

## GUIA DE ESTUDIO

### FESTIVALES – MERCADOS – FONDOS DE AYUDA – WORK IN PROGRESS

#### **FESTIVALES**

La historia de los festivales comienza en 1932 con el festival de Venecia, el cual fue organizado por Mussolini, como propaganda política. Quería correr el centro de atención, de lo que realidad estaba sucediendo. Esto coincide con el contexto histórico, de inicio de la segunda guerra mundial.

Dos años mas tarde el festival adquirió un carácter competitivo cuando se estableció la entrega de la copa Volpi (mejor actor) y la copa Mussolini (mejor película) y también atestiguó el primero de sus escándalos cuando la actriz Hedy Lamarr apareció desnuda en la película “*Extasis*”. Con los años el festival logro renombre pero las influencias políticas afectaron su reputación de independencia.

El festival de Cannes fue organizado en primera instancia en 1939 bajo la presidencia de Louis Lumière, no fue finalmente hasta un año después del final de la guerra, el 20 de septiembre de 1946, cuando tuvo lugar en Cannes la primera edición del Festival.

Si bien las primeras ediciones del Festival lo convirtieron en un evento mundano, la llegada de estrellas de todo el mundo a sus escaleras y su mediatización en aumento contribuyeron a forjar rápidamente un renombre internacional y legendario.

La importancia de este festival radica en la visibilidad que se le comienza a dar a un cine diferente, a partir de los años 60 cuando gana la película “Los 400 golpes”, de Truffaut. Junto con la Nouvelle Vague se comienza a ver un cine independiente.

Hasta 1972, las películas que podían acceder a la selección eran designadas por su país de origen. A partir de esa fecha, el Festival afirmó su independencia convirtiéndose en el único responsable de decidir sobre la Selección oficial de las películas.

Luego en 1951 fue el primer festival de Berlín y en 1953 el de San Sebastián.

El festival de Mar del Plata fue inaugurado el 8 de marzo de 1954 por el entonces presidente Juan Domingo Perón y no se trataba de un festival competitivo, sino de una muestra internacional llamada “Festival Cinematográfico Internacional”. Luego de este se produce una discontinuidad de cuatro años, hasta que en 1959 la Asociación de Cronistas Cinematográficos de la Argentina se hace cargo del festival, y este es reconocido por la FIAPF.

En el año 1966, tras el golpe de Estado al presidente Illia, el Festival queda bajo responsabilidad del entonces **Instituto de Cine**, durante los años 1968 y 1970.

El festival estuvo interrumpido durante la última dictadura cívico militar. Recién en 1996, logra instalarse nuevamente y completamente renovado. En esta nueva etapa se comenzó a realizar en el mes de noviembre, hasta el 2001 cuando vuelve a fecha tradicional en el mes de marzo, pero en el 2008 nuevamente es trasladado al mes de noviembre. En esta etapa el festival accede a la “categoría A”, la más alta asignada por la FIAPF.



## **FIAPF (International Federation of Film Producers associations)**

(Federación Internacional de asociaciones de productores cinematográficos).

Es una asociación la cual categoriza los festivales, dependiendo del presupuesto que manejan, la calidad, el prestigio de los jurados, el departamento de prensa y la antigüedad del mismo.

Esta conformado por 30 asociaciones de productores de 27 países diferentes.

Las categorías son las siguientes:

- COMPETENCIA DE FESTIVALES DE LARGOMETRAJE (Son los festivales de CLASE A).
- COMPETENCIA DE FESTIVALES DE LARGOMETRAJE DE UN GENERO EN ESPECIAL
- FESTIVALES NO COMPETITIVOS
- DOCUMENTALES Y CORTOMETRAJES.

Es importante saber que los festivales de Clase A, son los de mayor categoría.

Veamos cuales son y en que mes, por lo general, se realizan:

- BERLÍN: Febrero
- CANNES: Mayo
- SHANGHÁI: Junio
- MOSCÚ: Junio
- KARLOVY VARY (Rep. Checa): Julio
- LOCARNO (Suiza): Agosto
- MONTREAL: Agosto
- VENEZIA: Agosto
- SAN SEBASTIAN: Septiembre
- VARSOVIA: Octubre
- TOKIO: Octubre
- CAIRO: Noviembre
- TALLIN (Estonia): Noviembre
- INDIA (Goa): Noviembre
- MAR DEL PLATA: Noviembre

Algunos ejemplos de festivales especializados son:

- CARTAGENA: Para películas ibero y latinoamericanas.
- BRUSELAS: Ciencia Ficción
- SÍDNEY: Nuevas direcciones en films
- VALENCIA: Nuevos directores
- LOS ANGELES: Documentales, primera o segunda función.
- COURMAYEUR: Policiales o Suspense.
- SITGES: Películas de fantasía.

Los Festivales no competitivos son los siguientes:



- HAUGESUND (Noruega)
- TORONTO: Es el festival con el mayor mercado.
- VIENNA

#### OTROS FESTIVALES (No categorizados por FIAPF)

- BAFICI
- SUNDANCE
- ROTTERDAM

Veamos lo que es importante a tener en cuenta a la hora de postularnos para concurrir a un festival y por qué elegiríamos ir a uno o varios, ya sea con un proyecto o con una película terminada.

#### Con una **película terminada:**

- **DIFUSION:** Voy a proyectar mi película, para diferentes espectadores, pero al mismo tiempo puedo invitar a la mayor cantidad de gente, inclusive posibles inversores o futuros compradores para luego hacer negocios. Es importante tener en cuenta que si ganamos, podemos ir al distribuidor y decirle estrenala.
- **PRESTIGIO:** Quizá la película no fue un éxito comercial pero entraste a varios festivales. Luego te pueden llamar a ver si terminaste algún otro proyecto y pasarla. Ganar un festival da muchos contactos. Ej: Trapero y Lucrecia Martel.
- **ECONOMICO:** Películas chicas que no van a tener mucho público, quieren tu película en algún festival y podes pedir plata a cambio (SCREENING FEE). Pocas veces pasa.
- **NUEVOS MERCADOS:** Ventas a otros países.
- **POTENCIALES COMPRADORES Y DISTRIBUIDORES.**

#### Con un **proyecto:**

- **CONTACTOS**
- **POSIBLES COPRODUCTORES O INVERSORES**
- **DIFUSION** (De la existencia del proyecto).

Una vez que tenemos en cuenta toda esta información vamos a armar una **agenda de festivales**. Lo primero a tener en cuenta es en que etapa del proyecto estamos. Si la película ya fue terminada o si es un proyecto y vamos a ir por la parte de **work in progress**.

Hagamos un paréntesis, **¿Qué es el work in progress? (cine en construcción)**. Son secciones que tienen los festivales o fondos de ayuda, para incentivar la finalización del proyecto. Pueden ser para desarrollo de guión o para producción. Si quedas seleccionado, te van a dar cierta cantidad de dinero.

Volviendo a la agenda de festivales, vamos a tener en cuenta los siguientes puntos, a la hora de armarla.



1. CALENDARIO: Ver cuando termino mi película, para ver en que mes se desarrolla el festival. Tener en cuenta que algunos festivales de clase A, te piden estreno mundial (no puede haber sido estrenada antes, salvo el país de origen).
2. PRESTIGIO DEL FESTIVAL
3. PERFIL DEL FESTIVAL
4. COMPETITIVO (Premios de prestigio o de dinero)
5. MERCADOS (A que mercados me abre puertas)
6. REPERCUSIÓN DEL FESTIVAL
7. REGIÓN (Internacional, continental, nacional).
8. SECCION DEL FESTIVAL (A la cual me voy a presentar).

**Es importante a tener en cuenta que nosotros podemos elegir a que festival ir y enviar el material necesario para la preselección, pero eso no significa que vayamos a quedar seleccionados. Los festivales de clase A, no te permiten presentarte en ningún otro de la misma clase.**

Hay que pedir información previo a anotarse o a ir al mismo, de quienes van a estar en el mismo (directores, productores, guionistas, etc.), para tener una idea de con quien podemos llegar a hacer negocios.

Dentro de los festivales podemos encontrar mercados y fondos de ayuda. Hay mercados que se organizan a parte de los festivales como también hay fondos de ayuda que no están ligados en absoluto con ningún festival ni mercado

### **MERCADOS**

Es el lugar a donde vamos a vender nuestra película o proyecto. En el mismo se organizan rondas de negocios. Al igual que un festival, es importante tener en cuenta quien va a ir, para poder organizar las reuniones previamente.

Una vez que te anotas en el mismo, luego vas a empezar a recibir mails de gente que quiere reunirse con vos o de novedades de diferentes mercados.

Veamos ejemplos de los mismos:

Dentro del festivales:

- Cannes → Marche du Film
- Berlin → Berlinale (European Film Market – EFM)
- San Sebastian → The industry club

Fuera de Festivales:

- Ventana Sur (Argentina).
- AMERICAN FILM MARKET (USA- Los Angeles)
- The remakes market (USA – Los Angeles)

De TV :

- MIPCOM (Francia)

## FONDOS DE AYUDA

Son programas que tienen el objetivo de financiar total o parcialmente proyectos. Estos pueden ser de índole público como privado, nacionales o internacionales.

Los podemos encontrar dentro o fuera de los festivales.

Veamos un ejemplo de fondo de ayuda ligado a un festival:

- **HUBERT BALS FUND:** Es un fondo de ayuda que se encuentra dentro del Festival Internacional de Rotterdam, el cual ayuda a financiar el desarrollo del proyecto.

Ejemplos de fondos de ayuda fuera de festivales:

- **AIDE AUX CINEMAS DU MONDE** (Reemplaza al FOND SUD). Apoyo del gobierno francés para ayudar a las cinematografías del mundo.
- **PROGRAMA IBERMEDIA:** Ibermedia es un programa de estímulo a la coproducción de películas de ficción y documentales realizadas en países Iberoamericanos (Latinoamérica, Portugal y España). El mismo se rige en el acuerdo latinoamericano de coproducción.

Es importante se busque la información adecuada de cada uno de los festivales, mercados y fondos de ayuda, a los cuales quieran participar, ya que los mismos exigirán presentar diferentes carpetas y tendrán diferentes normativas.

## PITCHING Y PRESSBOOK

**No olvidemos que siempre que vayamos a alguno de estos eventos, tenemos que tener preparado un pitching del proyecto y llevar pressbooks.**

Reveamos:

El **PITCHING**, es una presentación oral del proyecto la cual es llevada a cabo por el productor de la película para vender el producto.

En el mismo es importante dejar en claro, frente a los posibles inversores, de que se trata el proyecto (sinopsis), estado financiero en el cual nos encontramos, que es lo que necesitamos (dinero, bienes o servicios) y que es lo que damos a cambio.

Para esto podemos valernos de elementos para ayudar a la presentación. El punto de equilibrio nos ayudará a demostrar cuan tentativo es el proyecto. Entregar merchandising hará que la persona a la cual queremos venderle el proyecto nos recuerde mas fácilmente.

Debemos tener un **PRESSBOOK** (libro de prensa), el cual contiene todos los datos necesarios para que el inversor pueda contactarnos y saber de que proyecto estamos hablando, como también que en un futuro la prensa pueda escribir una reseña sobre la película.

Contiene: Título, sinopsis, actores, técnicos, fotos, contacto. También se puede incluir información de la productora, filmografía del director, isologos de empresas que financien el proyecto, auspiciantes, fecha de estreno, participación en festivales.

Es importante que el mismo este en español y en inglés.

## AYUDAS DEL INCAA PARA PARTICIPAR EN FESTIVALES

### Resolución N° 871/2014

Por último, hay que tener en cuenta, que ayudas podemos conseguir del INCAA para participar de los festivales ya que el mismo autoriza a aplicar sumas de dinero del fondo de fomento para tales fines.

El aporte va a depender del tipo de festival y nivel de participación del proyecto. Se pueden utilizar para realización de copias, subtítulos y pasajes aéreos (productor, director, actor protagonista y/o agente de ventas). No incluye gastos de hoteles, comidas y viáticos.

El film debe contener en los créditos de apertura los logos del INCAA y CINE ARGENTINO.

El solicitante deberá acreditar:

- Que el proyecto este declarado como PELICULA NACIONAL
- Si es una coproducción internacional, los aportes de la parte argentina no pueden ser menores al **40%** y debe haber sido reconocida por el INCAA.
- Invitación oficial al festival.

Las ayudas previstas en esta Resolución se otorgarán hasta un máximo de TRES (3) ayudas anuales. Cada película podrá acceder a un máximo de DOS (2) ayudas para asistir a Festivales Internacionales.

El INCAA propone 4 tipos de festivales, para luego delimitar los montos máximos de ayuda a otorgar según al cual se concurra:

TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4
Berlin	Rotterdam	Toulouse	Amsterdam
Cannes	Locarno	Rio de Janeiro	Nyon
Venecia	La Habana	Guadalajara	HotDocs
San Sebastián	Sundance	Huelva	Sheffield
Toronto	Roma (Roma Cinemafest)	Malaga	Yamagata
		Montreal	It's all true
		Londres Intl.	Cinema du Reel
		Valladolid	Austin Fantastico
		Tribeca	Sitges
		Biarritz	PIFAN
		Miami Intl	Morbido
		Morelia	Clermont-Ferrand
		Cartagena	Annecy
		Varsovia	
		Abu Dhabi	
		Guanajuato	
		Lima	
		Valdivia	
		Gramado	
		Karlovy Vary	
		Moscú	



<b>Festival</b>	<b>Participación de la película</b>	<b>Apoyo</b>
TIPO 1	COMPETENCIA OFICIAL	Hasta 3 pasajes en clase económica, subtulado, envío de material e impresión de material gráfico (hasta 5 afiches, 500 postales y 100 press kit). O hasta PESOS SETENTA Y CINCO MIL (\$ 75.000)
TIPO 1	SECCION PARALELA COMPETITIVA	Hasta 2 pasajes en clase económica, subtulado, envío de material e impresión de material gráfico (hasta 5 afiches, 500 postales y 100 press kit) O hasta PESOS CUARENTA Y CINCO MIL (\$ 45.000)
TIPO 1	SECCION PARALELA NO COMPETITIVA	Hasta 1 pasaje en clase económica, subtulado, envío de material e impresión de material gráfico (hasta 5 afiches, 500 postales y 100 press kit) O hasta PESOS VEINTE MIL (\$ 20.000)
TIPO 2	COMPETENCIA OFICIAL	Hasta 2 pasajes en clase económica, subtulado, envío de material e impresión de material gráfico (hasta 5 afiches, 500 postales y 100 press kit) O hasta PESOS CUARENTA Y CINCO MIL (\$ 45.000)
TIPO 2	SECCION PARALELA COMPETITIVA	Hasta 1 pasaje en clase económica, subtulado, envío de material e impresión de material gráfico (hasta 5 afiches, 500 postales y 100 press kit) O hasta PESOS VEINTE MIL (\$ 20.000)
TIPO 3	COMPETENCIA OFICIAL	Hasta 1 pasaje en clase económica, subtulado, envío de material e impresión de material gráfico (hasta 5 afiches, 500 postales y 100 press kit) O hasta PESOS VEINTE MIL (\$ 20.000)
TIPO 3	SECCION PARALELA COMPETITIVA	Subtulado, envío de material e impresión de material gráfico (hasta 5 afiches, 500 postales). O hasta PESOS DOCE MIL (\$ 12.000)
TIPO 4	COMPETENCIA OFICIAL	Hasta 1 pasaje en clase económica, subtulado, envío de material e impresión de material gráfico (hasta 5 afiches, 500 postales y 100 press kit) O hasta PESOS TREINTA MIL (\$ 30.000)
TIPO 4	SECCION PARALELA COMPETITIVA	Subtulado, envío de material e impresión de material gráfico (hasta 5 afiches, 500 postales) O hasta PESOS DOCE MIL (\$ 12.000)