



Un partido de dos años donde está en juego la democracia.



Fotografía del Director Santiago Castro / Final América vs Santa Fe, 2020 / Estadio Pascual Guerrero

SINOPSIS

Un fotógrafo de Bogotá se embarca en un viaje para documentar al América de Cali desde adentro (equipo e hinchada), capturando el primer campeonato femenino y un bicampeonato masculino en medio de la pandemia y las turbulencias sociales de Colombia. A través de su lente, revive momentos emblemáticos, rinde homenaje a las vidas perdidas en la

violencia del fútbol y destaca al club como un patrimonio cultural inmaterial, un símbolo de identidad y resistencia para miles de colombianos. La película refleja la pasión de un país resiliente ante la crisis, donde el fútbol se convierte en un vehículo de memoria colectiva y pertenencia.

INTRODUCCIÓN

Bienal Roja es un documental que se sumerge en el fútbol colombiano a través de la mirada de un fotógrafo, quien captura la pasión, la tragedia y la esperanza de una nación atravesada por la violencia y las tensiones sociales. Similar a *The Two Escobars* (2010), que exploró el vínculo entre el fútbol y la violencia en Colombia, esta obra ofrece una reflexión íntima sobre cómo el fútbol se ha convertido en un motor de resistencia, no solo para el América de Cali, sino para el país entero. En el espíritu de *Senna* (2010), buscamos capturar la intensidad y humanidad de los momentos clave, como el primer campeonato femenino y el bicampeonato

masculino, mientras las tensiones sociales y la pandemia azotan el país.

Con un enfoque visual cercano, influenciado por el estilo de cineastas como Chris Marker y Jean Rouch, la película no solo documenta los partidos y la hinchada, sino que se convierte en un testimonio de resiliencia. A través de la cámara, nos adentramos en un Colombia en crisis, donde el fútbol es un refugio, una forma de resistencia y una manifestación del patrimonio cultural inmaterial del país, fusionando la emoción del deporte con las realidades de la vida cotidiana.



EL CONTEXTO DEL FÚTBOL EN COLOMBIA

El fútbol colombiano ha sido testigo de una historia marcada por la pasión, la violencia y la esperanza. En un país donde el fútbol no solo es un deporte, sino un símbolo cultural y una plataforma para la expresión social, las tensiones entre las diversas facciones del país han encontrado en los estadios y en los clubes un terreno fértil para la división y la unidad. Al igual que en *Diego Maradona* (2019), el documental que explora la vida del astro argentino, *Bienal Roja* busca capturar el alma del fútbol colombiano, donde el deporte es mucho más que un simple juego: es un espejo de las luchas políticas y sociales que han definido a Colombia durante décadas.

La historia del América de Cali, en particular, es emblemática en este contexto. El equipo, conocido por su hinchada apasionada y su lucha constante por la supremacía en el fútbol

colombiano, ha sido tanto un refugio para los ciudadanos como un foco de violencia y rivalidades. Desde la violenta historia del fútbol colombiano, hasta los logros recientes del América de Cali, que incluyen un histórico campeonato femenino y un bicampeonato masculino, este proyecto se sumerge en los momentos decisivos del fútbol del país. Pero a la vez, muestra las tensiones fuera del campo, capturando las protestas sociales, la desigualdad y las crisis políticas que alimentan el contexto en el que el fútbol se vive. Como en *The Two Escobars* (2010), donde se exploran las implicaciones sociales y políticas del fútbol en Colombia a través de los personajes de Andrés Escobar y Pablo Escobar, *Bienal Roja* nos ofrece un vistazo al impacto del fútbol en la vida cotidiana de millones, mientras el país sigue enfrentando sus profundas heridas históricas.



Fotografía del Director Santiago Castro / Torneo ESPN América vs Millonarios, 2020 / Estadio El Campín



HISTORIA

La historia comienza en Bogotá, en 2020, durante un periodo de agitación social y pandemia global. Un fotógrafo apasionado por el fútbol y con un vínculo personal con el América de Cali, se propone capturar la esencia del equipo, tanto en el campo de juego como en las gradas, en un contexto único donde las pasiones se entrelazan con la lucha social y política. Al igual que en *The Last Dance* (2020), donde la relación entre el equipo y su hinchada es fundamental, el fotógrafo se adentra en la intimidad del club, desde el primer campeonato femenino hasta el bicampeonato masculino, mientras Colombia atraviesa un tiempo de crisis, marcando un contraste entre la euforia deportiva y el dolor colectivo del país.

El fotógrafo, quien es el principal protagonista, se convierte en el vehículo a través del cual se observa la vida de jugadores como los emblemáticos futbolistas del América, los técnicos del equipo y la

fervorosa hinchada que sigue el club con una devoción inquebrantable. A lo largo de su viaje, se encuentra con personajes como Carolina Pineda, una jugadora del equipo femenino que representa la lucha por la igualdad en el fútbol, y Hernando, un hincha que ha estado presente en todas las victorias y derrotas del América, pero que también ha sido testigo de las pérdidas humanas derivadas de la violencia del fútbol. En paralelo, el fotógrafo debe lidiar con las sombras del pasado, con recuerdos dolorosos de la violencia que ha marcado al fútbol colombiano. Al igual que en el documental *Senna* (2010), donde se fusionan la historia personal y la colectiva, el fotógrafo logra captar no solo la historia de los campeonatos, sino también la memoria de un país que lucha por sanar sus heridas. La película culmina en una reflexión sobre la resiliencia de los personajes y del fútbol como un patrimonio cultural que, aunque marcado por la tragedia, sigue siendo el reflejo de la pasión y la identidad de una nación.



Fotografía del Director Santiago Castro / Final Liga Femenina América vs Medellín, 2019/ Estadio Atanasio Girardot



Fotografía del Director Santiago Castro / Final Liga Femenina América vs Medellín, 2019/ Estadio Atanasio Girardot

PRODUCCIÓN

Para financiar este proyecto, se emplearán diversas fuentes de financiación, tanto públicas como privadas.

En cuanto a fondos públicos, se buscará acceder a recursos de entidades como el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) en sus modalidades de postproducción y distribución, el Programa de Estímulos de Minculturas y el de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) en Bogotá. Además, se aprovecharán oportunidades en espacios como la Feria Industrial del Pacífico, el Bogotá Audiovisual Market (BAM), el FICCI y el Salón de Productores Audiovisuales de Cali, donde se han identificado posibles patrocinadores interesados en asociar sus marcas al proyecto. Estos patrocinadores pueden incluir marcas deportivas, medios de comunicación y plataformas de

streaming, lo que permitiría obtener recursos adicionales y visibilidad. Se contempla también la colaboración con casas productoras, agencias de distribución y profesionales independientes que apoyen el desarrollo y difusión del documental.

A nivel internacional, el proyecto buscará alianzas con plataformas de streaming como Netflix, Prime Video, Max y Disney, que están experimentando una creciente demanda por contenidos deportivos y documentales. Participar en mercados internacionales como el BAM y Ventana Sur será clave para atraer distribuidores globales y asegurar la distribución en mercados latinoamericanos.

La estrategia de distribución y exhibición del proyecto se estructurará en tres componentes principales: cine, plataformas digitales y experiencias interactivas. Inicialmente, *Bienal Roja* se proyectará en cines de Bogotá, Cali y otras ciudades colombianas, con el objetivo de captar a la audiencia local y generar impacto en la comunidad futbolera.

Posteriormente, se distribuirá en plataformas de streaming, lo que garantizará su alcance global. A la par de la distribución tradicional, se llevará a cabo una exposición interactiva en el Estadio Pascual Guerrero y otros espacios culturales de Bogotá y Cali, utilizando tecnología de realidad aumentada para crear una experiencia inmersiva que permita a los espectadores interactuar con los momentos clave del documental. Esta experiencia se alinea con las tendencias actuales de consumo de contenidos visuales y tecnológicos, que demandan interacciones participativas.

Además, se planea una intervención comunitaria con los hinchas del América de Cali, quienes participarán en talleres y actividades que les permitan reflexionar sobre el fútbol y sus valores, así como el problema de la violencia en este deporte. Estas actividades generarán contenido propio de los hinchas, lo que fortalecerá el vínculo emocional entre el proyecto y la comunidad. Un lanzamiento único del documental en el Estadio Pascual Guerrero, con una intervención visual masiva y acompañada de una experiencia de realidad

aumentada, creará una conexión directa con miles de aficionados presentes en el evento.

Las fortalezas de producción de Bienal Roja incluyen un enfoque único en el fútbol, un deporte de gran relevancia en Colombia y América Latina. La producción cuenta con el apoyo de una red establecida de contactos con el Club América de Cali, las barras organizadas y medios como Win Sports, ESPN y Fox Sports, lo que garantiza acceso exclusivo al club y a sus hinchas. Además, el creciente interés por los contenidos deportivos y documentales en plataformas digitales, junto con la expansión de experiencias inmersivas, coloca al proyecto en una posición ideal para atraer una audiencia diversa tanto dentro como fuera de Colombia.



Fotografía del Director Santiago Castro / Final Liga Femenina América vs Medellín, 2019/ Estadio Atanasio Girardot



TONO Y ESTILO

El estilo visual de Bienal Roja será enérgico, emocionalmente cargado. La fotografía se basará en una estética de contrastes, capturando tanto la vibrante pasión del fútbol como la sombra de la violencia social que permea el contexto colombiano. La cámara, influenciada por cineastas como Chris Marker, no solo será un testigo, sino un participante activo en la narrativa. La observación profunda de la realidad será el eje, con tomas largas y pausadas en las que la cámara parece respirar con los personajes, y planos más intensos y dinámicos que nos sumergen en la euforia del estadio o el dolor de las protestas. La idea es que la cámara se convierta en una extensión del fotógrafo, cuyo punto de vista personal da forma a la historia, sin perder la objetividad necesaria para capturar las complejidades del fútbol y la sociedad colombiana.

En términos de ritmo, se alternarán momentos de reflexión pausados con secuencias más rápidas y de alto impacto, especialmente en las escenas de fútbol. Estas secuencias, cargadas de emoción y adrenalina, contrastarán con los momentos de mayor introspección, donde la violencia y la desesperanza en el país se hacen presentes. La referencia a *Sans Soleil* de Chris Marker será clave para explorar estos contrastes: el uso de la cámara como un observador paciente que, a través de la distancia y la cercanía, ofrece una mirada profunda, casi filosófica, al objeto de estudio.

La paleta de colores será cálida y saturada, reflejando la pasión del fútbol y las celebraciones, pero también se recurrirá a tonos más sombríos y fríos cuando se trate de abordar las tensiones sociales y la violencia. Este

Fotografía del Director Santiago Castro / Despedida de Ronaldinho América vs Cali, 2019/ Estadio Pascual Guerrero



Fotografía del Director Santiago Castro / Despedida de Ronaldinho América vs Cali, 2019/ Estadio Pascual Guerrero

contraste visual busca resaltar las diferentes realidades que coexisten en Colombia: la esperanza que representa el fútbol, pero también las heridas abiertas de una sociedad marcada por la desigualdad y la violencia.

El sonido en Bienal Roja será esencial para dar cuerpo a la historia. La música, en su mayoría original, tendrá una calidad cinematográfica que evocará tanto la energía del fútbol como la atmósfera tensa de las protestas sociales. Inspirada por el uso minimalista y atmosférico de la música en los trabajos de Jean Rouch y la emoción contenida en los scores de John Carpenter, como en *The Thing* y *The Fog*, la banda sonora combinará elementos de sintetizadores modernos con sonidos orgánicos y autóctonos, creando una atmósfera única que refleje la dualidad entre la emoción del deporte y la sombría realidad política.

El estilo de dirección de arte estará orientado hacia una autenticidad cruda, sin adornos innecesarios. El

ambiente del estadio, las casas de los hinchas y las calles de Bogotá se presentarán tal como son, sin idealización, para sumergir al espectador en la realidad del fútbol colombiano. La simplicidad será clave, pero también lo será la atención al detalle, especialmente cuando se trate de la representación de la hinchada, el alma del fútbol, cuyos gestos, colores y rituales aportarán al relato una fuerza emocional única.

En conjunto, el tono de Bienal Roja será sombrío, pero esperanzador, destacando la lucha por la vida, la justicia y la identidad a través del fútbol, con una cámara que no solo observa, sino que se involucra profundamente en el conflicto social y humano que define el contexto colombiano.

DOCUMENTAL DE AUTOR CON CONTENIDO DEPORTIVO Y POLÍTICO



Fotografía del Director Santiago Castro / Final América vs Santa Fe, 2020 / Estadio Pascual Guerrero



Fotografía del Director Santiago Castro / Final Liga Femenina América vs Medellín, 2019/ Estadio Atanasio Girardot

Bienal Roja es un documental de autor que se adentra en la compleja intersección entre el fútbol, la política y la violencia en Colombia. Utilizando el fútbol como lente, exploramos las tensiones sociales y políticas que han marcado la historia reciente del país. A través de una mirada observacional y subjetiva, el documental no solo busca capturar la pasión que el fútbol despierta, sino también poner en evidencia la realidad más oscura y la resistencia que nace de las tribunas y los estadios.

Este es un documental de fútbol, pero más que sobre el deporte, es sobre la sociedad que lo consume y lo vive. A través de los triunfos y fracasos del América de Cali, y las historias de sus jugadores y seguidores, exploramos las fracturas sociales que persisten en Colombia, como la violencia en los estadios, las luchas políticas y la desigualdad económica. La película sigue una línea similar a documentales influyentes como *Democracia en Blanco y Negro* y *Al Filo de la Democracia*, donde el contexto social y político se convierte en un personaje más que no solo observa, sino que interactúa con los protagonistas.

La cámara se convierte en un observador que se niega a ser neutral: está presente, toma partido, y no solo documenta, sino que interroga y reflexiona sobre lo que observa. La estética del documental será cruda, a menudo utilizando el estilo de cine verité, y al mismo tiempo profundamente poética, con tomas que reflejan no solo el acontecer social, sino también la belleza y la pasión que genera el fútbol como motor de unión, resistencia y esperanza en medio de la crisis.



Fotografía del Director Santiago Castro / Liga Femenina América vs Millonarios, 2019/ Estadio El Campín

PERSONAJES

EL FOTÓGRAFO
El fotógrafo, quien se presenta como el protagonista de este relato, es un hombre en sus 30s, de carácter introspectivo y apasionado por su oficio. Ha vivido toda su vida en Bogotá y ha sido testigo de las complejidades del fútbol colombiano. Más que un simple observador, su rol es el de un narrador que intenta capturar la esencia de la pasión del fútbol, no solo a través de las jugadas en el campo, sino de los momentos de tensión, alegría y tragedia que ocurren fuera de él. Su cámara es su voz, y a través de ella nos invita a descubrir no solo la vida del América de Cali, sino

también las cicatrices sociales y políticas de Colombia. Al igual que los fotógrafos de *The Last Dance* (2020) o *When We Were Kings* (1996), su trabajo no se limita a documentar, sino a desentrañar las emociones más profundas que se encuentran en el deporte.

LA HINCHADA
La hinchada del América de Cali es un personaje central en *Bienal Roja*. Estos seguidores no solo son apasionados, sino que representan la historia, la lucha y la resistencia de una comunidad que ha vivido en medio de la violencia y la incertidumbre. Al igual que las hinchadas de clubes futbolísticos destacados como los de Boca Juniors en *Boca Juniors: El Camino al Corazón* (2017) o los seguidores del Liverpool en *Anfield: The Home of Football* (2018), su

amor por el equipo va más allá del fútbol, transformándose en una identidad colectiva. Son un reflejo de las tensiones sociales de Colombia y, a través de sus cánticos, sus celebraciones y sus lágrimas, representan tanto la euforia como el sufrimiento del pueblo colombiano.

LOS JUGADORES
El grupo de jugadores masculinos y femeninos del América de Cali es diverso y complejo. Al igual que en *The Last Dance* o *Senna* (2010), donde los atletas no solo son figuras deportivas, sino seres humanos con desafíos personales y profesionales, cada jugador trae consigo una historia única de lucha y superación. Desde las jugadoras que vivieron el primer campeonato femenino hasta los hombres que celebran el bicampeonato, cada uno enfrenta obstáculos relacionados no solo con el deporte, sino con la violencia, la pobreza y las dificultades socioeconómicas que marcan la vida en Colombia. Estas historias de perseverancia y sacrificio se convierten en el motor de la película, mostrando

cómo el fútbol no es solo un deporte, sino un vehículo para la esperanza y la resiliencia.

LOS DIRECTIVOS DEL CLUB
Los directivos del América de Cali son los encargados de mantener el rumbo del club en medio de un contexto turbulento. Al igual que los personajes de *The Great Hack* (2019), quienes navegan en aguas políticas y sociales complicadas, los directivos del club enfrentan decisiones difíciles que van más allá de lo deportivo. Entre los obstáculos económicos, la presión social y las demandas de la hinchada, los directivos deben encontrar un equilibrio entre la supervivencia del club y las tensiones políticas que se filtran en el fútbol. A través de sus decisiones, la película explora el vínculo entre el deporte, el poder y la política, destacando cómo cada movimiento en el terreno de juego refleja las luchas sociales más amplias de Colombia.



Fotografía del Director Santiago Castro / Torneo ESPN América vs Millonarios, 2020 / Estadio El Campín





Fotografía del Director Santiago Castro / Final América vs Junior, 2019/ Estadio Pascual Guerrero

GOBIERNOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ENTIDADES GUBERNAMENTALES
En Bial Roja, las entidades gubernamentales juegan un rol crucial en el contexto político y social que afecta al fútbol colombiano. Al igual que en *Democracia en blanco y negro* (2019), donde el poder político es un motor de las transformaciones sociales, las figuras del gobierno, como los policías, alcaldes y presidentes, representan las estructuras de poder que influyen directa e indirectamente la vida de los protagonistas, desde los jugadores hasta los hinchas. Las decisiones políticas durante la pandemia, las protestas y los conflictos sociales generan una atmósfera de tensión constante, mientras las autoridades

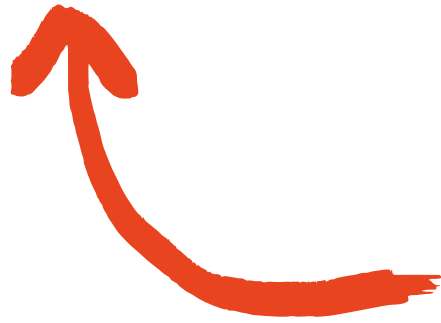
luchan por mantener el orden en un país marcado por la violencia y la desigualdad.

Estos personajes no son caricaturas de la corrupción o la represión; tienen sus propios dilemas, preocupaciones y luchas internas. De modo similar a lo que se ve en *The Fog of War* (2003), donde Robert McNamara reflexiona sobre la complejidad de las decisiones políticas en tiempos de guerra, los funcionarios del gobierno en Bial Roja deben balancear su rol institucional con las demandas de una sociedad fracturada. Son figuras atrapadas entre la voluntad de poder y las consecuencias de sus decisiones, reflejando la polarización política que afecta al país.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN
Los medios de comunicación, como las principales fuentes de información, tienen un impacto directo en la forma en que el fútbol colombiano es percibido tanto a nivel nacional como internacional. En Bial Roja, los noticieros, las redes sociales, la radio y la prensa internacional actúan como ecosistemas en los que las narrativas de la violencia, la resiliencia y la victoria se crean y se destruyen. En la misma línea que documentales como *The Social Dilemma* (2020), donde las redes sociales son presentadas como un reflejo de los conflictos sociales, en la película los medios de comunicación tienen el poder de amplificar la polarización y manipular la percepción pública del fútbol y la política.

Al igual que en *Oxygen* (2021), donde los medios de comunicación se convierten en una herramienta vital para que los personajes comprendan su contexto, los periodistas en Bial Roja no son solo narradores de

los hechos, sino también actores que se enfrentan a la ética de la información y la manipulación de la verdad. A través de las cámaras y micrófonos, los medios tienen la capacidad de unir o dividir, lo que hace que los personajes dentro del mundo del fútbol, tanto jugadores como hinchas, sean frecuentemente víctimas de la información y la desinformación. La relación entre los medios y el fútbol será explorada como una danza constante entre la verdad, la manipulación y la percepción pública.



POTENCIAL DE SERIE

Aunque Bienal Roja está concebida como una película única, existe un enorme potencial para expandir la historia en una franquicia que explore otras facetas del fútbol colombiano y su relación con las crisis sociales y políticas. La película podría dar paso a una serie en la que se presenten más equipos de fútbol, no solo de Colombia, sino también de otros países de Latinoamérica y el mundo. La historia de la pasión, la lucha, y la resistencia que se vive en torno a estos equipos podría profundizarse a través de distintas temporadas que sigan los mismos ejes narrativos: el fútbol como reflejo de las tensiones sociales y políticas, la violencia que lo acompaña, y la resiliencia de los hinchas, jugadores y comunidades.

La primera temporada podría centrarse en el América de Cali, pero la siguiente podría llevarnos a ciudades como Buenos Aires, Río de Janeiro, Ciudad de México o Madrid, cada una con sus propios conflictos, equipos y aficionados. Al igual que *The Last Dance* (2020), que exploró la historia de Michael Jordan y los Chicago Bulls, la serie podría examinar en profundidad la vida de futbolistas icónicos, las dinámicas de hinchadas y los desafíos a los que se enfrentan los equipos en un contexto de violencia y caos social.

Por ejemplo, podríamos adentrarnos en la historia del fútbol argentino, explorando equipos como Boca Juniors o River Plate, y cómo la política y los conflictos sociales han marcado su historia. De la misma manera, un capítulo podría enfocarse en la

rivalidad histórica entre equipos brasileños, como Flamengo y Corinthians, y cómo estos duelos han sido epicentros de enfrentamientos más allá de lo deportivo. A medida que la franquicia crezca, los personajes podrían evolucionar y adaptarse a nuevos escenarios, manteniendo la conexión emocional con los fans a través de historias que exploran la lucha, la esperanza y la pasión que caracteriza al fútbol en todo el mundo.

Esta expansión no solo permitiría profundizar en el contexto cultural y social de cada país, sino que también generaría una conexión global, unificando a los aficionados de diferentes culturas bajo el mismo denominador común: el fútbol como un reflejo de las luchas sociales. La franquicia podría, incluso, culminar con un enfrentamiento mundial entre

equipos de diversas regiones, donde las tensiones locales y globales se entrelacen, y donde el fútbol se convierta en el escenario de una historia más universal, similar a lo que ocurre en *La Casa de Papel* (2017) pero con el fútbol como el epicentro.



Red Screen Studio SAS
NIT 901047317-0
Cel. 3212518004
Cra 15 # 135 - 41 Of 205
Bogotá D.C

Fotografía del Director Santiago Castro / Final América vs Junior, 2019/ Estadio Pascual Guerrero



Sinopsis Argumental

Bienal Roja

Introducción: Un reflejo de identidad colectiva y patrimonio cultural

Bienal Roja es un largometraje documental que sigue el proceso de transformación y lucha de un fotógrafo bogotano que, durante los años más duros de la pandemia de COVID-19, se adentra en el mundo del América de Cali para capturar la historia de su equipo. A través de su lente, el protagonista recorre los caminos del fútbol, el deporte que ha sido su pasión desde niño, y en este viaje documenta dos victorias trascendentales: el primer campeonato femenino y un bicampeonato masculino. Sin embargo, más allá de la gloria deportiva, la película explora cómo este deporte se convierte en un reflejo de los conflictos sociales, la desigualdad y la esperanza de un país marcado por tensiones políticas y una crisis sanitaria mundial.

No solo sigue el proceso de transformación y lucha de un fotógrafo bogotano, sino que se convierte en una reflexión profunda sobre el fútbol como una forma de patrimonio cultural inmaterial. En particular, se centra en el América de Cali, un club que representa mucho más que un equipo deportivo para sus seguidores; es un símbolo de identidad, resistencia y esperanza. La película busca responder la pregunta de lo que el América de Cali significa para aquellos que se identifican con sus colores, su historia y sus símbolos, y cómo, en un contexto de crisis social y política, el fútbol se convierte en un reflejo del alma colectiva del país.

Escenario y Temporalidad

La acción de la película se desarrolla en distintas ciudades de Colombia, siendo Bogotá y Cali los centros de atención principal. Bogotá es la ciudad natal del fotógrafo, mientras que Cali, ciudad emblemática del América de Cali, es donde se llevan a cabo los partidos decisivos de ambos campeonatos. El escenario se convierte no solo en el contexto físico, sino también en un espacio simbólico de lucha, comunidad y resistencia. En el campo de fútbol, se dan las victorias que parecen temporales, pero en las gradas y las calles, el fútbol se convierte en el reflejo de la vida misma: un campo de batalla donde las emociones, los sueños y las frustraciones se mezclan.

La temporalidad abarca los años 2020 a 2022, un período de gran agitación social en Colombia. La pandemia de COVID-19, las protestas sociales y las tensiones políticas crean un telón de fondo en el que el fútbol juega un papel crucial, no solo como escape, sino como el núcleo de una identidad colectiva. La película refleja el contraste entre la incertidumbre sanitaria, las protestas en las calles y las celebraciones deportivas que reúnen a millones de colombianos frente a la pantalla o en los estadios vacíos.

Desarrollo del Arco Dramático

-Primer Acto: La lucha personal del fotógrafo y el vínculo con el América de Cali

El relato comienza con el fotógrafo protagonista, un hombre cuyo trabajo ha estado marcado por años de cobertura en el fútbol profesional. Su vínculo con el América de Cali no es solo profesional, sino profundamente personal. Desde niño, ha sido hinchas del club, lo que lo ha llevado a recorrer el país siguiendo al equipo en su búsqueda por capturar la esencia del fútbol colombiano. Pero que

ahora se enfrenta a un desafío personal: el Paro Nacional y la pandemia de COVID-19. En este contexto, decide documentar las victorias de dos equipos del América de Cali: el equipo femenino, que alcanza su primer campeonato, y el masculino, que obtiene un bicampeonato histórico. Sin embargo, más allá del triunfo deportivo, el fotógrafo se enfrenta a un conflicto más profundo sobre lo que significa este equipo para la sociedad colombiana.

Lo que comienza como un trabajo profesional se convierte rápidamente en una introspección emocional, a través de su lente, empieza a entender cómo este equipo no solo simboliza la pasión por el deporte, sino que se erige como un patrimonio intangible que conecta a las generaciones con su historia, sus luchas y sus sueños. En este primer acto, se plantea la pregunta central: ¿por qué el América de Cali tiene un significado tan profundo para su gente?

-Segundo acto: El fútbol como espejo de las tensiones sociales y símbolo de esperanza

A medida que el fotógrafo se adentra en el mundo del América, su trabajo lo lleva a conocer historias de sacrificio, superación y lucha. Las jugadoras del primer campeonato femenino enfrentan obstáculos tanto dentro como fuera de la cancha, desafiando no solo la discriminación de género, sino también la falta de recursos en un deporte históricamente dominado por hombres. Los jugadores masculinos luchan por el bicampeonato en un contexto social marcado por la violencia y la desigualdad. En este proceso, el fútbol se revela como un escenario donde se libran batallas mucho más profundas que las deportivas. Se convierte en un reflejo de las tensiones sociales y de la resiliencia de un pueblo que, a través del amor por su equipo, encuentra una forma de expresión colectiva frente a las adversidades.

Las gradas vacías, los estadios vacíos durante la pandemia, se convierten en símbolos de aislamiento, pero también de resistencia, donde el fervor y el trabajo en equipo de la hinchada sigue vivo en las calles, a pesar de las restricciones sanitarias. A través de la cámara del fotógrafo, la película explora cómo el fútbol se transforma en un espacio simbólico que da sentido a la vida colectiva. A través de estos personajes, se expone el fútbol como un terreno donde no solo se disputa el campeonato, sino también la dignidad y el reconocimiento de los distintos grupos sociales que componen el país.

-Tercer Acto: El triunfo como afirmación cultural y patrimonio colectivo

La película culmina con el bicampeonato masculino del América de Cali, un triunfo que va más allá de lo deportivo y se convierte en una afirmación cultural. En este desenlace, la pregunta sobre lo que significa el América de Cali para su gente recibe una respuesta poderosa: el fútbol es, para los hinchas, una manifestación de su identidad, un patrimonio que los une en tiempos de crisis. Los logros del equipo se experimentan como victorias compartidas por toda una comunidad, que se siente reflejada en el triunfo deportivo como una metáfora de resistencia y esperanza ante los desafíos que enfrenta el país.

A través del viaje del fotógrafo y de las historias de los jugadores, las jugadoras y los hinchas, *Bienal Roja* nos muestra cómo el fútbol, y específicamente el América de Cali, es un símbolo cultural que no solo alimenta las pasiones de sus adeptos, sino que también sirve como un testimonio de lucha, orgullo y pertenencia. Una reflexión donde las victorias deportivas se entrelazan con las esperanzas de una nación que nunca deja de soñar y resistir.

El desarrollo dramático del filme se articula a través de un enfoque observacional, como en las obras de cineastas como Chris Marker. La cámara se convierte en una especie de testigo que no solo captura los eventos, sino que también cuestiona, explora y reflexiona sobre los procesos internos de los personajes. Este enfoque permite que el espectador se convierta en parte del viaje emocional del protagonista, del equipo y de los hinchas, mientras exploran los vínculos que existen entre el fútbol, la comunidad y el país, invitándonos a reflexionar sobre cómo el fútbol, especialmente el América de Cali, no es solo un deporte, sino una forma de patrimonio cultural intangible que conecta a los colombianos con su historia, su identidad y su lucha por un futuro mejor.

Personajes Principales y Evolución

El Fotógrafo (Protagonista)

El fotógrafo es el personaje central de *Bienal Roja*. A lo largo de la película, su papel transita de observador a participante activo en la narrativa. Al inicio, se presenta como un profesional del fútbol, que se aproxima al América de Cali desde su rol de documentalista. Sin embargo, a medida que se adentra en la historia del equipo, empieza a percibir que su trabajo tiene un significado más profundo. Su vínculo personal con el fútbol y con los jugadores se convierte en un punto de inflexión, pues comienza a cuestionarse sobre su lugar en la historia de un país marcado por la polarización y las luchas sociales. A nivel subjetivo, el fotógrafo experimenta un proceso de transformación emocional, en el que la cámara no solo registra, sino que también se convierte en una extensión de su propia búsqueda de sentido. Su evolución está marcada por la reflexión sobre cómo las historias personales de los jugadores y las hinchas son, en el fondo, historias de una Colombia que se reinventa cada día a pesar de las dificultades.

Las Jugadoras del Equipo Femenino

Las jugadoras del América de Cali son retratadas como mujeres que desafían las limitaciones sociales y económicas para hacer historia. En el primer campeonato femenino, ellas no solo luchan por la victoria deportiva, sino también por la visibilidad y el respeto en un contexto donde el fútbol ha sido un territorio históricamente excluyente para las mujeres. A lo largo del documental, las jugadoras pasan de ser vistas como una novedad en el fútbol colombiano a ser reconocidas como protagonistas de un cambio en la percepción del deporte. Cada una de ellas lleva consigo una historia de superación, enfrentando dificultades tanto dentro como fuera de la cancha. Su evolución a lo largo de la película no solo tiene que ver con su éxito deportivo, sino con el poder de ser un referente para las nuevas generaciones de mujeres que sueñan con hacer del fútbol una forma de expresión y de justicia social.

Los Jugadores del Equipo Masculino

Los jugadores del América de Cali, por su parte, son figuras complejas que deben lidiar con las demandas de la alta competencia y las tensiones sociales que afectan a su entorno. A medida que la película avanza, sus historias se convierten en un reflejo de los desafíos que enfrenta la sociedad colombiana: pobreza, inseguridad y desigualdad. Sin embargo, el deporte también les ofrece un espacio de esperanza, un lugar donde la unidad del equipo se convierte en un símbolo de superación. En su proceso de lucha por el bicampeonato, los jugadores enfrentan no solo a sus

rivales, sino también a las adversidades del contexto social y político. Al final, su triunfo se convierte en una manifestación de la capacidad de resistir y persistir frente a las circunstancias más adversas.

Los Hinchas

Los hinchas del América de Cali son la voz del pueblo. A través de ellos, el documental captura la dimensión emocional y simbólica del fútbol, pues el deporte para ellos no es solo un pasatiempo, sino un espacio donde se vuelcan todas las emociones de un pueblo que ha sido golpeado por la desigualdad y la violencia. Los hinchas del América son la encarnación de la pasión y la esperanza, manteniendo viva la llama del equipo a pesar de los momentos de crisis. A nivel subjetivo, su relación con el fútbol se transforma de un acto de fervor hacia un símbolo de resistencia colectiva. A medida que avanzan los partidos, los hinchas se convierten en testigos y partícipes de la historia, viviendo los éxitos del equipo como propias victorias.

Entidades Gubernamentales: El contexto de tensión y control

El gobierno nacional, encabezado por el presidente Iván Duque, enfrentó tanto la gestión de la emergencia sanitaria como las protestas sociales que se intensificaron en el país a partir de 2021. Las autoridades, como la Policía Nacional y los alcaldes de distintas ciudades, incluidos los de Bogotá y Cali, tuvieron que gestionar con la creciente violencia en las calles, especialmente durante las protestas del Paro Nacional, que coincidieron con el contexto de la pandemia. El comportamiento de las entidades gubernamentales se caracterizó por una respuesta represiva hacia las manifestaciones, donde la Policía fue acusada de excesos de fuerza, lo que generó un ambiente de tensión y polarización en el país. A su vez, los alcaldes y gobernadores tuvieron que balancear el control de la pandemia con la necesidad de gestionar el descontento social y las dificultades económicas.

Medios de Comunicación: La narrativa en tiempos de crisis

Los medios de comunicación, tanto nacionales como internacionales, jugaron un rol esencial durante este período, siendo el canal de transmisión de las tensiones sociales y deportivas. Los noticieros, las redes sociales, la prensa escrita y la radio cubrieron ampliamente los efectos de la pandemia, las protestas sociales y los eventos deportivos. Los medios no solo informaban sobre la situación sanitaria, sino que también amplificaban las tensiones políticas y sociales, convirtiéndose en un reflejo de la polarización que vivía el país, incluyendo la censura, la difusión de noticias falsas y la imposibilidad de ocultar una crisis a nivel nacional.

Relación entre los Personajes

El hilo conductor de *Bienal Roja* es el fútbol como un espacio donde se conectan las historias de los diferentes personajes. El fotógrafo, los jugadores, las jugadoras y los hinchas comparten una relación compleja, que no solo se limita al deporte, sino que se extiende a los vínculos emocionales y culturales que existen entre ellos. A lo largo de la película, todos estos personajes se influyen mutuamente: el fotógrafo encuentra en los jugadores y hinchas una razón para seguir adelante con su trabajo, las jugadoras logran hacer historia gracias al apoyo de la hinchada, y los hinchas, a pesar de las restricciones dispuestas por entes gubernamentales y difundidas por los medios de comunicación tradicionales, encuentran en las victorias del equipo un motivo para celebrar, encontrarse y soñar con un futuro mejor.

Tratamiento



Sinopsis Argumental

Bienal Roja es un largometraje documental que sigue la historia de un fotógrafo bogotano quien, durante los años más críticos de la pandemia de COVID-19 y las protestas sociales en Colombia, se sumerge en el mundo del América de Cali para capturar su transformación. A través de su lente, el documental narra dos victorias trascendentales: el primer campeonato femenino y un bicampeonato masculino. Sin embargo, más allá del éxito deportivo, la película explora cómo el fútbol se convierte en un reflejo de las luchas sociales, la desigualdad y la esperanza de un país marcado por tensiones políticas y una crisis sanitaria global.

El fútbol, y en particular el América de Cali, se presenta como un patrimonio cultural inmaterial que une a una comunidad en torno a símbolos de identidad, resistencia y esperanza. La película busca responder a la pregunta: ¿Qué significa el América de Cali para sus hinchas y cómo este equipo se convierte en un espejo de la sociedad colombiana?

Estructura Narrativa

1. Primer Acto: El Fotógrafo y su Vínculo con el América de Cali

El fotógrafo, un hinchas apasionado del América de Cali, inicia un viaje personal y profesional para documentar al equipo durante la pandemia y el Paro Nacional. Lo que comienza como un trabajo se transforma en una introspección emocional, donde descubre

que el fútbol es más que un deporte: es un patrimonio que conecta generaciones con su historia, luchas y sueños.

2. Segundo Acto: El Fútbol como Espejo de las Tensiones Sociales

A medida que el fotógrafo se adentra en el mundo del América, conoce las historias de las jugadoras del equipo femenino, quienes desafían la discriminación de género y la falta de recursos, y de los jugadores masculinos, que luchan por un bicampeonato en un contexto de violencia y desigualdad. El fútbol se revela como un escenario donde se libran batallas más profundas que las deportivas, reflejando las tensiones sociales y la resiliencia de un pueblo.

3. Tercer Acto: El Triunfo como Afirmación Cultural

La película culmina con el bicampeonato masculino, un triunfo que trasciende lo deportivo y se convierte en una afirmación cultural. El fútbol, y específicamente el América de Cali, se erige como un símbolo de resistencia y esperanza, un patrimonio que une a la comunidad en tiempos de crisis.

Enfoque Audiovisual y Narrativo

- **Estilo Visual:** La fotografía se basa en una estética de contrastes, capturando la vibrante pasión del fútbol y la sombra de la violencia social. Influenciado por cineastas como Chris Marker (*Sans Soleil*), la cámara actúa como un observador activo, con tomas largas y pausadas que permiten la reflexión, y planos dinámicos que sumergen al espectador en la euforia del estadio o el dolor de las protestas.
- **Paleta de Colores:** Se utiliza una paleta cálida y saturada para las escenas de fútbol y celebraciones, contrastando con tonos fríos y sombríos para las tensiones sociales.
- **Sonido:** La banda sonora combina música original con sonidos orgánicos y autóctonos, inspirada en el minimalismo de Jean Rouch y la emotividad de John Carpenter. El sonido de los estadios, las protestas y las voces de los personajes crean una inmersión total en la narrativa.
- **Ritmo:** Alterna momentos de reflexión pausada con secuencias rápidas y cargadas de emoción, especialmente en las escenas de fútbol.

Referentes Visuales y Conceptuales

- **Chris Marker:** Por su enfoque observacional y reflexivo, donde la cámara no solo documenta, sino que interroga y cuestiona.
- *Democracia en Blanco y Negro* y *Al Filo de la Democracia*: Por su exploración del contexto social y político como un personaje más en la narrativa.
- *Les Maîtres Fous* (Jean Rouch): Por su uso del sonido como herramienta para conectar la imagen con el contexto social y cultural.

Personajes Principales

1. **El Fotógrafo:** Protagonista y narrador, evoluciona de observador a participante activo, cuestionando su rol en la documentación de un país en crisis.
2. **Las Jugadoras del Equipo Femenino:** Mujeres que desafían la discriminación y la falta de recursos, convirtiéndose en referentes de cambio y justicia social.
3. **Los Jugadores del Equipo Masculino:** Figuras complejas que reflejan los desafíos de la sociedad colombiana, encontrando en el fútbol un espacio de esperanza y superación.
4. **Los Hinchas:** La voz del pueblo, encarnan la pasión y la resistencia, viviendo los éxitos del equipo como victorias propias.
5. **Los Gobiernos:** Representan el poder que influye en la vida de los protagonistas, balanceando decisiones durante la pandemia y protestas, enfrentando dilemas en un país marcado por violencia y desigualdad.
6. **Los medios de comunicación:** Amplifican narrativas de violencia y victoria, manipulando la percepción pública del fútbol y la política, mientras enfrentan la ética de la información y la desinformación.

Bienal Roja es un documental que trasciende el fútbol para explorar la identidad, la resistencia y la esperanza de una sociedad en crisis. A través de una mirada observacional y subjetiva, la película captura la complejidad de un país que encuentra en el deporte un reflejo de su alma colectiva. Con una estética cruda pero poética, y un enfoque narrativo que combina reflexión y emoción, *Bienal Roja* se posiciona como un testimonio poderoso de la lucha por la vida, la justicia y la identidad en Colombia.



NOTA DEL DIRECTOR

Mi relación con el fútbol, en particular con el América de Cali, es profundamente personal. Desde niño, he sido testigo de la pasión, la tragedia y la esperanza que este deporte genera en Colombia, un país donde el fútbol se ha convertido en un reflejo de las luchas sociales, las tensiones políticas y las tragedias cotidianas. Como hincha, productor, fotógrafo y periodista, he vivido el fútbol desde distintos ángulos: como espectador fervoroso, como observador privilegiado en los estadios y como productor multimedia acreditado. *Bienal Roja* es la culminación de estos años de experiencias, investigaciones y emociones. Es una historia sobre cómo el fútbol se vive, se sufre, se celebra y, sobre todo, cómo nos une y nos define como sociedad.

La motivación principal de esta película es rendir homenaje a las vidas perdidas en la violencia del fútbol, pero también capturar la resiliencia de una comunidad que, en medio de la pandemia y las turbulencias sociales, sigue buscando una razón para seguir adelante. A través de la lente de un fotógrafo, nos adentramos en la intimidad del América de Cali, tanto en el campo de juego como en las tribunas, explorando la conexión entre el equipo y su hinchada, y cómo este vínculo se manifiesta en momentos históricos como el primer campeonato femenino y el bicampeonato masculino, promoviendo la reflexión acerca de los símbolos, sus valores sociales y sus formas hereditarias.

Tratamiento audiovisual: Para este proyecto, mi enfoque busca una cercanía única a la realidad del fútbol colombiano. Tomando como referencia el trabajo de cineastas como Chris Marker, la narrativa no se limita a ser un simple relato de hechos; se convierte en una reflexión, en un ejercicio de observación profunda. Al igual que en *Le Joli Mai* (1963) o *Sans Soleil* (1983), busco que la cámara se convierta en un narrador, que no sólo captura los eventos, sino que también interactúa con ellos, se pregunta, se inquieta y busca las conexiones que nos permitan comprender la complejidad de un contexto marcado por la violencia, la solidaridad y la esperanza. La presencia del director, a través de la cámara, será fundamental para construir un relato que se enriquezca por su subjetividad, sin perder la objetividad necesaria para captar la esencia del fútbol y la sociedad colombiana.

Fotografía y Estilo Visual

La fotografía será un elemento clave en la construcción de la atmósfera del documental. Busco crear un contraste entre la crudeza de la realidad y la emoción del fútbol, utilizando una paleta de colores saturados y cálidos para las escenas que ocurren en los estadios, en las concentraciones del equipo y en las celebraciones de los hinchas. Estas imágenes se contraponen con las escenas más íntimas y reflexivas, donde la cámara será más observacional, casi en la línea de un *cinéma vérité*, permitiendo que los personajes se desarrollen y nos hablen desde sus propias voces. La luz natural será primordial, para que cada escena respire la autenticidad del momento y del lugar.

La presencia de la hinchada será fundamental en el diseño visual. Las tomas amplias y abiertas de las tribunas vibrantes y el uso de planos detalles de los gestos, las emociones y las interacciones de los hinchas serán la columna vertebral de la película. Estas imágenes se combinarán con tomas más cercanas de los jugadores, buscando capturar la tensión, la pasión y el desgaste de una temporada que estuvo marcada por la incertidumbre de la pandemia.

Sonido: El sonido en *Bienal Roja* será una herramienta esencial para crear una inmersión total en el mundo del fútbol. La atmósfera de los estadios se construirá con una mezcla de sonidos reales de los partidos, los cantos de la hinchada, las celebraciones, pero también las voces de los personajes, quienes nos ofrecen su perspectiva del

fútbol, la vida y los retos colectivos. De manera similar a las obras de Jean Rouch, como en *Les Maîtres Fous* (1955), donde el sonido se convierte en un elemento que conecta la imagen con el contexto social y cultural, en *Bienal Roja* el sonido se utilizará no sólo para dar profundidad a la acción, sino para transmitir el estado emocional y político del país.

Además de los sonidos de los estadios, el ruido de las protestas sociales y las tensiones políticas se incorporarán de manera sutil, fusionándose con la emoción del fútbol, lo que permitirá que el espectador perciba, de forma sensorial, el ambiente de un país en crisis.

Dirección de Arte: La dirección de arte estará marcada por la autenticidad y la sencillez. En la película, los escenarios serán aquellos que realmente representan la vida cotidiana de los jugadores, la hinchada y el contexto social en el que se desarrolla la historia: los estadios, las calles de Bogotá, las carreteras y las casas de los hinchas. La ropa y el vestuario se enfocarán en reflejar la identidad del América de Cali, con un enfoque especial en los elementos visuales que representan la resistencia y la pasión del hincha.

Además, el diseño de producción intentará capturar la historia no sólo a través de lo que vemos, sino también de lo que sentimos al estar en esos lugares. Las imágenes de los estadios vacíos, las manifestaciones de apoyo a los jugadores o la hinchada desbordada de emoción serán el corazón de la película, su tratamiento visual y sonoro estará orientado a trasladar al espectador a ese mismo espacio emocional.

Ritmo y edición: El ritmo de *Bienal Roja* será deliberadamente pausado en los momentos de reflexión, mientras que en las secuencias de fútbol se buscará un ritmo dinámico, con una edición ágil que logre transmitir la adrenalina y la pasión del deporte. En la postproducción, se prestará especial atención a la temporalidad: alternar entre el pasado reciente (campeonatos previos) y el presente (la pandemia y las protestas) de una manera que refleje la distancia emocional y la perspectiva histórica.

El estilo de edición será orgánico, en consonancia con la naturaleza observacional de la película, permitiendo que la cámara registre el flujo de los eventos, pero también intercalando momentos de pausa, en los que los personajes puedan reflexionar sobre su vínculo con el fútbol, su identidad y la violencia que ha marcado sus vidas.

Perfil de los personajes: Al igual que en *La Promesa* (1995) de Jean-Pierre Dardenne, cada personaje será tratado con un enfoque humanista, sin caer en la idealización o la victimización. Son individuos complejos, con contradicciones, esperanzas y frustraciones, y será a través de su mirada y sus acciones que construiremos una reflexión profunda sobre el fútbol como un microcosmos de Colombia.



Rafael Santiago Castro Velasco
Red Screen Studio
Cel. 3212518004

NOTA DEL PRODUCTOR

1. Introducción al Proyecto y Objetivos de Financiación

Bienal Roja es un largometraje documental que explora la historia del América de Cali, uno de los clubes más importantes de Colombia, desde la perspectiva de un fotógrafo bogotano que se embarca en un viaje para capturar su evolución durante la pandemia y las turbulencias sociales del país. A través de su lente, la película documenta no solo los logros deportivos del equipo, como el primer campeonato femenino y un bicampeonato masculino, sino también la complejidad de las representaciones en esta comunidad y su posible acepción como patrimonio cultural inmaterial.

Este proyecto busca no solo llevar la historia al cine, sino también expandirla a través de una experiencia transmedia que incluye exposiciones interactivas y una estrategia de intervención comunitaria con hinchas. Para alcanzar nuestros objetivos de producción y distribución, buscamos asegurar un financiamiento mixto que permita materializar todas las dimensiones del proyecto.

2. Fuentes de financiación y estrategias para acceder a ellas

FDC, Estímulos Minculturas y SCRCD: A través de mi experiencia en la gestión de fondos como el Fondo Emprender de la Presidencia de la República y la Beca de la Secretaría de Cultura de Bogotá, planeo aplicar a diferentes fondos públicos que apoyan proyectos cinematográficos con énfasis social y cultural. En particular, estamos interesados en fondos nacionales como el FDC para post producción (concurso) y distribución (automático), el Programa de estímulos de Minculturas y el Programa de estímulos de la SCRCD en Bogotá.

Inversionistas Privados y Patrocinios Corporativos: A través de espacios como la Feria Industrial del Pacífico, la Comunidad Digital de la Cámara de Comercio de Bogotá, así como el Bogotá Audiovisual Market, el FICCI y el Salón de Productores Audiovisuales de Cali, hemos identificado posibles patrocinadores interesados en asociar sus marcas con el proyecto. Este enfoque tiene el potencial de generar recursos adicionales, especialmente a través de acuerdos con casas productoras, agencias de distribución, profesionales independientes, marcas deportivas, medios de comunicación y plataformas de streaming. Los patrocinadores que operan con América de Cali, incluyendo al mismo Club (marcas de ropa deportiva, bebidas y empresas tecnológicas), verán en *Bienal Roja* una oportunidad para conectar con una audiencia apasionada y fiel.

Plataformas de Streaming y Distribuidores Internacionales: Dada la creciente demanda de contenidos documentales en plataformas como Netflix, Prime Video, Max y Disney, buscaremos acuerdos de distribución con estas plataformas, las cuales tienen una fuerte presencia en el mercado latinoamericano. Además, la participación en mercados internacionales como el Bogotá Audiovisual Market y el Mercado Ventana Sur será fundamental para atraer distribuidores globales interesados en el proyecto.

3. Estrategias de Distribución y Exhibición

La distribución y exhibición de *Bienal Roja* se estructuran en torno a tres componentes clave: cine, plataformas digitales y experiencias interactivas. La película se beneficiará de un enfoque transmedia que permita a diferentes tipos de público disfrutarla de diversas formas.

Exhibición en Cines y Plataformas Digitales: El plan inicial incluye un lanzamiento en cines de Bogotá, Cali y otras ciudades colombianas, buscando captar la audiencia local y generar un impacto en la comunidad futbolera. Posteriormente, la película será distribuida en plataformas de streaming, lo que permitirá su alcance global. La creciente popularidad de contenidos deportivos en estas plataformas hace que este sea un paso natural para garantizar que *Bienal Roja* llegue a una audiencia amplia.

Exposición Visual Interactiva: A la par de su distribución tradicional, *Bienal Roja* tendrá una versión expandida que será presentada en exposiciones interactivas en el Estadio y en espacios culturales de Bogotá y Cali. Estas instalaciones permitirán que los espectadores experimenten momentos clave del documental mediante el uso de realidad aumentada, creando una experiencia inmersiva y única. Este tipo de experiencias están alineadas con las tendencias actuales de consumo de contenidos visuales y tecnológicos, que demandan experiencias más participativas y envolventes.

Intervención Comunitaria con Hinchas y Estrategia de Lanzamiento: Una parte fundamental de la estrategia de distribución será la participación de las hinchadas del América de Cali en la creación de contenido y reflexión social sobre el fútbol. Realizaremos talleres y actividades comunitarias que permitan a los hinchas generar contenido propio sobre su relación con el equipo, sus valores y el problema de la violencia en el fútbol. Además, planeamos un lanzamiento único en el Estadio Pascual Guerrero, donde se desplegarán telones gigantes en las tribunas, cubriendo el estadio con imágenes emblemáticas del proyecto. Esta intervención, acompañada de una experiencia de realidad aumentada, promoverá una conexión emocional directa con los miles de aficionados presentes en el evento.

4. Fortalezas de Producción y Alineación con las Tendencias de Consumo

Bienal Roja se posiciona en un lugar único dentro del cine documental gracias a su enfoque en el fútbol, un deporte de gran trascendencia en Colombia y América Latina. La producción cuenta con el respaldo de una red de contactos establecida con el Club América de Cali, las barras organizadas y medios de comunicación como Win Sports, ESPN y Fox Sports, lo que garantiza un acceso exclusivo y auténtico a los aspectos más profundos del club y sus hinchas.

Además, el creciente interés por contenidos deportivos y documentales en plataformas digitales, así como la expansión de experiencias inmersivas, coloca a *Bienal Roja* en una posición ideal para aprovechar estas tendencias y atraer a una audiencia diversa, tanto dentro como fuera de Colombia.



Rafael Santiago Castro Velasco
Red Screen Studio
Cel. 3212518004