe																				

### 13. Presupuesto

#### Presupuesto General del Proyecto

	RUBRO	Cantidad	Valor Unitario	Total
<b>1.</b>	<b>Equipo Humano</b>	(meses)		
	Coordinador General	9	\$ 5.000.000	\$ 45.000.000
	Productor	3	\$ 4.000.000	\$ 12.000.000
	Tallerista	5	\$ 4.000.000	\$ 20.000.000
	Pasante	5	\$ 1.000.000	\$ 5.000.000
	<b>Total</b>			<b>\$ 82.000.000</b>
<b>2.</b>	<b>Infraestructura y Equipos</b>	(unidades)		
	Video Beam (7000 lumens y lente de ampliación)	1	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000
	Parlante en torre	6	\$ 1.200.000	\$ 7.200.000
	Consola	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
	Computador Portatil	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
	Disco Duro i Pod	1	\$ 500.000	\$ 500.000
	Sistema Basico de Iluminación	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
	Tela para proyección	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
	Reproductor DVD	1	\$ 250.000	\$ 250.000
	Centro de mando	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
	<b>Total</b>			<b>\$ 37.450.000</b>
<b>3.</b>	<b>Bienes y Servicios</b>	(unidades- meses)		
	Cable x 30 metros grueso	2	\$ 100.000	\$ 200.000
	Cable x 20 estándar	4	\$ 40.000	\$ 160.000
	Repuesto Bombilla Video Beam	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
	Caja de Herramientas	1	\$ 400.000	\$ 400.000
	Caja Menor (Jornales, limpieza, mensajería etc)	5	\$ 600.000	\$ 3.000.000
	Plan Celular 1500 minutos	5	\$ 150.000	\$ 750.000
	Modem portatil 3G con plan de datos	5	\$ 45.000	\$ 225.000
	Diseño Ciclos y Estrategia pedagógica	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
	<b>Total</b>			<b>\$ 8.735.000</b>
<b>4.</b>	<b>Divulgación</b>	(unidades)		
	Página de Internet (diseño mas mantenimiento 7 m	1	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000
	Pasacalles	3	\$ 300.000	\$ 900.000
	Kit Semilla de Teatro	32	\$ 150.000	\$ 4.800.000
	<b>Total</b>			<b>\$ 13.700.000</b>
<b>5.</b>	<b>Bus</b>	(unidades - meses)		
	Adecuaciones	1	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000
	Arrendamiento (a todo costo)	5	\$ 10.000.000	\$ 50.000.000
	<b>Total</b>			<b>\$ 110.000.000</b>
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 251.885.000</b>

## **14 Conclusiones**

En el marco de diseño del este proyecto pueden establecerse algunas conclusiones que serán expresadas de manera sintetizada a continuación:

- a. Las estadísticas son claras, al establecer que a pesar de un ligero aumento en el número de salas de cine, existe una tendencia hacia la concentración de las mismas en las grandes ciudades y dentro de estas en los centros comerciales, generando que tan solo el 4% de los municipios del país y el 14% de los municipios del valle del cauca cuenten con salas de cine.
- b. Ante los bajos incentivos del mercado, no existen indicios de que la empresa privada cubrirá, bajo el modelo actual, la mayoría de los municipios del Valle del Cauca.
- c. La itinerancia es un modelo idóneo para llevar un teatro de cine con especificaciones de calidad mínimos, probado en otros proyectos a nivel mundial.
- d. El cine bus ofrece características de novedad, que lo hacen idóneo para fomentar el posicionamiento del teatro de cine como un lugar relevante en la comunidad.
- e. Un modelo de administración tripartita del proyecto permite especialización y sinergia, permitiéndole a la organización cultural destinar su esfuerzos en maximizar el impacto cultural del proyecto.
- f. Un modelo de financiación plural permite evitar la concentración de la financiación y la toma de control por parte de los financiadores.

## **15. Bibliografía**

1. Martinez Pardo, Hernando, *Historia del Cine Colombiano*, Editora Guadalupe Ltda, Bogotá. 1978
2. Nieto , Jorge y Rojas, Diego, *Tiempos del Olympia*, Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, Bogotá. 1992
3. Suarez Melo Mario, Fadul Chalela Miguel, *La industria Cinematográfica Colombiana*, Asociación Colombiana de Cine, Bogotá, 1982
4. Acción Cine en Colombia, Fundación Patrimonio Fílmico, en [www.patrimoniofilmico.org.co](http://www.patrimoniofilmico.org.co)
5. Arbelaez Ramiro, *La Exhibicion Cinematográfica en Colombia*, Revista Kinetoscopio No. 73, 200
6. Mora Ciara Ines, *Los Acevedo, Cuadernos de Cine Colombiano No 2*. Cinemateca Dsitrital.

