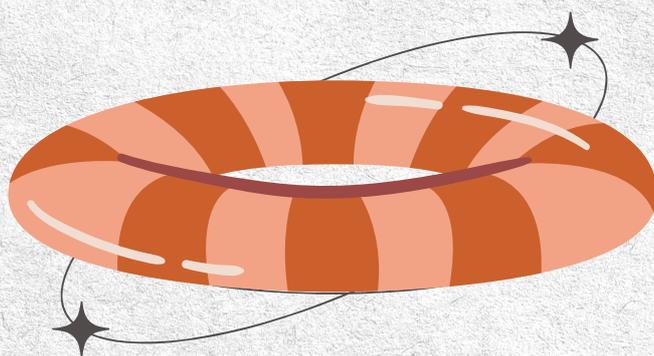


SOFÍA BUILES CASTAÑO

GUÍA BÁSICA DE SUPERVIVENCIA

Para el productor principiante



EDICIÓN

*Primeras participaciones en
espacios de industria.*

INDICE

Introducción.....	2 pág.
Empecemos por el comienzo.....	3 pág.
Preguntas que hay que hacerse.....	3 pág.
Preguntas Clave.....	6 pág.
Y¿ Ahora? ¿A dónde voy?.....	6 pág.
Preparados... ¿Listos?.....	7 pág.
Que hay que entender antes de ir.....	11 pág.
Planeación.....	12 pág.
La estrategia de venta.....	15 pág.
La agenda.....	17 pág.
Haciendo la maleta.....	21 pág.
El Celular.....	22 pág.
Llegamos y ¿Qué hago?.....	25 pág.
Dupla productor/director.....	25 pág.
El final.....	26 pág.
Agradecimientos.....	27 pág.
Tips.....	por todas partes.



INTRODUCCIÓN

Este es un kit de herramientas y tips básicos para la participación en espacios de industria cinematográfica. Usa esta guía como base para tu primera experiencia, hecha de un principiante para principiantes, un texto que pone a la mano información de quienes ya se encuentran en el mercado para quienes apenas empezamos.

EMPECEMOS POR EL COMIENZO

En algún momento durante mi carrera empezaron a surgir dudas sobre cómo hacer de nuestras películas, productos audiovisuales que aparecieran en pantallas, que pudiera viajar con ellos, hacer de la producción audiovisual algo que no sólo respondiera a nuestras necesidades expresivas, sino que también tuviera el impacto y alcance que soñábamos tener.

Sí. Todo comienza con un sueño y quiero poner al alcance de a quien interese, los primeros pasos para hacerlo realidad.

PREGUNTAS QUE HAY QUE HACERSE

Comencemos, lo primero que tenemos que tener absolutamente claro y es que:

El alcance de tu película se piensa y planea desde su concepción*

Los productores, directores, interesados en el cine, o humanos que lean esto, nosotros no podemos pensar nuestra participación en la industria al terminar nuestra película, perdemos un sinnúmero de oportunidades y experiencias sin tenerlas siquiera en cuenta.

**No se nos puede olvidar*

TIPS

1

*Siempre ten
solucionado, todo el
tema de contratos y
derechos de autor*

2

*La voz de la
experiencia: pregunta,
busca y soluciona
dudas con quienes han
estado en estos
espacios.*

3

*Los mercados son un
proceso, la exhibición y
distribución son el
último escalón para
quien planea desde el
comienzo de su película.*



4

No hay una fórmula mágica o razón de éxito, Pero si hay pasos a seguir y estrategia que se construye con cada película.

5

Saber con quién vas a hablar (establecer una relación correcta de comunicación con el interlocutor) y si esta persona se adecua a las necesidades de tu película.

6

Empieza en lugares más amigables, no todo es Cannes.

Preguntas clave para tenerlo claro

- ¿Para quién está dirigida la película?
- ¿Quién la va a ver?
- ¿En qué momento?
- ¿Cuánto vale?
- ¿Cómo la financio?
- ¿Cuál es su objetivo?



Y ¿AHORA? ¿A DÓNDE VOY?

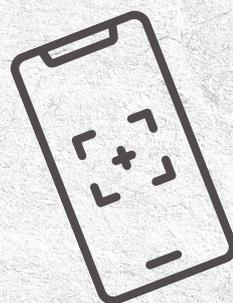
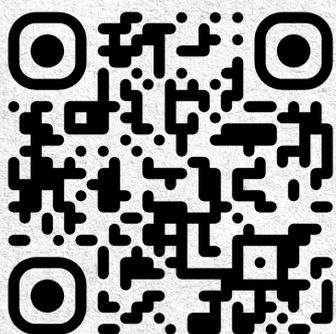
Bajémosle un poquito a las revoluciones, si ya tenemos alguna idea de a lo que queremos llegar con nuestra película, primero conozcamos y hagamos un primer rastreo de a dónde podemos ir, qué es lo que se adecua a nuestras necesidades.

Llegó el momento de empezar a empaparse, para esto debemos conocer nuestras posibilidades. Buscar en las listas del FDC puede ser un buen comienzo si no conoces mucho el panorama, Google es nuestro mejor aliado y nunca te quedes con las portadas. Puedes comenzar con los más cercanos, por género de tu peli, por duración, etc.



Escribe tu primera búsqueda

Dejo algunos datos y tablas que pueden servir por acá



PREPARADOS... ¿LISTOS?:

Los check list definitivamente se hicieron para los productores, y como en otras etapas del desarrollo de nuestro proyecto, este es el momento en el que hagas otro...

Fíjate muy bien en los catálogos y en las condiciones de participación de cada convocatoria, con ojo de lupa.

Ten en cuenta que por regla general todo este tipo de actividades requieren no solo asuntos de papelería, sino también condiciones técnicas que generalmente tienen un costo extra, por ejemplo las traducciones, subtítulos, mezcla de audio y materiales de promoción.

Por eso al principio de esta guía mencionamos tener planeada la participación, porque para esto también se necesita presupuesto; uno exclusivo y acorde a las proyecciones que hicimos inicialmente.

Por último, pero no menos importante tenemos que prepararnos nosotros mismos: Pitch, técnicas de negociación, presentación de proyectos, manejo de nervios y expresión en público, entre otras habilidades que se pueden seguir entrenando- si tenemos falencias en ello. La preparación puede ser la clave para ser lo más auténticos y claros al momento de enseñar nuestro audiovisual a otros.



TIPS

7

Aprender a hablar y a callar: Respetar los roles del pitch, cada quien con su cada cual.

8

El momento del agente: busca un agente de ventas cuando estás terminando post.

9

Realiza fogueos de preparación para productores en espacios cercanos.



10

*Todo es muy
costoso, ojo con el
presupuesto.*

11

*El Inglés: Todo el
material debe estar
también en inglés, tú
debes manejar el
idioma, nadie va a
defender tu película
como tu.*

12

*Toca enfrentar
los miedos,
¡vamos a
intentarlo!*

HAY QUE ENTENDER ANTES DE IR

Prueba y error

No nacemos aprendidos, y debemos tener en cuenta que por mucho que planeemos, por mucho que nos empapemos del tema, por más que pidamos asesorías, y tengamos proyectado hasta el más mínimo segundo, todo puede fallar.

Y podemos no conseguir ninguna cita, nuestro proyecto puede no quedar seleccionado, nos pueden cancelar una reunión en último momento, podemos haber cometido algún error, podemos pasar penas, nos puede destrozar el discurso la ansiedad, y podemos no ser los mejores negociando.

Pero de eso se trata, de prepararnos también para fallar, para frustrarnos, para sentirnos perdidos...

Pero aún más importante es prepararnos para volverlo a intentar, para aprovechar los espacios que nos ofrece nuestro oficio, para replantearnos estrategias, para disfrutar de otras dinámicas, para seguirnos formando y aprendiendo del medio.

PLANEACIÓN

Dimos un gran paso, ahora no solo sabemos qué convocatorias existen, si no que ya nos proyectamos en alguno, ya tenemos un presupuesto y listos todos los requisitos, ya prácticamente estamos inscritos... Claramente todo lo anterior, teniendo claro el objetivo con nuestra participación.

Preguntas Clave

¿Qué necesitamos?

¿Qué estamos buscando?

¿A quiénes nos interesa conocer ahí?

Ahora, después de conocer las respuestas, llegó la parte de planear nuestra asistencia

TIPS 

13

Si tienes la oportunidad, revisa en tu panorama nacional en dónde puedes empezar.

14

Lleva dinero para gastos sociales

15

La puntualidad es ESENCIAL, si vas a llegar tarde es mejor que no vayas.



16

Siempre lleva una tarjeta de identificación de contacto, nombre de la peli, acceso a algo del material y algo referente a ti.

17

Busca el espacio adecuado para tu película, donde realmente brille.

18

Todo puede ser networking

LA ESTRATEGIA DE VENTA

El arte de la seducción

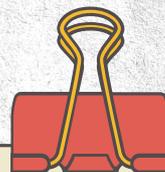
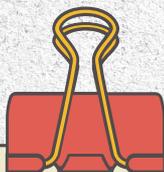
Puede sonar un poco raro este salto tan comercial que tomó el tema, pero es así y es una forma sencilla de entenderlo.

Cuando presentamos nuestro proyecto, estamos dando a conocer nuestro producto, y tiene que ser coherente con la etapa de producción en la que se encuentra.

Si estamos en desarrollo tendremos un guión y un pequeño brochure con el alma de la película, si ya tenemos casting y scouting; mostraremos fotografías de los mismos, si tenemos un teaser, un primer corte, lo que tengamos y se adecue a el evento al que vamos a ir, va a ser lo que vamos a mostrar. Seduzcamos con nuestra estrategia de venta, creemos material único, destacable y distinguible.

Seamos originales en esa tarjeta de presentación que le entregamos al distribuidor, tan particulares como nuestra película.

Deja volar tu imaginación, en esa tarjeta de presentación



LA AGENDA

Tal vez este es uno de los puntos más importante en esta guía, más que todo como herramienta para que no andemos perdidos en el monstruo que puede llegar a ser un mercado cinematográfico.

La agenda no es más ni menos que nuestro itinerario de actividades día a día de participación, en la que se tienen que tener en cuenta varios aspectos, esta no es otra lista.

Para la realización de la agenda tenemos que tener en cuenta primero, con quienes nos interesa tener citas, en que estrenos, cenas, conversatorios, queremos estar; vamos a tener en cuenta cuánto nos demoramos en cada uno, además de sus ubicaciones y el tiempo que nos toma desplazarnos de un lugar a otro.

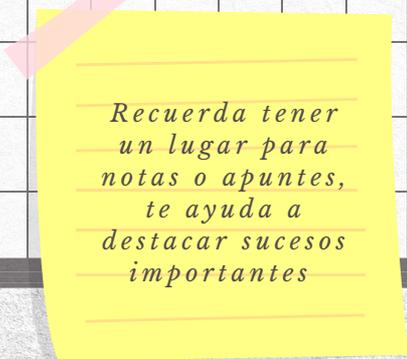
Si bien puede sonar sencillo, puede convertirse en un verdadero rompecabezas, por eso mismo también la realización de la agenda te permite organizar tu día de la forma más eficiente posible.

Eficiente no es igual a frenético

Y una agenda eficiente, es una agenda que te hace feliz.



¿Cómo organizarías tu agenda?



Recuerda tener un lugar para notas o apuntes, te ayuda a destacar sucesos importantes

TIPS 

19

Monta tus citas desde mucho antes, planeación ante todo.

20

La agenda entre más precisa mejor

21

Así estés chiquito, llena tu agenda con todo lo que te interese.



22

Confirma
tus citas

23

Ten un espacio en
tu agenda para
hacer anotaciones.

24

Todos somos seres
humanos, hasta los que
hacen negocios, no
olvides nunca el respeto
y educación en tus
relaciones sociales.



HACIENDO LA MALETA

Que emoción, estamos cada vez más cerca. Ahora nos vamos a enfocar en un aspecto totalmente práctico. ¿Cómo se hace una maleta para un mercado?
a tener en cuenta:

1. El equipaje extra es costoso

2. Antes de empacar tus cosas, asegúrate de empacar toda tu película (y todos los materiales que preparaste).

3. Ahora sí, medias, camisas, pantalones, vestidos de gala... Un momento **VESTIDOS DE GALA. No.**

Definitivamente, nadie hace negocios en un mercado vestido de gala, dentro de la industria, a pesar de que se maneja una cierta formalidad, no se viste de esta forma para interactuar en general.

¡Claro! Para el estreno si hay que llevar gala, tal vez uno de coctel, pero ese no es el vestuario día a día, sé tu mismo, muévete cómodo y no pretendas ser alguien que no eres.

4. Artículos de primera necesidad

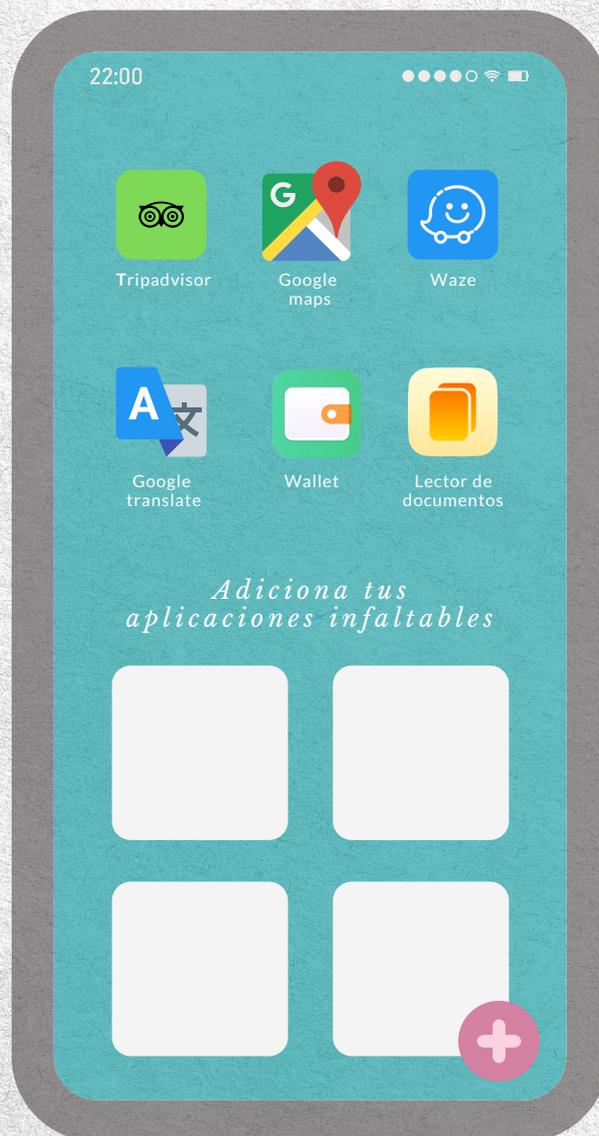
5. Tu celular, cargador, batería móvil y obviamente tu agenda.



EL CELULAR

El indispensable, el que no se puede dejar por nada del mundo, el que no se puede perder, y el que te puede sacar de aprietos.

En el celular simplemente puede estar todo, por eso siempre va acompañado de cargador y batería móvil. Puedes tener ahí tu agenda, el teaser, los apuntes de las citas, las tarjetas electrónicas, el brochure, los tiquetes de avión, el control de gastos, los números de los contactos con los que te vas a encontrar. Todo está en el celular.



TIPS 

 25

Sé tú mismo, no pretendas

26

*No pierdas los estribos
(el control ante todo)
no son vacaciones es
tu perfil profesional el
que está en juego.*

 27

*No persigas a
nadie: para eso
existen las citas.*



28

Duerme lo más posible y un bonfiest puede ser una gran ayuda.

29

*Sé fiel a tu película:
Los únicos productores no son solo los que van a mercados, hay muchas otras rutas igual de valiosas.*

30

Nunca se termina de hacer un negocio en el mercado.

LLEGAMOS Y ¿QUÉ HAGO?

¡Por fin!, pero ¿Quién me quita está sensación de miedo, de enfrentarme a algo desconocido? Lo único que puede ayudarte es que en este punto, es que te informaste muy bien, sabes con quién vas a tener las citas, eres prácticamente uno con la película, y además has trabajado para enfrentar cualquier resultado.

No queremos ser productores frustrados y aterrorizados, somos productores principiantes que están dispuestos a aprender.

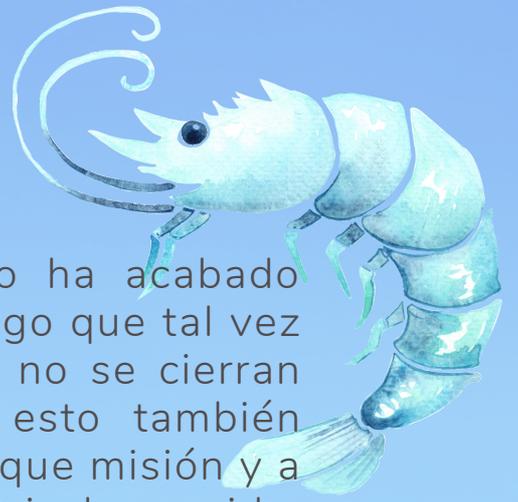
LA DUPLA PRODUCTOR/DIRECTOR

Son los representantes estrella de su equipo de producción, deben ser uña y muga, más sintonizados que nunca, son la dupla maravilla y eso se debe ver en su relación y discurso frente a los demás.

Hablen, practiquen, ponganse de acuerdo, cada quien tiene sus puntos fuertes y débiles, conozcanlos y dense su lugar cuando sea el momento que cada uno.

Esto les ayudará a reconocer en qué momento debe intervenir cada uno, y así establecer una relación más cercana con la persona con la cual tienen la cita.

EL FINAL



¡Listo! Este es el...no. Aún no ha acabado nuestra labor. Y aquí te digo algo que tal vez no te han dicho, los negocios no se cierran en los mercados, claro que esto también depende de en que etapa, con que misión y a que tipo de espacio de industria hayas ido. Como ya lo hablamos antes, tenemos momentos en el desarrollo, otros con el objetivo de financiación o coproducción y otros para distribución y exhibición, aún así cada uno generalmente tiene un componente de seguimiento.

Lo que hacemos en el mercado es tener ese primer contacto, ese interés, allí es donde nace, pero el fin del mismo requiere seguimiento.

Así que pregunta, conserva el contacto, mantén esa llama viva. Y sigan construyendo juntos, llevando su producto audiovisual hasta donde **SUEÑAN**.

Agradecimientos

A cada uno de los que me permitieron soñar
dentro de cuatro paredes