

Produir i finançar un documental a Catalunya.

És possible finançar un documental a Catalunya sense la participació d'una cadena de televisió?



Autor: Josep Padró-Piedrafita

Tutor del TFG: María Bestard

Grau en Comunicació, UOC 2016

Resum

La idea de la dissertació és investigar les diferents formes de producció i finançament que existeixen a Catalunya per a realitzar un documental. L'objectiu és conèixer si és possible finançar un documental sense la participació o col·laboració d'una cadena de televisió i també saber si realment existeix un "mercat" amb el gènere documental a Catalunya. Tot des d'un punt de vista eminentment econòmic i pràctic.

Summary

The idea of the dissertation is investigate different forms of production and financing that exist in Catalonia to make a documentary. The goal is to know whether it is possible to finance a documentary without the participation or cooperation of a television station and see if there really is a "market" with the documentary genre in Catalonia. Whole from an eminently practical and economic vision.

Agraïments

A la meva dona, per la seva paciència i suport en uns moments complicats, i quan preferiria estar amb ella a les nits enlloc de llargues hores davant de l'ordinador treballant i estudiant.

A la meva tutora del treball, María Bestard, per la seva ajuda, guia i valuosos consells durant la realització d'aquest treball.

A en Marc Petitpierre i en Pep Masias per dedicar-me una part del seu valuós temps i compartir amb nosaltres una petita part del seu coneixement.

I als meus pares, professors els dos, per ensenyar-me el valor de l'educació i encoratjar-me sempre a realitzar tasques acadèmiques.

Índex de continguts:

1. Introducció	6
1.1 Objectius generals i específics	8
1.2 Metodologia	9
2. Els orígens del documental	12
2.1 El documental	13
2.2 Documental vs reportatge	15
2.3 Tipus i estils de documentals	16
3. La producció d'un documental	20
3.1 Equip tècnic i cost	21
3.1.1 Departament de guió	24
3.1.2 Departament de producció	25
3.1.3 Departament de direcció	27
3.1.4 Departament de fotografia	28
3.1.5 Departament de so	30
3.1.6 Departament de postproducció	30
3.2 El pressupost	33
4. El finançament del documental	38
4.1. Les subvencions o ajudes	39
4.2 Co-produccions o pre-vendes drets emissió	39
4.3 Préstecs o crèdits	41
4.4 Inversors	41
4.5 Micromecenatge	42
4.6 Patrocini	43
4.7 Inversió pròpia	44
4.8 Venda i lloguer de vídeo	44
4.9 Festivals i Mercats	45
4.10 El calendari de finançament	45
5. La distribució del documental	48
5.1 La comercialització	49
5.2 El distribuïdor	50
5.3 Cinema	51

5.4	Televisió	52
5.5	Vídeo i DVD	53
5.6	Internet	54
5.7	Festivals i Mercats	54
6.	Conclusions	56
7.	Bibliografia i webgrafia	62

1. Introducció

El documental és un gènere que es troba en auge a Catalunya. Cada cop hi ha més documentals a la programació televisiva autonòmica. Cada cop hi ha més escoles de cinema amb una o més assignatures dedicades exclusivament al documental. Cada cop es creen més i nous màsters sobre documental o "realitat". Cada cop es presenten més projectes documentals a la televisió per la seva coproducció. Cada cop hi ha més subvencions per produir documentals...

No és l'objectiu d'aquest treball explicar el perquè del creixement d'aquest gènere en els últims anys però sí que és important desmentir d'inici una falsa creença que potser l'ha fet ser massa "famós". Tal com diu Pep Masias, productor executiu i director de producció de múltiples documentals:

"El documental no és ni fàcil de fer ni de produir. De fet, els estudiants tenen més problemes a l'hora d'acabar un curt documental que un curt de ficció".

Sóc professor de l'assignatura "Direcció documental" en una escola de cinema. També he donat, durant molts anys, cursos subvencionats per la FAPAE a autònoms i aturats de "Tècniques de reportatge i documental". Uns cursos molt demanats per periodistes i cineastes independents. Una pregunta o consulta molt comuna entre els meus alumnes és: **"Es pot aixecar el finançament d'un documental sense la coproducció d'una cadena de televisió?"** O **"...vinc aquí perquè m'expliquis com aixecar finançament sense la participació d'una operadora de televisió"**. La meua resposta acostuma a ser un "depèn".

Hi ha molts factors que influeixen al respondre aquesta pregunta que pot semblar senzilla. Per exemple:

- *Quin tipus de documental es vol realitzar?*
 - S'ha de saber diferenciar si el documental és un producte de denúncia social i que busca la màxima difusió en un territori concret per davant d'interessos econòmics, com el cas de "Ciutat Morta" <https://ciutatmorta.wordpress.com/>.
 - Si és un projecte que pretén aconseguir un rendiment econòmic, com podria ser "Comprar, llençar, comprar" <http://www.rtve.es/television/documentales/comprar-tirar-comprar/>,

un documental de forta denuncia social també, però que la productora va aixecar el capital necessari per produir-lo i ara s'està distribuint i comercialitzant a nivell mundial generant beneficis.

- O si es pretén fer una peça més d'autor o artística com "El complex de Stradivarius", <http://www.ccma.cat/tv3/alcanta/programa/El-complex-de-Stradivarius/video/4584351/>, on l'objectiu pot ser buscar nous llenguatges o explicar històries minimalistes al gran públic i on es considera que el director té més llibertat per a realitzar la seva obra.

En funció del tipus de documental, el tema que tracti i el públic objectiu, pot ser aconsellable o no la participació de la televisió.

- *Quin pressupost o quant costarà fer-lo?*
 - No és el mateix plantejar un documental basat en imatges d'arxiu familiars com "Nobody's Business", <http://www.imdb.com/title/tt0117196/>,
 - Que una gran producció com "Música Savall", <http://www.rtve.es/alcanta/videos/otros-documentales/musica-savall-historia-borgia/1457308/>.

Depenent del pressupost es necessitaran més o menys vies de finançament.

- *Quina distribució es pretén fer?*

Internet? Cinema? Televisió? Vídeo i DVD? Festivals? Cada mitjà té uns requisits, uns formats i un públic, que pot influir en el documental. Si es vol fer una peça per Internet, un curt documental de 10 minuts pot ésser suficient i fins i tot massa llarg. En canvi, un documental per sales de cinema ha de durar un mínim de 80 minuts.

- *I finalment, quina comercialització o quin rèdit econòmic es vol aconseguir?*

Aquesta és una pregunta molt vinculada a l'anterior. Es vol aconseguir un rendiment econòmic amb el documental? Una cosa és aixecar el finançament i el

pressupost per fer el documental però, un cop fet, **es vol aconseguir un benefici per fer més rentable la feina feta?**

Sembla que un cop aixecat el finançament i fet el documental la tasca ja s'ha acabat, quan moltes vegades només ha començat. Un exemple que poso a les meves classes és comparar un documental amb un retolador (sí, un retolador amb el que pinto a la pissarra). Quan nosaltres hem acabat la producció d'un documental és com si haguéssim acabat la producció d'un objecte. Molt bé i ara què? Em guardo el retolador a la butxaca i s'ha acabat? Jo crec que no. **L'objectiu es vendre i comercialitzar aquest objecte fet.** Que la gent el conegui i l'utilitzi. I segurament hi ha hagut un pla de màrqueting, distribució i comercialització previ a la construcció del retolador. Perquè amb un documental no s'hauria de fer?

1.1 Objectius generals i específics

Així doncs, la pregunta principal que guiarà el treball i la recerca serà: **És possible aixecar el finançament i produir un documental a Catalunya sense la participació d'una cadena de televisió?** Tenint sempre present les possibles repercussions, positives o negatives, dels diferents tipus de producció i de finançament de l'obra que s'adoptin.

Per poder contestar aquesta qüestió complexa serà necessari el desenvolupament d'uns objectius específics, per bastir el marc teòric i situar millor al lector del treball, com:

- Explicar què és o què s'entén per un documental. Una breu introducció a la seva història, explicació del gènere, el format, la duració i la diferència amb el reportatge.
- Com s'organitza l'equip de producció d'un documental, amb els rols i preus. Quin pressupost mig acostuma a tenir cada tipus de documental, etc...
- Quines vies de finançament existeixen amb els seus pros i contres. Subvencions autonòmiques i estatals, coproduccions, venda de drets d'emissió, i altres formes alternatives com el micromecenatge o el patrocini.
- Quines formes de distribució i comercialització hi ha. Televisions, cinema, Vídeo i Dvd, Internet, festivals...

L'estudi de tots aquests punts ens permetrà fer una reflexió profunda del propòsit final d'aquesta dissertació en unes conclusions. L'objectiu principal serà valorar si

realment és **possible aixecar el finançament i produir un documental a Catalunya, traient rendiment econòmic en el millor dels casos, sense la col·laboració, coproducció o participació d'una cadena de televisió. També es valorarà si realment existeix un "mercat" i si és possible aconseguir beneficis econòmics de l'explotació d'un producte documental produït a Catalunya.**

Val a dir que aquest treball no pretén tractar el gènere documental des de l'àmbit teòric, ni filosòfic, ni històric, encara que serà necessària una breu introducció, **sinó des d'una perspectiva eminentment econòmica, realista i pràctica.**

1.2 Metodologia

El punt de partida d'aquesta dissertació és el creixent auge del gènere documental a Catalunya, proporcional a la creixent inquietud i dubtes de com aixecar, de forma alternativa i amb l'aparició de nous mitjans com Internet, el finançament per produir-ne un.

Per abordar amb èxit l'objectiu final d'aquest treball, saber si realment és possible produir un documental sense la col·laboració d'una cadena de televisió a Catalunya (i amb quines conseqüències o repercussions), és necessari primer situar i bastir un context i crear un marc teòric i conceptual sobre el gènere documental i els seus costos de producció.

Per desenvolupar aquesta primera part de la dissertació, s'han usat diversos autors de referència però amb punts de vista diferents:

- El director Michael Rabiger i el seu llibre "Dirección de documentales" <http://www.casadellibro.com/libro-direccion-de-documentales-3-ed/9788488788412/789735>, un llibre amb una visió molt teòrica i didàctica del documental.
- El cineasta francès, Jean Breschand, i el seu llibre, "El documental la otra cara del cine", <http://www.casadellibro.com/libro-el-documental-la-otra-cara-del-cine/9788449316036/982940>, un director i una obra amb un punt de vista més poètic i d'autor.
- El historiador de mitjans, Erik Barnouw, i el seu llibre "El documental: historia y estilos" <http://www.casadellibro.com/libro-el-documental-historia-y-estilo/9788474325638/505895>. Un llibre que repassa la història i recorda

que el cine va néixer com a documental però també parla dels problemes financers i de distribució d'aquest gènere.

- La meua pròpia experiència (i no em considero cap referència però crec que puc aportar alguns coneixements al treball) plasmada en el meu llibre <https://www.libreriaproteo.com/libro/ver/id/930472/titulo/tecnicas-de-reportaje-y-documental.html>, un recull dels apunts de les meves classes i feina, amb una visió més pràctica i propera del documental a Catalunya.
- Finalment altres fons més genèriques com wikipedia <https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada>, o el Diccionari de la "Real Academia Española (DRAE)", <http://dle.rae.es/?w=diccionario>.

Pel que fa al cost, pressupost i als equips de producció, s'han usat els mateixos autors de referència anteriors, així com la cerca, estudi i comparativa de diversos documentals emesos en diferents mitjans, èpoques i de diversos gèneres, com:

- "Ciutat Morta" <https://ciutatmorta.wordpress.com/>, documental produït per Diana Asenjo.
- "El complex de Stradivarius", <http://www.ccma.cat/tv3/alcanta/programa/El-complex-de-Stradivarius/video/4584351/>, documental produït per Marc PetitPierre.
- "En construcción" https://es.wikipedia.org/wiki/En_construcci%C3%B3n, documental produït per Joan Barjau.
- "De nens" <http://www.massador.com/films/de-nens.html>, documental produït per Isona Passola.
- "Reconèixer Borrell", <http://www.ccma.cat/tv3/alcanta/programa/Reconeixer-Borrell/video/4567571/>, documental produït per Pep Masias.
- "Madame Barcelona", <http://www.ccma.cat/tv3/alcanta/sense-ficcio/madame-barcelona-un-recorregut-per-larc-del-teatre/video/5562467/>, documental produït per Marc PetitPierre.

Tots són documentals amb un pressupost moderat però que van ser factibles, i que han sigut o estan essent rendibles, i amb difusió o distribució a la televisió o cinema, cosa que es pot considerar un èxit. Es podria haver triat altres exemples, però per la naturalesa del treball i amb l'afany d'intentar ser el més realista possible en les produccions de documentals a Catalunya, hem cregut que aquests eren uns bons exemples.

Un cop creat el marc referencial necessari s'exposen, en la segona part de la dissertació, els punts claus per l'objectiu del treball, les diferents formes de finançament i distribució que existeixen a Catalunya, amb el seu pro i contres. Per desenvolupar aquesta part calen uns coneixements més concrets i pràctics i menys generalistes i teòrics. Així que, a part dels autors de referència i de l'estudi de tots els documentals citats anteriorment, s'ha cercat el saber de diversos professionals del sector amb molta experiència. En concret s'ha entrevistat a:

- Pep Masias, director de producció i productor executiu de múltiples documentals. <http://pepmasias.blogspot.com.es/>. Una entrevista gravada sonorament amb la finalitat de ser una font d'investigació i documentació. <https://youtu.be/RhdY-pLxsj0>
- Marc Petitpierre, empresari i productor executiu de Karavanfilms <http://karavanfilms.com/>. Una entrevista gravada sonorament amb la finalitat de ser una font d'investigació i documentació. <https://youtu.be/dX1HmPQhpt4>

També s'ha usat la cerca per Internet per conèixer com funcionen les televisions de Catalunya amb el gènere documental, sobretot TVC i com funcionen les coproduccions o les compres de drets d'emissió, les distribuïdores de cinema i els festivals. A més s'han estudiat les subvencions i convocatòries i el funcionament dels mercats.

Finalment s'ha investigat el finançament i la distribució alternativa usant com a referència:

- Els apunts del material docent de la UOC, "Producció i distribució multiplataforma", de Robert Figueras i Gemma Dunjó.
- La tesi doctoral d' Antoni Roig "Cap al cinema col.laboratiu: pràctiques culturals i formes de producció participatives".
- I l'experiència de Juan Sala, cofundador de Verkami, una de les principals plataformes de micromecenatge de Catalunya. <https://www.verkami.com/>

2. Els orígens del documental i del reportatge

Definir en l'actualitat el que es considera un documental és una tasca molt difícil. Tal com diu Michael Rabiger:

“Si preguntáramos a dos documentalistas lo que es un documental, con seguridad no se pondrían de acuerdo. Con el paso del tiempo, los parámetros se van ampliando y las nuevas generaciones continúan con la misma discusión.”

Efectivament, el pas del temps, els canvis tecnològics i l'aparició de nous gèneres i mitjans, han transformat el concepte de documental. Per entendre'l doncs sembla necessari un estudi breu dels seus orígens per comprendre la seva evolució fins a l'actualitat.

El 28 de Desembre de 1895, en el Grand Café de París, va tenir lloc un esdeveniment històric. Un parell de científics, els germans Lumière, van presentar a la societat francesa el seu últim invent. Un artefacte tecnològic que havien batejat amb el nom de cinematògraf. El públic va entrar al Café i va prendre lloc ple de curiositat. Es van apagar els llums i va començar la projecció. Els espectadors, espantats per la locomotora que se'ls llençava a sobre, van marxar corrents cap a la sortida. Acabava de néixer el cinema i per molts autors com Jean Breschand, el cinema documental.

La primera pel·lícula que es va projectar oficialment es coneguda com “La llegada de un tren a la estación” i la seva duració és inferior a un minut. El que es podria considerar el primer curtmetratge documental.

http://www.youtube.com/watch?v=tz_l8JDYXmc.

De fet els germans Lumière mai es van considerar cineastes i encara molt menys documentalistes, no obstant, com diu Jean Breschand:

“Estos origenes encarrilan al cine como un medio capaz de restituir la realidad, de reproducirla”.

Qui és considerat per molts el pare del documental cinematogràfic és Robert Flaherty. El comparen a Griffith, ja que, al igual que el creador de “El nacimiento de una nación”, Flaherty va consolidar un llenguatge y una manera de

narrar a través del cinema, en el seu cas documental. **“Nanook of the North” (1922) és considerat el primer llargmetratge documental de la història.** Per filmar-lo, Robert Flaherty va passar pràcticament dos anys i mig convivint amb un caçador i pescador que encarna el personatge de Nanook.
<https://www.youtube.com/watch?v=WvRhofbYGHY>

A partir dels anys 30 el terme documental es popularitza en cinema però també en fotografia. Les seves grans característiques tal com explica Jean Breschand són:

“la reivindicació del realisme, del captar les coses tal com son; l’experiència de la catàstrofe; i una decidida actitud moral. Trets definitoris que requereixen ser restaurats periòdicament”.

És al 1950 quan es produeix el punt d’inflexió del cinema documental. Hi ha una transfiguració del gènere i entra en els espais informatius de les noves emissores de televisió. **Els creadors deixen de ser cineastes i passen a ser periodistes. Es desvaloritza el documental com a peça artística i es reforça com a eina d’informació, coneixement o divulgació.** On s’imposa la immediatesa i la transmissió del contingut (missatge o el què direm) per davant del continent (la forma o el cóm ho direm). En aquest moment es formalitza una ruptura entre el concepte de documental, com herència de les corrents estilístiques de la història del cine, i aquest nou gènere que es desenvolupa a les redaccions dels informatius de televisió i que rep el nom de reportatge.

2.1 El documental

Jean Breschand creu que la “noció” documental és tant nebulosa com el terme “ficció” o “no-ficció”. No hi ha cap definició que l’esgoti i els contraexemples sorgeixen de tot arreu. De fet per Breschand:

“ Sólo existe una diferencia esencial entre un paisaje filmado en una ficción y un paisaje filmado en un documental: la elección de un encuadre, una duración, una ubicación en el montaje; es decir una diferencia de forma pero no de naturaleza”.

Amb l’afany de ser més pràctics i menys filosòfics s’ha cercat la definició al Diccionari de la “Real Academia Española (DRAE)”:

“ Una película cinematográfica o programa televisivo que representa, con carácter informativo o didáctico, hechos, escenas, experimentos, etc. tomados de la realidad”.

I a wikipedia:

“ Documental es cualquier programa de televisión, en film o video, basado en documentos y realizado sobre imágenes reales. La estructura de dichas imágenes y sonidos, según el punto de vista del autor, determina el tipo de documental”.

De totes aquestes definicions i la meva experiència personal m'atreveixo a extreure algunes característiques comunes sense la intenció de ser pretensions ni sentències:

- Que el documental és un gènere cinematogràfic o televisiu. Encara que parlar d'aquests gèneres amb els nous mitjans com Internet no té massa sentit.
- Que el documental es basa en elements obtinguts de la realitat. Imatges, en film, vídeo o fotografies, o documents.
- Que el documental és una ficció. És una història o una versió creativa de la realitat ja que l'estructura en el muntatge o la selecció d'un enquadrament ja altera la realitat.
- Per tant es pot deduir que és fonamental l'ús de la narrativa i que és subjectiu.

En quant a la subjectivitat i objectivitat, es podrien omplir moltes pàgines sobre aquest debat. **Personalment sóc de l'opinió que en l'audiovisual no existeix l'objectivitat.** L'única manera de fer un documental objectiu seria deixar la càmera fixa i gravar amb pla seqüència, sense tocar-la, ni influir tampoc en el que passa davant de càmera.

Com sentència Breschand:

“No nos cansaremos de repetir que una imagen no tiene nada de objetivo. No es más que el resultado de un conjunto de restricciones técnicas y opciones de representación”.

O com diu Rabiger Michael:

“La seductora idea de que la cámara siempre puede captarlo todo con objetividad comienza a desmoronarse en cuanto nos enfrentamos con unas cuantas consideraciones prácticas. Por ejemplo, ¿cuál es la posición objetiva de La cámara, dado que ha de colocarse en algún sitio?, ¿cómo se decide objetivamente en qué momento ha de iniciarse y cortarse una toma? Y, al revisar posteriormente el material, ¿cómo se hace la evaluación de los fragmentos que mejor representan la “verdad objetiva” y, por consiguiente, deben emplearse? Todas estas decisiones, que se han de tomar al efectuar el montaje, tienen como objeto comprimir tomas que resultan largas y confusas para obtener secuencias que sean relativamente breves y cargadas de significado.”

2.2 Documental vs reportatge

No és l'objectiu d'aquest treball aprofundir en aquest altre debat, amb el qual es podria fer una altra dissertació completament diferent. Hi ha molts punts de vista i opinions de diferents teòrics, ja que la línia (si n'hi ha) que separa documental i reportatge sembla que cada cop és més fina. Però **sí que és un punt molt important a tractar breument a nivell econòmic.**

I per què? Doncs perquè **ni a Catalunya (ni a Espanya, ni a Europa), existeixen subvencions per produir reportatges. El reportatge, com s'ha vist, no es considera un gènere cinematogràfic i, per tant, no té sentit que obtingui una ajuda destinada a la “cultura”.** Tampoc les televisions compren o coprodueixen reportatges perquè, com també s'ha vist, els reportatges, per norma general, se'ls fan i produeixen internament.

Per tant és molt important, si no volem limitar les nostres vies de finançament i distribució només al començar, saber diferenciar molt bé el que les televisions i les institucions culturals entenen per reportatge i per documental.

El Diccionari de la “Real Academia Española (DRAE)” defineix el reportatge com:

“El reportaje televisivo es un género periodístico que relata, de manera libre pero directa, un hecho noticioso. Es todo relato periodístico esencialmente informativo, libre en cuanto a tema, objetivo en cuanto al modo y redactado

preferentement en estil directe, en el que se da a conecer un hecho o suceso de interés actual o humano”.

Jean Breschand el defineix en el seu llibre com:

“Es una película sobre... trata sobre... Se habla como si no hubiera historia, se excluye de entrada toda dimensión narrativa. Solo importa el tema. Sin duda esto tiene que ver con que los reportajes a menudo tratan de ilustrar en imágenes una sentencia dictada de antemano. Una voluntad didáctica que condena automáticamente su alcance cinematográfico”.

Ja en aquestes definicions es poden veure unes quantes diferències entre el reportatge i el documental.

- El reportatge és un gènere periodístic i no cinematogràfic.
- El reportatge tracta un fet noticiós i d'interès públic, normalment actual, quan en canvi un documental pot tractar un tema passat o més minimalista.
- El reportatge al tractar un fet noticiós on prima la velocitat, està més limitat en la producció (menys dies de preparació, rodatge i edició) i això limita i influeix necessàriament en la seva forma o tractament, mentre que el documental pot tenir un calendari de producció més llarg que permet rodar més escenes o muntar més dies per exemple.
- El reportatge es centra en el tema, i pot tenir o no una historia, el documental es centra en una historia, vinculada sempre a uns personatges, i que pot donar més o menys rellevància al tema.
- El reportatge ha d'intentar ser objectiu, en quant a la forma, mentre que el documental és més d'autor i pot ser més subjectiu.

2.3 Tipus i estils de documentals

Hi ha moltes formes de classificar un documental. Per la tipologia del nostre treball **els diferenciarem per la seva temàtica, la seva duració i, tenint en compte el propòsit de la dissertació, en els seus objectius econòmics.**

1.- A nivell temàtic hi ha molts gèneres o subgèneres en el documental. Els més comuns són:

- El documental històric, que com el seu nom indica se centra en un esdeveniment o una part de la història. Com per exemple: "Garbo" de Edmon Roch. <http://www.garbothemovie.com/>. (Encara que també es podria considerar un documental biogràfic).
- El documental social, que se centra en la gent i en la crítica o denúncia social. Com per exemple: "De nens" de Joaquim Jordà. <http://www.filmaffinity.com/es/film323336.html>
- El documental de naturalesa, se centra en els animals i la natura. "Tierra. La película de nuestro planeta"
<https://www.youtube.com/watch?v=v7sLxbUo2cU>
- El documental biogràfic, que se centra en explicar la vida d'una persona. Com "Pau Casals y la paz"
<http://www.rtve.es/alicarta/videos/imprescindibles/imprescindibles-pau-casals-paz/1765351/>
- El documental d'autor, on el director té un paper preponderant al basar-se en un guió propi i es considera que té més llibertat per realitzar la seva obra i plasmar els seus sentiments i inquietuds. A Televisió de Catalunya van considerar el meu documental "El complex de Stradivarius" com un documental d'autor. <http://www.ccma.cat/tv3/alicarta/programa/El-complex-de-Stradivarius/video/4584351/>

És important saber diferenciar entre aquests gèneres i, sobretot, saber diferenciar quins temes interessin a cada televisió. Per exemple, i basant-me en les meves pròpies experiències, TVC està interessada en documentals històrics de Catalunya, documentals socials i documentals biogràfics. En menor mesura en documentals d'autor i finalment, rares vegades, s'interessa per documentals de naturalesa o documentals històrics que no tinguin Catalunya o la llengua catalana com a referència.

En principi **un documental que tracti un tema internacional segurament serà més fàcil de distribuir i vendre a nivell europeu, però no necessàriament serà més fàcil de finançar** a Catalunya. És possible que el tema no sigui prou interessant per les cadenes autonòmiques o locals i no vulguin participar o col·laborar en el projecte.

2.- La segona forma de classificació és per la seva duració. Malauradament, en molts casos, la duració del documental no és lliure i estarà força limitada.

- **Menys de 30 minuts.** Es considera un curtmetratge documental. Díficilment interessarà a una televisió a no ser que tingui en antena un programa concret. Tampoc interessarà a cap distribuïdora de cinema, vídeo o DVD, a no ser que sigui amb un pack o una col·lecció. La sortida principal d'un curtmetratge documental seran els múltiples festivals que existeixen o la seva distribució per Internet.
- **30 minuts** (uns 24-26 minuts si es compta publicitat). Les televisions consideren aquesta duració un reportatge. Díficilment podrem vendre'l o trobar coproducció amb una televisió, a no ser que sigui un conjunt de documentals, és a dir, un programa seriat de 13 capítols. Tampoc interessarà a cap distribuïdora de cinema. En canvi és possible que es pugui distribuir en vídeo o DVD si hi ha una col·lecció adient. També el podrem presentar a múltiples festivals ja que, 30 minuts, encara es considera un curtmetratge. Finalment es podria distribuir per Internet encara que la duració ja és molt llarga per aquest mitjà.
- **60 minuts** (52-54 minuts). El que es considera el documental de televisió per excel·lència a Catalunya. És el format més fàcil de col·locar a la televisió. També pot interessar a distribuïdores de vídeo o DVD com a producte únic. Pel que fa a festivals, es considera ja un llargmetratge i pot competir per premis interessants però, a no ser que tingui èxit, no interessarà a cap distribuïdora de cinema. Com en els anteriors casos es podria distribuir bé per Internet, ja fos el documental íntegre o per capítols.
- **Més de 80 minuts.** El format ideal per les sales de cinema. També interessa a les televisions encara que el seu major pressupost pot fer més difícil aixecar el finançament. També pot interessar a distribuïdores de vídeo o DVD com a producte únic. A més és el format que permet participar en més festivals i optar a millors premis. Finalment es podria distribuir per Internet, ja fos el documental íntegre o per capítols.

3.- La tercera forma de classificació seria a nivell econòmic. Només existeixen dos tipus de documentals, els que neixen amb la voluntat de ser factibles (econòmicament parlant), i els que no. S'ha de tenir molt clar, al desenvolupar una idea de documental, que pot ser molt difícil comercialitzar un documental que tracti un tema d'interès minoritari o molt abstracte . O que un tema compromès o que

comprometi a institucions públiques u organismes amb molt poder, difícilment interessarà a una televisió que no voldrà assumir riscos.

Com diu Michael Rabiger:

"Desde el punto de vista de las poderosas cadenas de televisión, o de las empresas que las subvencionan, que se quieren proteger contra posibles demandas judiciales, el contenido del documental debe ser únicamente aquel que contenga sólo lo que se puede ver, probar y lo que tenga defensa ante un tribunal. No resulta sorprendente que estas empresas estén más dispuestas a producir películas de carácter divulgativo o cierto tipo de periodismo cuidadosamente controlado, que verdaderos documentales de los que se desprende cierta crítica social desde un punto de vista individual y que representan a una mente en funcionamiento".

L'exemple més clar és el citat anteriorment, "Ciutat Morta" https://es.wikipedia.org/wiki/Ciutat_Morta. Un documental que els mitjans de comunicació no van voler emetre essent fins i tot ofert gratuïtament. Al final, i gràcies al reconeixement de la crítica i a l'obtenció de diferents premis en festivals, va ser emès pel Canal 33.

Michael Rabiger diu que:

"Las posibilidades del documental son ilimitadas, pero lo que sí queda siempre reflejado en cualquiera de ellos es un profundo interés y un respeto por la realidad".

Creativament estic d'acord amb l'afirmació, les possibilitats del documental són il·limitades, però com s'està veient a nivell econòmic i comercial, com a mínim a l'hora de produir i distribuir a Catalunya, el documental està força limitat. **Pel propòsit d'aquesta dissertació, a partir d'ara i en els següents punts, treballarem amb el supòsit que es vol produir un documental factible i rendible.**

3. La producció d'un documental

Hi ha dues formes de produir un documental per televisió: la producció pròpia i la producció per encàrrec. **Les produccions per encàrrec es donen quan una cadena de televisió contracta a una productora per dur a terme el que es diu una "producció externa".** La cadena de televisió assumeix la totalitat de les despeses de producció, segons el pressupost acordat, i serà propietària exclusiva dels drets. Si bé tot poden semblar avantatges, cal tenir present que aquest tipus de producció comportarà una minuciosa revisió del guió, de les imatges filmades i de les despeses per part de la cadena, així com una gran pèrdua de decisió sobre el muntatge final.

En canvi, **quan es parla de producció pròpia es refereix al fet que els drets d'exploració de l'obra són propietat de la productora.** Entren en aquest concepte les coproduccions, que tot i tenir una coproducció amb una cadena de televisió, és la productora o les productores les propietàries del producte, i per tant, la seva producció i comercialització són responsabilitat absoluta d'aquestes. **Com és lògic, en el nostre treball, ens centrarem en estudiar documentals de producció pròpia.**

Els inicis d'una producció pròpia poden ser diversos: Un productor pot tenir una idea i contractar un guionista per a què la desenvolupi. Un guionista es pot presentar a les portes d'una productora amb el guió d'un documental o, a vegades, és el director el que porta el guió al productor i el desenvolupen entre els dos. Sigui quin siguin els inicis, el procés serà pràcticament el mateix.

Durant aquesta etapa es concebrà el producte. Un cop ja es té clar l'estil o tipus de documental que es voldrà fer, un cop s'ha conceptualitzat la idea i s'ha fet un guió, **el documental passarà de ser una "simple" història a un procés de creació artística però també financera, legal i comercial.** Paral·lelament al treball de les diferents versions de guió i al treball de conceptualització visual i sonor, s'haurà de fer un minuciós estudi del guió: A quin mercat anirà dirigit, quin serà el seu gènere, com són o seran els personatges que hi sortiran, què fa el nostre projecte diferent o únic, etc...

A partir de totes aquestes respostes serà el moment de realitzar un pressupost estimatiu. **Es calcularà un cost i valor general del projecte, coneixent els**

preus del mercat de documentals semblants i, a partir d'aquí, s'analitzarà si el projecte es factible i rentable.

La factibilitat significa que es podrà aconseguir com a mínim el 80% del finançament, ja sigui a través d'inversions privades, subvencions o vendes a distribuïdors o exhibidors. La rendibilitat fa referència a que es podrà recuperar la inversió feta amb el documental i aconseguir beneficis.

3.1 L'equip humà, funcions i sous

Es podria nombrar en aquest treball tots els càrrecs existents en el documental i les seves funcions però, tal com diu Marc Petitpierre:

"Cada any els pressupostos per produir documentals són més petits i, per tant, l'equip tècnic més reduït. "

Efectivament si observem els equips tècnics d'alguns dels documentals analitzats ens trobem amb equips molt reduïts comparats amb pel·lícules de ficció, amb una mitja de entre 10 i 12 persones. I amb dualitat de càrrecs, dues persones per la mateixa tasca o funció:

- Ciutat Morta: <http://metromuster.cat/project/ciutat-morta/>.
Exemple de pel·lícula documental de 90 minuts sense participació d'una cadena de televisió.
 - Direcció i Direcció de fotografia: Xavier Artigas i Xapo Ortega
 - Producció: METROMUSTER
 - Ajudants de direcció: Marielle Paon i Núria Campabadal
 - Cap de producció: Diana Asenjo
 - Muntatge: Xavier Artigas i Núria Campabadal
 - So directe: Xapo Ortega
 - Il·luminació: Marielle Paon
 - Disseny gràfic: Sergio Espin
 - Postproducció: Lluís Germanó
 - Banda sonora original: Las CasiCasiotone

- De Nens: <http://www.massador.com/films/de-nens.html>. Exemple de pel·lícula documental de 90 minuts amb la coproducció d'una cadena de televisió i amb ajudes i subvencions.
 - Direcció: Joaquim Jordà
 - Guió: Joaquim Jordà i Laia Manresa
 - Producció executiva: Isona Passola
 - Producció delegada: Lluís Ferrando
 - Producció UPF: Jordi Balló
 - Direcció de producció: Aleix Castellón
 - Direcció de fotografia: Carles Gusi i Enric Daví
 - So directe: Jan Quilis i Pere Aguilar
 - Muntatge: Sergi Díez
 - Musica original: Albert Pla

- El complex de Stradivarius:
 - <http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/programa/El-complex-de-Stradivarius/video/4584351/>. Exemple de documental de 60 minuts amb la coproducció d'una cadena de televisió.
 - Direcció: Josep Padró-Piedrafita
 - Producció executiva: Marc Petitpierre
 - Producció Executiva tvc: Jordi Ambrós
 - Producció Delegada: Ruth Glòria
 - Guió: Josep Padró i Isabel Andrés
 - Direcció de fotografia: Pau Català i Josep Padró
 - Ajudant de direcció: Isabel Andrés
 - So directe: Gerard Tàrraga i Ester Marquina
 - Muntatge: Marc PetitPierre
 - Postproducció: Adrià Cirello

Els equips reduïts s'expliquen per com d'ajustats són els pressupostos però també per la major agilitat que proporcionen a la gravació d'un documental. Si volem gravar una acció real el normal és que no puguem repetir presses, ni parar l'acció a la meitat perquè no hem tingut temps d'ubicar la càmera on volíem. De fet, si féssim això, estaríem alterant la realitat. A més si gravem a persones que no són actors i han de fer una acció, el millor és no marejar-los gaire

amb repeticions, ni fer-los esperar molt plantejant un pla. I això sempre que rodem una acció que es pugui repetir.

La dualitat de càrrecs, que dues o més persones s'encarreguin d'una mateixa tasca, **es deu a que difícilment en un documental es pot fer com en una ficció i gravar tots els dies seguits**. És molt possible que només es pugui rodar un cop a la setmana o un cop al mes, o que hi hagi un rodatge improvisat i no plantejat d'un dia per l'altre. Per tant, serà difícil repetir sempre el mateix equip tècnic ja que, per exemple, al nostre operador de càmera principal li pot coincidir el tercer dia de rodatge amb un altre compromís laboral.

Així que ens centrarem en descriure les figures essencials i que no haurien de faltar en cap documental, i aquelles figures importants però que per la naturalesa i tipologia del documental poden o no estar en un projecte. També es definirà cada rol pensant en el gènere documental ja que hi ha figures o càrrecs que, tot i tenir el mateix nom, no tenen la mateixa responsabilitat en la producció d'un documental que en la producció d'un programa d'entreteniment en plató, per exemple.

Els sous són una mera referència extrets del Ministeri de treball en el seu butlletí de 2016, <https://www.boe.es/boe/dias/2016/01/22/pdfs/BOE-A-2016-599.pdf>, encara que en el treball, per facilitar la tasca, parlarem del que cobraria un treballador autònom.

La producció d'un documental està dividida en tres fases. La preproducció, la producció i la postproducció. En cada fase es necessita d'uns tècnics o uns departaments concrets. Poques són les figures que estan presents en totes les fases d'un documental i aquestes, normalment, cobren un percentatge del pressupost. Com s'ha vist en els exemples, els departaments que poden existir en un documental són:

- Departament de guió
- Departament de producció
- Departament de direcció
- Departament de fotografia
- Departament de so
- Departament de postproducció

Departament de guió:

- *Guionista*

És qui desenvolupa la idea o concepte original fins a convertir-lo en un guió literari. Aquesta idea pot ser o no seva. Acostuma a cobrar entre un 2 i un 5% en funció del pressupost i la tasca que assumeixi perquè, en el documental, el guionista pot estar vinculat en totes les fases de la producció. El guió no s'acaba fins a la sala d'edició i, per tant, és comú que el guionista estigui treballant en la preproducció fent la versió prèvia abans de gravar, pot estar en el rodatge fent les entrevistes i, posteriorment, revisant totes les gravacions, transcrivint les entrevistes i redactant les veus en off (si n'hi ha), i reconstruint el guió en el muntatge.

En el documental, i més a Catalunya, moltes vegades el guionista és el director o el director també és el guionista i s'acaba contractant a un ajudant de guió (o ni això). Una de les explicacions és que és molt difícil trobar guionistes especialitzats en documental. Però la raó principal és perquè la remuneració no està en consonància amb la feina que implica i normalment només surt a compte si es té el doble càrrec.

- *Documentalista*

En funció del documental, sobretot en documentals històrics o de "muntatge" on calen moltes imatges d'arxiu (ja siguin fotogràfiques, videogràfics, escrits, etc.), el documentalista és una figura molt important. **És la persona que cerca, recupera, selecciona i adquireix tots els recursos necessaris per editar el documental.** És un càrrec que treballa en la fase de postproducció normalment i eventualment en la fase de preproducció si cal cercar informació especialitzada per fer el guió.

Acostuma a cobrar per dies de feina o per volum. Moltes vegades és el mateix documentalista el que envia un pressupost quan valora tota la feina que haurà de fer, així que és molt complicat fer un preu estimatiu. El que no està de més és conèixer el que costa un minut d'imatges d'arxiu comprades a la televisió. Per exemple a Televisió Española,

http://www.rtve.es/comercia/tarifa_profesionales/2005_imarchivo.htm

Departament de producció:

- *El productor*

Normalment és una empresa jurídica encara que també pot ser una persona física. **És el responsable de l'estructura de producció i, per tant, del documental. És qui té els drets d'explotació de l'obra i tot el seu contingut.** És qui pren la idea narrativa i la converteix en una idea de producció, en un producte.

Teòricament és també qui inverteix diners o recursos propis per ajudar a aixecar el projecte encara que a la pràctica, a Catalunya, és pràcticament inviable. Un productor o empresa productora "només" guanya diners amb l'explotació de l'obra ja que un producte cultural com el documental no té benefici industrial en el pressupost.

- *El productor executiu*

Quan una empresa és la productora, normalment el seu responsable és el productor executiu. **És qui s'ocupa de com, on i en quin temps s'aconsegueixen els diners, com s'ha de gastar i com es tornarà.** Participa del projecte des del guió fins a la còpia màster final. Estima si realment el documental és factible i rentable. Busca finançament i confecciona un pressupost base.

Ha de conèixer el mercat a la perfecció ja que és el promotor del documental. Mal dit el productor executiu és el comercial del documental (que serà el producte). És qui s'encarregarà d'aconseguir coproductors, vendre els drets d'antena o promocionar el documental en festivals. En moltes ocasions, i més en el documental, és una sola persona qui compleix el paper del productor i productor executiu. En cas que el productor executiu no sigui el mateix productor, aquest acostuma a cobrar un 10% del capital aconseguit.

- *Coproductor*

És l'empresa que s'associa amb la productora amb la finalitat d'aconseguir el finançament per realitzar el projecte. La seva participació en la presa de decisions del documental dependrà del percentatge d'aportació econòmica al mateix. Aquesta empresa estarà representada per un productor propi que rep el

nom de productor adjunt o productor executiu. Aquest productor també cobrarà un percentatge del finançament que aconseguixi.

- *Productor delegat*

És el productor que representa a la cadena de televisió en cas d'haver fet una "producció externa", una coproducció o haver fet una preventiva dels drets d'emissió amb una operadora de televisió. Depenent del contracte fet i dels drets que tingui la cadena, el productor delegat tindrà més o menys poder, i realitzarà el control de la despesa i donarà l'aprovació final del projecte. El salari d'aquesta persona corre a càrrec sempre de la cadena de televisió i no influeix en el pressupost.

- *Director de producció*

És qui comença a treballar un cop s'ha aprovat definitivament el guió. És el responsable de l'estructura de producció i del treball del projecte en sí ja que els productors o productors executius generalment no estan presents en els rodatges. És l'encarregat de pressupostar els costos "sota línia", és a dir, que s'encarrega de distribuir la inversió segons els departaments. També és el responsable d'anar ajustant el pressupost segons les negociacions que va realitzant i el pla de rodatge. Es podria dir que **és l'encarregat de treballar el pressupost amb números "reals"**, perquè ja treballa a partir de versions avançades del guió i ja s'ha reunit amb els caps de departament per fer una llista de necessitats i coneix el pressupost de cadascú d'ells.

El director de producció selecciona, juntament amb el director, els caps dels altres departaments i, en cas de coproducció, fa les gestions necessàries per posar en acord les productores. És una persona que s'anticipa als problemes, estableix normes i vela pel seu compliment al llarg del treball. Garanteix el compliment dels horaris, l'alimentació, l'assegurança del material i de l'equip, els pagaments al personal i al material.

És el tècnic que més cobra de l'equip (sense comptar aquells que cobren a percentatges) estant el seu salari mínim mensual en 1800€ si parlem de televisió i de 3000€ si parlem de cinema, impostos apart. Per la naturalesa del gènere documental i la seva dificultat alhora de concentrar rodatges i, per tant, la producció, s'acostuma a pactar un preu per projecte ja que sinó no es podria assumir el sou d'aquesta figura.

- *Cap de producció*

És el productor de camp i el que coordina l'operació logística en el set de rodatge. Pot tenir ajudants en funció de la producció i les tasques logístiques com els desplaçaments, els serveis del rodatge o els càterings. En un documental el més probable és que aquest càrrec no existeixi i l'assumeixi el mateix director de producció.

Departament de direcció:

- *Director*

És el cap artístic del documental a l'igual que un director d'una pel·lícula de ficció. És responsabilitat del director dirigir i supervisar la investigació prèvia, proposar, elegir i formar un equip, decidir el contingut, programar els rodatges, dirigir l'equip, la posada en escena i als participants durant el rodatge i, així mateix, supervisar el procés de muntatge i la finalització del projecte.

Treballa amb tots els caps de departament i és ell qui pren les decisions creatives finals. En el documental acostuma a treballar en el projecte des d'un inici ja que en moltes ocasions la idea o el guió és seu. El seu salari oscil·la entre un 5 i un 10% en funció del pressupost i les tasques que assumeixi.

- *Ajudant de direcció*

És l'enllaç directe entre el departament de producció i el departament de direcció. També entre tot l'equip i el director, sobretot en el rodatge. **Durant la preproducció treballa amb el director de producció fent els desglossaments de guió i el pla de rodatge. Durant el rodatge és el responsable de la coordinació en el set i de l'equip humà.** En documental també fa la funció de Script, és a dir, s'encarrega del raccord per a no tenir problemes de continuïtat i anota en un comunicat de càmera les preses que es fan de cada pla. També controla que no s'ometi cap detall del guió, llevat indicació específica.

Aquesta és una figura molt necessària però que malauradament és de les primeres que desapareix en funció del pressupost, deixant aquesta tasca en mans del director de producció o del mateix director. El seu salari mínim mensual és de

1400€ si parlem de televisió i de 2400€ si parlem de cinema, impostos apart. Al igual que amb el director de producció s'intenta pactar un preu per projecte ja que sinó no es podria assumir el sou d'aquesta figura mes a mes.

- *Realitzador*

En televisió és el responsable de plasmar en imatges els continguts d'un guió per un programa de televisió. En el documental el normal és que el director assumeixi també el rol de realitzador a l'igual que en una pel·lícula de ficció. A vegades, però, el director d'un documental pot ser un periodista o algú sense els coneixements de llenguatge audiovisuals necessaris, i en aquest cas es contracta un realitzador per ajudar al director.

En el BOE el càrrec de realitzador no es contempla per documentals cinematogràfics i en canvi sí per televisió. El seu salari mínim mensual és de 1600€, impostos apart. Generalment en el documental se'l contracte com autònom per dies durant el rodatge i també si treballa en preproducció dissenyant el tractament visual i sonor.

Departament de fotografia:

- *Director de fotografia*

És el responsable de la part visual, tant tècnica com estilística de la pel·lícula. Tradueix el guió a imatges dissenyant la il·luminació i definint els enquadraments de càmera segons el criteri del director. Idealment treballa molt unit amb el director des de la preproducció analitzant l'estructura de cada seqüència, el sentit de la il·luminació i el paper que jugarà la càmera a nivell narratiu i dramàtic. Selecciona el material d'il·luminació, la càmera, així com les lents i filtres de la càmera. Durant el rodatge, juntament amb el director, decidirà la composició visual dels plans, què s'ha de veure i com es veurà. Dóna instruccions al cap d'elèctrics que fa la il·luminació i a l'operador de càmera sobre la composició de l'enquadrament i els moviments de càmera. En la postproducció farà l'etalonatge dels plans, és a dir, que ajustarà el color i la il·luminació de cada pla perquè hi hagi continuïtat visual.

En el documental, en moltes ocasions també exerceix el treball d'operador de càmera i fins i tot de cap d'elèctrics posant ell mateix la il·luminació. És el segon tècnic que més cobra de l'equip. El seu salari mínim mensual és de 1500€ si parlem

de televisió i de 2800€ si parlem de cinema, impostos apart. Generalment en el documental se'l contracta com autònom per dies durant el rodatge. En algunes ocasions se'l pot contractar per projecte si treballa en preproducció localitzant i ajudant al director en el tractament, i posteriorment en postproducció fent l'etalonatge.

- *Operador de Càmera*

És la persona responsable d'usar i fer els moviments de càmera. Treballa sota la supervisió del director de fotografia, organitzant estèticament l'enquadrament segons la decoració, prepara els travellings i moviments de càmera amb el maquinista. El seu salari mínim mensual és de 1200€ si parlem de televisió i de 1800€ si parlem de cinema, impostos apart. Generalment en el documental se'l contracta com autònom per dies i només durant el rodatge.

- *Operador especialista*

És l'operador de càmera que utilitza els sistemes especials de preses d'imatges com podria ser una Steadycam, una MoVI, o preses aèries o subaquàtiques. El seu salari mínim mensual és de 1300€ si parlem de televisió i de 2000€ en cinema, impostos apart. Generalment en el documental se'l contracta com autònom per dies puntuals durant el rodatge.

- *Assistent de càmera o foquista*

En cas d'usar maquinària o sistemes especials de preses d'imatges probablement caldrà un assistent de càmera que desenvoluparà múltiples tasques. **Des de foquista, a responsabilitzar-se de la càrrega i descàrrega del material, a anotar les preses a la claqueta i fins i tot a instal·lar els equips de vídeo** perquè es pugui visionar el que es grava quan sigui necessari. El seu salari mínim mensual és de 900€ si parlem de televisió i de 1400€ si parlem de cinema, impostos apart. Generalment en el documental se'l contracte com autònom per dies i només durant el rodatge.

- *Cap d'elèctrics*

Segueix les instruccions del director de fotografia per al muntatge de la il·luminació, és a dir, **és el responsable de la posició i la qualitat de les llums** així com de

l'organització i el manteniment dels projectors de llum i dels seus accessoris. El seu salari tant a la televisió com el cinema és de 1200€, impostos apart.

Departament de so

- *Sonidista o enginyer de so*

És el responsable de la banda sonora de la pel·lícula, és a dir: dels diàlegs i les entrevistes, el so ambient, els efectes i la música. Fa propostes al director i decideix el sistema de gravació en preproducció. Durant el rodatge s'ocupa de la bona qualitat en el registre sonor.

En el documental també fa de microfonista i s'encarrega de subjectar els micròfons mentre controla la taula de so, per anar ajustant els volums i tons de gravació. Durant la postproducció idealment és ell qui edita i dissenya la banda sonora. El seu salari mínim mensual és de 1400€ si parlem de televisió i de 1900€ si parlem de cinema, impostos apart. Generalment en el documental se'l contracta com autònom per dies i només durant el rodatge. Si en canvi, també es fa responsable de l'edició, s'acostuma a pactar un preu per projecte ja que també treballarà en preproducció dissenyant el tractament sonor i en la postproducció editant el so.

Departament de postproducció:

- *Muntador o editor de imatge*

Generalment es diu muntador si es parla de cinema i editor si treballa en vídeo. És el responsable del muntatge o edició del documental. **El seu treball consisteix a organitzar l'estructura interna dels elements visuals i sonors, que faran que una sèrie de plànols independents tinguin unitat i donin sentit a la història.** Sota les pautes del director i amb el guió com a base, s'encarrega de l'organització del material, de la sincronització de la imatge amb el so, selecciona les millors preses, allargant o escurçant la seva durada i intercala els plans que donin el ritme desitjat a cada seqüència.

Depenent del projecte pot ser que el mateix muntador d'imatge editi també la banda sonora, o que fins i tot, s'encarregui dels efectes gràfics i de la postproducció del documental. El seu salari mínim mensual és de 1400€ si parlem de televisió i de 2400€ si parlem de cinema, impostos apart. Generalment se'l contracta per mesos

pactant prèviament els mesos de feina que necessitarà per editar el documental o per projecte.

Aquesta és una figura vital en la producció d'un documental ja que normalment la major part de l'estructura del documental es desenvolupa durant la postproducció. Tal com diu Michael Rabiger i comparteixo la seva afirmació al 100%:

“En películas de bajo coste es un una sola persona quien desempeña las funciones tanto de montador como de director. (...) Esto es un error, puesto que en esa etapa de la postproducción la colaboración de una persona realmente creativa e independiente tiene un enorme valor. El director ha sido testigo de todas las situaciones que se han ido presentando y que finalmente conforman la película, pero en cambio el montador se enfrenta a ese material sin prejuicios ni obligaciones, lo que le permite ser más realista a la hora de juzgar la verdadera calidad del documental.”

- *Editor o dissenyador de so*

La mateixa tasca que el muntador d'imatge però amb el so. **És l'encarregat d'editar la banda sonora de la pel·lícula**, treballant els diàlegs, el so diegètic, creant o cercant els efectes extradiegetics necessaris i editant la música facilitada pel compositor musical si és original o adquirint els seus drets en llibreries.

També s'encarrega de filtrar, reparar o millorar els àudios que no tenen la qualitat adient. El seu salari mínim mensual és de 1200€ si parlem de televisió i de 1500€ si parlem de cinema, impostos apart. Generalment se'l contracta per setmanes pactant prèviament el temps de feina que necessitarà per editar el documental.

- *Efectes gràfics o visuals*

Per norma en grans produccions són empreses les que **es dediquen als acabats dels projectes, als efectes visuals necessaris, a la postproducció final**. Empreses com mentopia o Apuntolapospo, <http://www.lapospo.com/es/que-ofrecemos/postproduccion>, són especialistes en efectes visuals, grafisme, color o estereoscòpia 3D.

En documentals amb pressupostos més modestos la postproducció final la fa el mateix muntador, o un autònom especialista en programes d'efectes digitals. Els

preu amb les empreses s'ha de negociar i depèn de cada projecte i els "acabats" que necessiti. El mateix passa amb un muntador especialista d'efectes digitals que normalment se'l contractarà per setmanes amb un salari similar o una mica superior al del muntador.

- *Compositor musical*

En el documental, la música pot ser preexistent o creada expressament pel projecte. La música preexistent són melodies o cançons creades amb anterioritat per algun artista i que es poden aconseguir a través de llibreries (lliures o no de drets), de discogràfiques, o per mitjà dels mateixos productors o autors.

La música original és la creada expressament per un compositor musical.

Acostuma a cobrar entre un 2 i un 5% del pressupost, com el guionista, en funció de les quantitats de melodies que hagi de compondre.

Segons Michael Rabiger l'equip mínim de rodatge d'un documental hauria de ser de sis persones: director, director de fotografia, tècnic de so, elèctric, cap de producció i un "mosso de plató" com diu ell:

"El mozo es el responsable de traer y llevar cosas. También es el responsable de desplazar, de forma hábil y coordinada, el soporte de la cámara a los lugares desde los que se deben efectuar tomas móviles. Por lo tanto, los mozos deben ser personas de constitución fuerte, prácticas, organizadas y bien dispuestas. En un equipo mínimo colaboran en la instalación de la iluminación o del equipo de sonido".

Pep Masias creu que l'equip mínim podria arribar ha ser de quatre persones: director, director de producció, director de fotografia i director de so. Per Marc Petitpierre l'equip mínim també podria ser de 4 persones: director, director de producció, operador de càmera i so, i ajudant de direcció.

Personalment crec que l'equip ideal bàsic de rodatge per un documental és el format per 5 persones:

un director, un director de fotografia, un director de so, un director de producció i un ajudant de direcció o un elèctric o ajudant de càmera (en funció del documental i el tipus de rodatge). A més, cinc persones cabrien en un vehicle abaratint costos. Comparteixo amb Marc la importància de la

figura d'un ajudant de direcció en rodatges complicats però no l'eliminació d'un especialista en so.

Si en aquest equip de rodatge afegim les figures essencials d'un productor executiu, un productor adjunt (en cas de coproducció amb alguna televisió a altra empresa audiovisual) i un muntador, ja arribem a la xifra de 8 persones que poden treballar en un documental. **Si a més hi ha un guionista, un compositor musical o un editor sonor o d'efectes gràfics, el número de persones que poden treballar en un documental augmenta a 10**, que acostuma a ser la mitjana de gent que treballa en un documental a Catalunya com s'ha vist en els anteriors exemples.

3.2 El pressupost

Quan es comença a treballar en un pressupost que compta ja amb un finançament es sap exactament quant ha de costar el projecte. És molt diferent però, quan un productor llegeix un guió, el desglossa, fa un pla de rodatge i, sense saber amb quants diners podrà comptar, comença a calcular les quantitats i a assignar-les segons la seva experiència. **Durant tot el procés de la producció es fan diversos pressupostos però aquest primer pressupost estimatiu serà el punt de partida per a la recerca del finançament.**

El segon pressupost el fa el productor executiu, que compara el projecte amb altres amb característiques semblants. Coneix el mercat del documental i sap: amb quins pressupostos s'han mogut altres projectes; quant han invertit els distribuïdors o exhibidors; i si han tingut una bona recuperació econòmica o no. Amb aquests antecedents pot fer un estimatiu de quants diners podria obtenir a través de les diferents fonts de finançament i així aproximar el primer pressupost als costos del mercat.

En alguns països hi ha formats oficials de pressupost que són els únics acceptats per les institucions governamentals per a la sol·licitud de subvencions. Per exemple a Espanya, el Ministeri d'Educació i Cultura facilita el següent document: <http://www.mcu.es/cine/SC/procedimientosAdministrativos/ReconocimientoCostes.pdf>

Cada projecte és un món i pot tenir molts factors que poden fer variar el pressupost i el preu. Segons Pep Masias, **en l'actualitat, el pressupost factible a mà**

alçada d'un projecte de no ficció com el documental, comptant totes les fons de finançaments possibles a Catalunya, està entre els 1000€ i 2000€ el minut d'emissió de mitja. Es pot prendre com a referència la "Norma reguladora del procediment de selecció i contractació de continguts audiovisuals per als mitjans de comunicació de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals", en el seu Annex 1. <http://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/3/3/1457347127133.pdf>.

En quant als documentals d'estudi:

- "El complex de Stradivarius", 60 minuts, <http://www.ccma.cat/tv3/alcanta/programa/El-complex-de-Stradivarius/video/4584351/>, va comptar amb un pressupost aproximat de 120.000€ euros perquè s'havia de viatjar a Itàlia i Estats Units.
- "Reconèixer Borrell", 60 minuts, <http://www.ccma.cat/tv3/alcanta/programa/Reconexer-Borrell/video/4567571/>, va comptar amb un pressupost aproximat de 100.000€ euros.
- "Madame Barcelona", 60 minuts, <http://www.ccma.cat/tv3/alcanta/sense-ficcio/madame-barcelona-un-recorregut-per-larc-del-teatre/video/5562467/>, va comptar amb un pressupost aproximat de 60.000€ euros.
- "En construcción", 90 minuts, https://es.wikipedia.org/wiki/En_construcci%C3%B3n, va comptar amb un pressupost aproximat de 200.000€

Es pot comprovar que, certament, el preu per minut d'emissió rarament supera els 2000€ i que, quan menys duració té un documental, més fàcil és aproximar-se als 1000€ el minut. L'explicació és senzilla. Quan més llarg és un documental més feina necessita per dotar-lo de coherència i interès. En principi sempre es més fàcil editar i conferir atractiu i ritme una peça de 25 minuts que una de 75, ja que tal com diu Jordi Ambrós, cap de documentals de Televisió de Catalunya:

"El metraje largo es incómodo, pero a menudo se entra en documentales largos por contrato".

Antigament hi havia tres factors que encarien una producció documental que ara s'han reduït a dos:

- La primera era rodar amb pel·lícula de 35mm o 16mm si el documental havia de ser distribuït en cinemes. En l'actualitat es pot gravar en digital i en 4k sense encarir pràcticament el producte. De fet no hi ha massa diferència entre adquirir o llogar una càmera HD i una càmera 4k.
- La segona cosa que segueix encarint molt una producció és l'ús i la compra d'imatges d'arxiu. Una solució és aconseguir una coproducció amb una cadena de televisió i així poder usar les seves imatges gratuïtament.
- El tercer factor que fa augmentar notablement un pressupost són els desplaçaments i els viatges llargs amb avió. No és el mateix gravar un documental a Catalunya que per tot Europa. Normalment el que s'acaba fent per abaratir costos, és que viatja només el productor i el director, i els demés tècnics es contracten al lloc de rodatge.

Com ens explica Marc Petitpierre, a part de la mitja a mà alçada, **hi ha un seguit de tècniques per calcular ràpidament el cost d'un guió. El més important és determinar correctament el temps de producció d'un documental.** Contràriament al que pensa molta gent, un documental de 60 minuts, per posar un exemple, no es fa en unes setmanes. La producció d'un documental, per la naturalesa del gènere, es pot allargar mesos i fins i tot anys. Encara que s'aconseguís rodar tot el documental seguit com si fos una ficció (cosa molt improbable) es tardaria mesos en acabar el documental.

Tal com diu Marc Petitpierre:

“La producció d'un documental de 60 minut pot comportar perfectament un any de feina, sense comptar tota la tasca prèvia de desenvolupament i cerca de finançament, ni tampoc tota la feina posterior de distribució i comercialització.”

Saber quants dies de rodatge es necessitaran és la clau per, a partir d'aquí, anar definint les altres partides. En la majoria de les produccions cinematogràfiques documentals es calcula que es poden filmar entre 2 i 3 minuts del producte final en un dia de rodatge (8 o 9 hores), és a dir, del temps real en pantalla de la pel·lícula un cop muntada. En canvi en productes televisius es solen calcular uns 5-6 minuts diaris. Tots aquests càlculs partint sempre de la base que s'han pogut unificar les seqüències segons les necessitats i que els desplaçaments són mínims. Una altra tècnica és a través de les pàgines del guió. Si està escrit

segons el format estàndard de ficció, un full de guió sol durar uns 60 segons d'una pel·lícula.

Sota aquests paràmetres i coneixent el temps que ens portarà rodar cada seqüència, començarem a adjudicar dies a les seqüències agrupades. **Així el normal és que si volem fer un documental de 60 minuts (sense imatges d'arxiu) on s'hagi de gravar tot el material, es necessitin de 10 a 12 dies de rodatge complets com a mínim** (que acabaran sent uns 18 o 20 entre mitges jornades, dies extra o de cobertura). Un cop determinats els dies de rodatge, es calcula el temps de la preproducció i el muntatge.

Normalment es preveu un dia de preparació i tres dies d'edició per dia de rodatge, encara que aquest càlcul és molt difícil de fer. Tal com diu Marc Petitpierre:

“És molt difícil calcular els dies de muntatge d'un documental. En part perquè el guió no s'acaba fins al muntatge i el muntatge acaba sent un calaix de sastre. Es considera la fase de muntatge la més econòmica en un inici però això moltes vegades no acaba sent així.”

Fent números ràpids, si el rodatge acabarà sent d'un mes, la preparació prèvia serà d'un altre mes i el muntatge d'uns tres mesos, fent un total de 5 mesos de feina, sense tenir en compte el guió i tota la feina prèvia de desenvolupament.

Si calculem un equip de rodatge de cinc persones, que cobren un salari de per exemple 150€ de mitja diari com autònom, i es multiplica per 15 dies de rodatge, ens dona un resultat de 11.250€. I això només amb el sous de l'equip humà durant els dies de gravació, sense tenir en compte: el lloguer i la despesa en material, l'assegurança dels equips i de responsabilitat civil, els desplaçaments, els viatges, vehicles, estacionaments, allotjament o dietes, per exemple. També tenint en compte que hem pogut agrupar tots els rodatges, cosa molt estranya, i que estem pagant el mínim a tot l'equip sense impostos.

Així doncs si sumem tot el demés, i també tots els sous i despeses de la preproducció, la postproducció i la comercialització i promoció, **no és d'estranyar que un documental arribi fàcilment als 60.000€ de pressupost si parlem de 60 minuts per televisió o als 180.000€ si és de 90 minuts per cinema**. En aquest enllaç, posat anteriorment, es pot veure un exemple de model oficial de

pressupost amb totes les possibles partides i tots els possibles càrrecs
<http://www.mcu.es/cine/SC/procedimientosAdministrativos/ReconocimientoCostes.pdf>.

Com ja s'ha dit cada projecte és diferent i té unes necessitats concretes però, sense ànim d'assentar cap càtedra, **un pressupost equilibrat hauria de tenir una proporció similar a aquesta:**

- 30 % per la producció o rodatge.
- 30 % per la preproducció i la postproducció.
- 20 - 30 % pel desenvolupament, el finançament i la comercialització o distribució.
- 10 -20 % de marge de seguretat.



4. El finançament del documental

El principal conflicte a resoldre en aquesta etapa és com aconseguir el finançament adequat pel projecte i, en cas de no aconseguir-ho, com poder realitzar la producció del documental amb un pressupost reduït sense perdre la qualitat artística que ens proposem.

Per tal d'aconseguir el finançament el normal és desenvolupar un dossier per presentar el projecte. <http://www.ccma.cat/presentacio-projectes/coproduccions/>. Paral·lelament cal realitzar una investigació de a qui li podria interessar el documental. S'ha d'analitzar les possibilitats de coproducció, investigar el millor possible les diferents Fonts d'Ajuda governamentals, la programació de les múltiples cadenes de televisió, etc.

Hi ha diferents maneres d'aconseguir el finançament per produir un documental, des de l'existència de fons i ajudes per al desenvolupament del guió o pel desenvolupament del projecte, fins a ajudes per a completar l'edició o fer el subtítulatge. Si ja es compta amb el pressupost necessari sempre hi ha la possibilitat de buscar algunes fonts de finançament extra, per acabar millor alguna de les etapes del procés.

La principal manera de finançar un documental és a través de:

- Subvencions o ajudes
- Coproducció o prevendes
- Préstecs o crèdits
- Inversors
- Micromecenatge
- Patrocinadors o espònsors
- Inversió pròpia
- Venda i lloguer de vídeo
- Venda o prevenda al distribuïdor o altres televisions a través de mercats

Aquestes poden ser les diferents formes de finançar un projecte. **L' objectiu seria aconseguir el màxim de fonts possibles ja que, en general, no són excloents llevat que els contractes amb alguns ho especifiquin.**

4.1 Les subvencions o ajudes.

Les subvencions institucionals són principalment suports a fons perdut, és a dir, que no exigeixen la devolució del capital finançat. És part dels acords o programes que tenen els governs amb la Indústria Audiovisual i Cinematogràfica per fomentar i incentivar les àrees que avarca aquest sector.

Es convoquen anualment i hi ha subvencions per curtmetratges i llargmetratges de ficció i documentals. També pel desenvolupament del projecte, per la producció, o a projectes ja realitzats. Les subvencions poden ser a nivell europeu, nacional o autonòmic.

Per exemple, per produir un documental des de Catalunya podem optar a les següents subvencions:

- Autonòmiques: <http://cultura.gencat.cat/ca/tramits/resolucions-i-acords/> ,
- Nacionals <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/catalogo/cultura/becas-ayudas-y-subvenciones/ayudas-y-subvenciones/cine.html>
- Europees <https://www.dicoruna.es/europedirect/axudas-europeas/programas/educacion/europa-creativa/europa-creativa-media-subvenciones-al-desarrollo-de-proyectos-individuales-y-paquetes-de-proyectos/>

Com a les bases de cada convocatòria es pot llegir, el màxim de capital que es pot aconseguir per un projecte és un percentatge del pressupost. Per exemple les subvencions que es poden aconseguir a nivell nacional no poden superar la inversió del productor o el 50% del pressupost. Això significa que només amb una ajuda o subvenció, independentment del pressupost, serà impossible aixecar tot capital d'un documental i que caldrà aconseguir sempre altres vies de finançament.

4.2 Coproduccions o prevendes de drets d'emissió

Com s'ha dit anteriorment una coproducció és una empresa que s'associa amb la productora inicial amb la finalitat d'aconseguir el finançament per realitzar el projecte. Aquesta empresa pot ser una productora, una empresa de serveis, una

cadena de televisió, una distribuïdora cinematogràfica o qualsevol tipus d'empresa vinculada al sector.

Si parlem de les cadenes de televisió, són patrocinadors o coproductors (en dependència del percentatge d'inversió) quan fan una compra anticipada del documental, és a dir, quan donen un pagament per avançat per ser utilitzat en la producció i la suma és més gran que si comprassin els drets d'antena una vegada acabada la producció. Si són coproductors, tindran drets d'explotació de l'obra i, per tant, un alt percentatge de recuperació, però tot dependrà del contracte i la negociació feta.

Una operadora de televisió també pot precomprar els drets d'antena per l'emissió del nostre documental exigint generalment l'exclusivitat de la seva emissió en aquest sistema de difusió a nivell nacional. Si el mitjà compra únicament el dret d'antena per un nombre d'emissions determinades en un temps limitat (generalment dos anys) sol pagar una quantitat molt reduïda al productor, el que provoca que aquest hagi de vendre-la a altres cadenes de televisió per compensar una mica la inversió. És indispensable tenir el vist-i-plau de la censura per poder negociar amb ells. En general exigeixen que el documental estigui en l'idioma de la cadena o que aquest sigui subtitulat, així com fer promocionals del documental editant trossos de la cinta sense haver de pagar per això.

Televisió de Catalunya, per exemple, inverteix un màxim d'un 30 per cent del pressupost com a coproductor d'un documental. <http://www.ccma.cat/presentacio-projectes/coproduccions/> Això significa que només amb la coproducció d'una cadena de televisió com TVC no seria suficient per aixecar el finançament d'un documental.

Cada cadena de televisió funciona diferent i té els seus propis sistemes de coproducció. En principi només les televisions públiques estan obligades a invertir un percentatge del seu pressupost a cultura, és a dir, a la producció de pel·lícules i documentals. Televisió de Catalunya fa unes convocatòries trimestrals o semestrals per a que se'ls presentin projectes. Televisió Espanyola també fa unes convocatòries similars. En canvi la televisió privada funciona "lliurement" i la millor manera de fer-los arribar un projecte és a través dels mercats com s'explicarà més endavant.

4.3 Préstecs o crèdits

Sol·licitar un préstec és molt arriscat, ja que no només s'ha de retornar la quantitat íntegra sinó que a més es paguen interessos molt alts, això independentment de si ha anat bé o no la recuperació del documental. I com amb els bancs no hi ha discussió que valgui (que no sigui en forma de devolució del préstec amb els seus alts interessos), o pagues o t'embarguen.

En diferents països hi ha crèdits que atorga l'Estat a través d'algun banc per tal d'incentivar la Indústria Cinematogràfica, però, aquests crèdits també han de ser retornats, tot i que els interessos solen ser menors. A Espanya tenim el ICO <https://www.ico.es/web/ico/ico-empresas-y-emprendedores>

Cal tenir en compte que no s'allibera el crèdit concedit llevat que el productor pugui acreditar que compta amb el finançament necessari per cobrir la totalitat dels costos del pressupost. Un cop atorgat el crèdit, el productor es veurà obligat a lliurar informes, comunicats i relacions de despeses durant tota la producció. El pagament d'aquests crèdits, més un percentatge dels interessos és normalment en terminis fixos, però les possibilitats de negociar depenen de cada banc en concret.

4.4 Inversors

L'inversor pot ser una persona o una empresa, relacionada o no amb la Indústria Cinematogràfica. A diferència dels préstecs, **un inversor comparteix els riscos**, si el documental no recupera la inversió, no hem de tornar res i el seu guany serà en proporció al percentatge de la seva imposició respecte al cost total. **Per convèncer un inversor de participar en el nostre projecte se li pot oferir: un percentatge de la propietat; o un percentatge dels ingressos.** Aquests ingressos poden ser: bruts, que és la suma exacta dels guanys; o ingressos nets, que equivalen als guanys menys els impostos respectius, els costos de publicitat o comercialització i els percentatges de recuperació posposats.

Hi ha països on es contempla legalment la participació econòmica de persones o empreses privades en un projecte cinematogràfic, promovent així una política de protecció cinematogràfica. A Espanya el 2015 es va aprovar la "Ley del Cine" <http://www.mecd.gob.es/prensa-mecd/actualidad/2015/05/20150514-cine.html> que permet una deducció als inversors en cinema de fins al 18 % dels impostos que han de pagar a l'Estat, aportant la quantitat del finançament a les despeses de l'empresa. El problema és

que aquesta llei només s'aplica en la inversió de llarmetratges, és a dir, documentals només per cinema i no documentals per televisió o curtmetratges documentals.

En pel·lícules de ficció per cinema, sobretot americanes, és comú que el productor ofereixi la capitalització o la participació de beneficis als actors principals, al director i als caps d'equip. Es tracta d'invertir una part o la totalitat del salari a canvi d'un percentatge dels beneficis, convertint-se en un inversor més. Això aquí i amb el documental òbviament no passa.

4.5 Micromecenatge

El micromecenatge és potser la forma més fàcil d'aconseguir part dels diners d'una producció independent. Tal com es diu als materials docents de la UOC "Producció i distribució multiplataforma" de Robert Figueras i Gemma Dunjós:

"Cada vegada més, el micromecenatge (*crowdfunding*) és considerat per molts el futur del finançament de projectes;(...)

El concepte és simple: significa finançament en massa (...) Bàsicament, es tracta que un/s individu/s o entitat/s es posi en contacte amb un grup de persones a través d'un web perquè es financi una iniciativa".

Una cosa a tenir en compte en aquesta descripció és que el micromecenatge es gestiona sempre a través d'un web, i per tant, d'Internet.

Els models financers del micromecenatge poden ser:

- **Donacions.** Un donant finança amb una donació. La persona que rep la donació no donarà diners a canvi, sinó premis. En definitiva, una donació és l'acció de donar fons de manera desinteressada.
- **Inversió.** L'inversor ofereix finançament a canvi de comprar accions o un tant per cent del projecte.
- **Préstecs.** Un préstec és l'acció de donar fons si l'altre es compromet a retornar la quantitat sol·licitada en un termini definit, més uns interessos reportats.

El més interessant i **el que el fa diferent el micromecenatge d'altres fons de finançament és el concepte de donacions**, i és en el que la majoria de

plataformes per aconseguir finançament a Internet estan centrades. Un exemple www.verkami.com.

Explicar com funciona el crowdfunding o micromecenatge en profunditat seria molt llarg per aquest treball, així que només en destacarem les principals característiques.

- El crowdfunding normalment en el cas del documental serveix per aixecar petites quantitats. Verkami, per exemple, no aconsella demanar més de 10.000€ per aconseguir part del finançament d'una pel·lícula, curtmetratge o documental.
- S'ha de tenir present que en cas d'aconseguir el capital demanat, aquest mai serà "net" perquè s'haurà de recompensar amb premis als donadors i la plataforma de crowdfunding és quedarà entre un 5 i un 10% del capital aconseguit.
- També és important saber que si no s'aconsegueix el capital complet, els compromisos d'aportació queden anul·lats.

4.6 Patrocini

Els patrocinadors o espònsors són generalment empreses privades disposades a oferir un producte a canvi de la seva publicitat dins del documental. Difícilment es podrà finançar un projecte exclusivament a través de patrocinadors, però si ens movem encertadament és probable que s'aconsegueixi part del finançament i pràcticament sense cap sacrifici artístic o econòmic.

En moltes ocasions els patrocinadors són gent sense cap relació amb el mitjà però que estan disposats a donar un producte o servei gratuït si el seu nom o marca es reflecteix a la pantalla. D'aquesta manera ells poden presumir que incentiven la Indústria pràcticament sense cost. És important pensar bé què és el que es necessita abans de passejar-nos per totes les empreses per demanar-los alguna cosa.

Si, per exemple, alguna part de l'acció del nostre documental transcorre en un hotel és probable que puguem convèncer algun empresari hotelier que ens cedeixi (sense cap cost) un parell d'habitacions per filmar a canvi que el nom de l'hotel es vegi quan entren els personatges i s'inclouï el seu nom en els agraïments finals del projecte. O que l'equip pugui pernoctar a l'hotel sense cap cost. Amb aquest

procediment es poden reduir els costos d'algunes partides com localitzacions, dietes o desplaçaments.

4.7 Inversió pròpia

És el capital o recursos propis, com material de rodatge o sales d'edició, que destinen el o els productors o coproductors del documental.

Normalment sempre cal invertir com a mínim un 20% de capital propi per completar els pressupostos. A més, si es vol optar a subvencions és necessari invertir. Com s'explica a la guia d'ajuda:

<http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/catalogo/cultura/becas-ayudas-y-subvenciones/ayudas-y-subvenciones/cine/2016/produccion-corto-2016/guia-cortos-proyectos-2016.pdf>

“La cuantía máxima que se puede percibir por proyecto en ningún caso podrá superar la inversión del productor, ni el 50 por 100 del presupuesto, ni el 75 por 100 del coste reconocido por el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales”.

4.8 Venda i lloguer de vídeo

Aquest pas està a mig camí entre el finançament i la distribució i comercialització del documental. Teòricament hauria de ser possible aconseguir una part del finançament per produir un documental amb prevendes als editors de vídeo. A la pràctica però, entaular negociacions amb aquest sector és la part menys prometedora i amb menys possibilitats d'èxit, ja que els editors de vídeo s'interessen generalment pels èxits de taquilla, les pel·lícules nord-americanes amb actors coneguts, la pel·lícula anual d'algun director nacional conegut o per alguna pel·lícula que hagi obtingut un premi important en un festival de renom.

No acostumen a interessar-se per les produccions petites o amb poc atractiu comercial, com és un documental, com a mínim en la fase de projecte i quan es busca finançament. Hi ha pocs editors de vídeo especialitzats en el documental nacional o independent i sense dubte, estan en perill d'extinció.

4.9 Mercats

Els mercats també estan a mig camí entre el finançament i la distribució i comercialització del documental. **Hi ha una figura anomenada "agent de vendes" (sales agent) que s'encarrega de moure el dossier del projecte a través de festivals internacionals, especialment en els que existeix un "mercat"** com: el Marché du Film a Cannes, l'European Film Market durant la Berlinale; o el Fòrum for International Co-financing of Documentaries a Amsterdam, IDFA o el EURODOC si parlem de documentals exclusivament.

A la web de CatalanFilms <http://www.catalanfilms.cat/es/markets.jsp> es pot trobar una guia molt completa dels mercats, nacionals i internacionals i també un llistat d'agents de vendes <http://www.catalanfilmsdb.cat/es/empresas/distribuidoras-y-agentes-de-venta/3/>

Els festivals acostumen a ser anuals i tenen una duració aproximada d'una setmana. **En ells es pren contacte amb diferents distribuïdores i cadenes de televisió. En algunes ocasions també es pot buscar a possibles coproductors o productors associats.** L'agent de vendes s'encarrega d'aconseguir part del finançament i fer els respectius contractes, atorgant els drets de distribució, exhibició o emissió en un territori limitat, per un període de temps limitat a canvi d'una quantitat determinada i que, en general, no inclou un percentatge de recuperació, ja que és simplement una prevenda. La seva retribució sol ser en dependència de les vendes que hagi negociat, entre el 20 i 30% d'aquestes.

4.10 El calendari i el pla de finançament

Quan es presenta un projecte documental a una subvenció o a una cadena de televisió (perquè participin com a coproductors) el normal és que es demani un pla de finançament. **El pla de finançament és la planificació i estratègia que es seguirà per aconseguir el finançament del documental.** En ell s'acostumen a enumerar totes les possibles fonts i una estimació de la quantia a rebre. També s'estipula els acords que ja es tinguin i es presenten les justificacions adients.

A més, en moltes ocasions, s'acostuma a fer també un calendari de finançament amb una aproximació de les dates i que ajudarà molt a l'hora de fer el posterior calendari de producció. Per exemple la convocatòria de la subvenció nacional

d'aquest any ha sigut al Maig i no hi haurà resolucions fins setembre, la comissió de Televisió de Catalunya serà a l'Agost i no es sabrà el resultat fins al novembre i, per acabar, la Berlinale (si volem aconseguir coproducció internacional) no es celebrarà fins Febrer de l'any vinent.

Així doncs, es poden seguir diverses estratègies de finançament i producció, cadascuna amb els seus pros i contres:

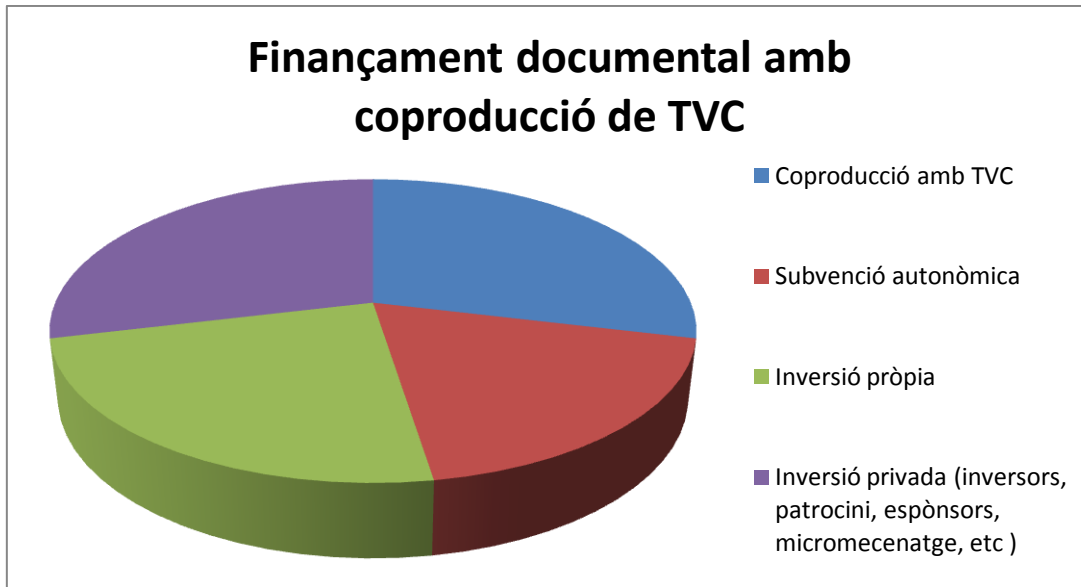
- La més segura és esperar a tenir tot el capital abans de començar a produir el projecte. El problema d'això, tal com ens explica Marc Petitpierre:

“El finançament i la producció d'un documental és pot allargar molts anys. La fase de finançament d'un documental pot tardar tranquil·lament dos o tres anys en completar-se”.

- L'altre opció és que la mateixa productora avanci el capital (capital propi) per anar produint el documental al mateix temps que es va completant el pla de finançament. D'aquesta manera es poden retallar els temps de producció i així poder treballar en un nou projecte abans. El problema és el risc que això comporta si al final no s'aconsegueix el finançament. Per norma general les productores esperen primer aconseguir una part del capital abans d'invertir diners propis.
- La tercera opció i més arriscada és la mateixa que l'anterior però demanant préstecs al banc. Normalment això només es fa si la productora no disposa del suficient capital o liquiditat.

A tall d'exemple un documental de 60 minuts amb la coproducció de Televisió de Catalunya acostuma a tenir un finançament similar al següent:

- 25-30% coproducció amb TVC
- 15-20% Subvenció autonòmica
- 20-25% Inversió pròpia
- 25-30% Inversió privada (inversors, institucions, patrocini, espònsors, micromecenatge, etc)



Per tot això, l'estratègia de producció i finançament és cabdal. **Una bona idea de documental, amb un bon guió, sense una bona estratègia de producció i finançament serà, probablement, un fracàs.**

És molt important recordar que només amb subvencions i la coproducció d'una televisió, al invertir en percentatges, mai es podrà completar el finançament d'un documental. A més, és molt difícil aconseguir finançament públic si no es té finançament privat. Tal com diu Pep Masias:

"Sempre, tots els documentals, si no hi ha un finançador privat, és impossible aixecar el finançament públic."

5. La distribució del documental

Cal ser conscients que en gairebé tots els països les produccions nacionals i autonòmiques han de competir amb els productes comercials nord-americans que copen el mercat en totes les seves formes de distribució i exhibició, pel que, sens dubte, la tasca de distribuir i comercialitzar un documental serà molt llarga i difícil, i poden passar molts anys abans de finalitzar aquesta fase.

Val a dir que quan les produccions són petites sol ser més difícil obtenir bons contractes de distribució, però, amb paciència i un bon projecte és probable que es pugui negociar amb distribuïdores petites o independents, o amb cadenes de televisió de baix pressupost.

Per parlar de la distribució i comercialització d'un documental és necessari parlar del sistema de recuperació econòmica de la inversió. El mercat està marcat per una sèrie de regles que s'han de seguir. No es pot estrenar un documental en una cadena de televisió i després pretendre vendre-la a un exhibidor de sales de cinema. Hi ha un ordre cronològic que és el següent:

- Sales de cine
- Tv tancada (cable o antena)
- Tv oberta
- Video i DVD
- Internet
- Festivals i mercats

Això té la seva lògica, ja que **un espectador no paga la entrada a un cinema per veure una pel·lícula que ha vist per televisió gratuïtament o ha llogat en un videoclub.** Tal com es diu als materials docents de la UOC "Producció i distribució multiplataforma" de Robert Figueras i Gemma Dunjós:

"Hem de comprendre que de vegades unes accions poden eliminar altres possibilitats. És a dir, si per exemple es posa una pel·lícula a Internet accessible lliurement a tothom, llavors s'està fent que certs festivals, agents de vendes i recopiladors de DVD ja no tinguin interès, perquè ells segurament la voldrien en exclusiva."

Així doncs, **si el nostre objectiu es comercialitzar el documental per treure'n el màxim rendiment econòmic, el primer que hauríem de fer és plantejar-nos la distribució en sales de cinema i després anar baixant esglaons de la piràmide en ordre progressiu.**

5.1 La comercialització

El principal objectiu de la comercialització és crear expectatives en el públic que el portin a veure el documental. Aquest procés comença des de l'etapa de desenvolupament del projecte. Tal com es diu als materials docents de la UOC "Producció i distribució multiplataforma" de Robert Figueras i Gemma Dunjós:

"L'explotació és un tema que la majoria d'autors consideren al final del procés, però s'haurien de tenir els plans des del principi. Molts filmen per tenir una pel·lícula, sense pensar en la manera de promocionar el projecte i distribuir-lo (...) La recomanació és que des del moment en què es comença a preparar un projecte s'hauria de fer l'esforç extra de tenir molt clar com es promocionarà i distribuirà i el pressupost necessari per a dur-lo a terme".

Idealment, la comercialització d'un documental es discuteix entre el productor i el distribuïdor, en cas que n'hi hagi de bon principi, en la signatura del contracte. Allà es decideix qui correrà amb les despeses d'aquest procés i quants diners se li destinarà dins el pressupost.

A l'encarregat de la publicitat se l'anomena cap de premsa. La seva principal tasca és la de promoure el documental en tots els mitjans existents. Se'l contracta des dels inicis de la producció perquè mantingui informada la premsa dels detalls del projecte. D'aquesta manera es dedica durant mesos a difondre i cridar l'atenció dels encarregats de cultura i espectacles de les revistes, els diaris i els programes de televisió, per explicar-los com avança el documental sobretot a l'hora del rodatge. En l'actualitat, les xarxes socials ajuden sobremanera a fer aquesta tasca, abaratint molt els costos de promoció i publicitat.

En ficció, durant el rodatge, el cap de premsa convida als mitjans de comunicació a la filmació per fer fotografies i entrevistes als col·laboradors i actors de la pel·lícula, i quan la còpia final està llesta els convoca a una passada de premsa on donarà encara més informació. És ell qui prepara l'estrena a les sales cinematogràfiques amb la presència dels protagonistes, el director i el productor per fomentar el

glamour i les expectatives del producte, convidant als periodistes i als altres professionals del mitjà. En el documental per cinema, la tasca del cap de premsa és ser similar, si bé a petita escala.

També és el cap de premsa el responsable del llibre de premsa o pressbook que conté la llista de crèdits completa, fotografies del rodatge i del documental, la fitxa tècnica i artística, anècdotes del rodatge o dels diferents processos de la producció, i principalment, una bona i breu sinopsi del documental. Aquest llibre és el que s'utilitzarà per distribuir el documental, i també per atraure possibles distribuïdors un cop acabat el documental en festivals per exemple.

5.2 El distribuïdor

El distribuïdor és la persona o empresa autoritzada per explotar el projecte comercialment en un territori i període de temps limitat, ja sigui col·locant el documental en sales de cinema, mitjançant la venda dels drets d'antena o amb el lloguer o venda de vídeo. **El distribuïdor pot participar en el finançament d'una pel·lícula invertint una suma de diners des de l'inici del projecte, o bé, un cop acabada la pel·lícula, comprant els drets de distribució.**

En els casos on s'involucra invertint des del seu desenvolupament, serà el distribuïdor la primera persona a recuperar la inversió amb els primers ingressos de l'explotació del documental. Primer recuperarà la bestreta donada a la productora i després les despeses invertides en el llançament o la promoció. Una vegada que el distribuïdor hagi recuperat la inversió, la resta dels guanys d'explotació es repartirà en proporció als percentatges pactats a través d'un contracte previ.

Les condicions de pagament a la productora, quan el distribuïdor és un dels finançadors, generalment són: el 10% al tenir el guió per filmar, un segon pagament el primer dia de rodatge, un tercer pagament al lliurament del material amb l'aprovació de la distribuïdora, un quart pagament es fa amb l'estrena en cinema del documental, el cinquè pagament es realitza sis mesos després de l'estrena, quan es llança al mercat en format vídeo i el sisè i últim pagament es fa entre 3 i 6 mesos després del llançament del vídeo. El percentatge que es paga en cada període és negociable, però generalment els primers dos són del 10% i els altres quatre del 20%.

Malauradament és molt complicat trobar un distribuïdor que inverteixi o financi un projecte documental des d'un inici i el més normal és contactar amb ells un cop el producte s'ha acabat. A la web de CatalanFilms es pot trobar un llistat de distribuïdores i agents de vendes. <http://www.catalanfilmsdb.cat/es/empresas/distribuidoras-y-agentes-de-venta/3/>

Quan el distribuïdor compra els drets de distribució un cop finalitzat el documental, la seva inversió és molt menor i no s'involucra en la forma i contingut del projecte. La seva recuperació de la inversió serà més ràpida i haurà participat amb menor risc i, per tant, el percentatge de taquilla amb el qual es quedarà, serà menor que si hagués invertit anticipadament.

Per vendre un documental teòricament és convenient fer-ho país per país i obtenir així un mínim garantit d'inversió per part del distribuïdor en cada un d'ells. A la pràctica, aquí a Catalunya, si aconseguim que un bon distribuïdor s'encarregui de bellugar el documental a nivell internacional, podem donar-nos per satisfets.

En quant als guanys: en les sales de cinema es reparteixen el 50% entre la productora i la distribuïdora un cop recuperades les despeses de la distribució i un cop cobrat el percentatge de l'exhibidor, que per norma oscil·la entre el 30% i el 50% de la recaptació en brut de taquilla. Pel que fa als guanys per la venda en televisió, la productora es queda amb el 70% i la distribuïdora amb el 30%.

5.3 Cinema

L'exhibidor és l'amo de les sales de cinema. Anteriorment es comptava amb sales de grans dimensions i capacitat, però en els últims anys les sales d'exhibició s'han anat concentrant en grans cadenes (principalment transnacionals), amb moltes però petites sales, la qual cosa ha permès al públic tenir més opcions per triar una pel·lícula, i l'exhibidor omplir la sala amb molt poca gent.

Mentrestant, **els exhibidors individuals van desapareixent, donant al productor cada vegada menors opcions per exhibir pel·lícules independents, documentals i de baix pressupost.** Trobar un exhibidor per al nostre documental acaba depenent de la possibilitat que tingui aquest de competir amb el mercat.

L'exhibidor, en comú acord amb el distribuïdor, és qui decideix en quines sales de cinema es passarà el documental, la data d'estrena i el temps en cartellera, així

com el nombre de còpies que s'exhibiran, però és ell qui té el poder de decisió i l'última paraula. Per tant, la negociació, depèn de la capacitat de persuasió del distribuïdor per opinar en major o menor mesura.

La data d'estrena és molt important per a la bona recuperació d'un documental. També el temps que estigui en cartellera, el nombre de cinemes en què s'exhibeix, i la resta de pel·lícules que puguin estrenar-se en aquesta data i fer-li competència.

Les dates fortes d'afluència de públic a les sales varia. Generalment es contempen les vacances de cap d'any i les d'estiu com la millor època per les estrenes. Aquestes dates però, són aprofitades per les grans estrenes nord-americans que han invertit un pressupost altíssim en la seva promoció i que provocaran una competència molt desequilibrada amb les pel·lícules nacionals.

Cada any es produeixen una gran quantitat d'obres que mai arriben a les sales d'exhibició per diverses situacions. En ocasions és per la falta de distribuïdor, o simplement perquè als exhibidors no els interessa mostrar certa pel·lícula per no creure-la atractiva per a l'espectador. Això és una de les raons per les que les grans productores prefereixen fer prevendes que els assegurin la seva exhibició.

5.4 Televisió

Si hem aconseguit fer una prevenda o una coproducció amb una televisió durant la fase de finançament, tindrem aquest canal de distribució garantit. **Si, per contra, hem tirant endavant un documental sense tenir cap prevenda pactada haurem de cercar i negociar quina o quines televisions s'interessaran pel nostre documental un cop acabat i "enllaunat".**

A tall d'exemple Televisió de Catalunya, en l'actualitat, com a coproductor pot invertir fins un màxim d'un 30% del pressupost d'un documental amb un màxim aproximat d'uns 30.000€. Si, en canvi, fa una precompra dels drets d'emissió la quantitat aproximada és d'uns 12.000€. Finalment, per la compra d'un documental acabat, el passi únic d'una hora (i acostumen a ser documentals de gran èxit internacional) és de 2.000€. http://actualidad.academiadecine.com/reportajes/detalle.php?id_noticia=336 . La diferència tant abismal de diners té a veure, com ja s'ha vist anteriorment, amb els drets del documental.

Les televisions nacionals i internacionals, funcionen de forma molt similar. Per exemple, Canal Arte, si bé percentualment és semblant a Televisió de Catalunya, pot arribar a pagar entre 5 i 10 vegades més. Des de Catalunya el ventall de televisions on podem anar a oferir un documental en llengua catalana és bastant limitat, https://ca.wikipedia.org/wiki/Llista_de_canals_de_televisi%C3%B3_en_catal%C3%A0. En canvi en llengua castellana o llengua original les possibilitats creixen bastant, https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Canales_de_televisi%C3%B3n_en_Espa%C3%B1a, si bé és cert que no tots els canals inverteixen o compren documentals.

De fet, com ja s'ha dit anteriorment, només les cadenes públiques estan obligades a invertir una part del seu pressupost en documentals. Les cadenes privades no, i hem de tenir present que les cadenes de televisió són empreses i el seu objectiu principal és guanyar diners a través de la publicitat que s'aconsegueix a través de l'audiència. **Això significa que les cadenes privades rares vegades s'interessen per un documental. Si bé és cert que la majoria de emissores de televisió tenen un departament de compra externa on es poden enviar projectes, si no et coneixen, la millor estratègia és bellugar-lo per festivals i mercats i allà intentar contactar amb les cadenes nacionals privades que hi han assistit.**

5.5 Vídeo i DVD

És també molt difícil competir amb la invasió del cinema nord-americà. De tota manera, la recaptació a través dels vídeos no és molt significativa. Si es troba un recopilador de vídeo o DVD primer es preveuen la quantitat de vídeos que seran editats, el lloc on es guardarà l'estoc i s'estableix un període de temps per a la venda a majoristes i un altre per a la venda individual. Els guanys de les vendes i lloguers comença després de recuperar la quantitat del mínim garantit i es fa la repartició conjuntament amb el productor segons els percentatges pactats.

Una estratègia que funciona és conèixer les col·leccions dels grans grups editorials i estar atent al mercat. Per exemple nosaltres gràcies a col·lecció de "Grandes Tesoros de la Arqueologia" vam poder vendre i distribuir el nostre documental "La ciudad Perdida de Oxirrinco" per tot el mercat Sud-americà, 4 anys després d'haver-lo produït. <http://listas.20minutos.es/lista/grandes-tesoros-de-la-arqueologia-coleccion-completa-de-documentales-271623/>

5.6 Internet

Construir el propi web del projecte, amb el seu propi domini, és el primer pas de la distribució per Internet. S'hi hauria d'afegir tanta informació com fos possible incloent-hi: l'equip tècnic, l'equip artístic, la sinopsi, les fotos del rodatge, el tràiler, la secció de notícies, el bloc, la presència en premsa i televisió, els festivals on ha estat acceptat, els premis que ha guanyat, els materials de premsa que es puguin descarregar, les opcions per a poder comprar el DVD, amb diversos sistemes de pagament si és possible, incloent-hi PayPal, etc, etc, etc. Al igual que en altres mitjans, un gran acte de promoció és la manera més fàcil de donar a conèixer aquesta web.

Si bé distribuir el documental per la xarxa és, potser, la sortida més fàcil i assegurada, la seva monetització, convertir un actiu en diners, no és tant senzilla. Per fer-ho existeixen diverses estratègies:

- **Ingressos per descàrregues (*downloads*) o reproducció en temps real (*streaming*)** És una modalitat en què es llicencia la pel·lícula en una altra web, que cobra un preu a l'audiència per veure la pel·lícula tant en reproducció en temps real com per descàrregues i paga una part d'aquest preu al propietari de la pel·lícula.
- **Compartir publicitat.** Bàsicament es tracta de llicenciar la pel·lícula a un altre web, perquè habiliti reproducció en temps real (*streaming*) o descàrregues (*downloads*) i col·loqui publicitat al principi o al final de la pel·lícula.
- **Incentivar la gent que compri la pel·lícula.** Una cosa és que la gent vagi al web i una altra de molt diferent és que acabin comprant el DVD. Per això s'han d'oferir descomptes, adhesius, col·locar múltiples botons al web per a comprar, etc.
- **Venda de marxandatge.** Objectes relacionats amb el documental.

5.7 Festivals i Mercats

Els festivals són més aviat una forma de promocionar i distribuir el documental però no de comercialitzar-lo. Cal conèixer tots els festivals i les seves bases ja que no es fàcil que acceptin el teu documental en els festivals més importants. Per exemple a l'última edició del DocsBarcelona, el festival més important de documentals de Catalunya, en la seva secció oficial, només hi havia

un documental produït a Espanya, <http://www.docsbarcelona.com/es/ed-2016/festival-2016/sections/seccio-oficial/>. O el festival Documentamadrid, un dels més importants a nivell nacional, només deixa presentar-se aquells documentals que no hagin sigut estrenats a Espanya, i per tant, deixa fora aquells que hagin estat coproduïts per una televisió o un distribuïdor cinematogràfic, <http://www.documentamadrid.com/>.

Així doncs, aquest camí tampoc és gens fàcil ni agraït. **Els festivals normalment són la sortida a les produccions més arriscades o que tracten temes més compromesos.** Si el teu documental és més "comercial" difícilment interessarà als organitzadors. Els festivals però, especialment els que compten amb un mercat, són el lloc de contacte més adequat. A part dels distribuïdors, televisions i altres, està atapeït de productors que volen presentar el seu projecte. En ells es coneix a molta gent. En general els festivals amb "mercat" tenen una àrea destinada per a les trobades i negociacions. Les distribuïdores i les televisions lloguen estands o habitacions d'hotel que es transformaran momentàniament en oficines. Els organitzadors del mercat solen publicar carpetes amb diferents projectes que busquen finançament (previ pagament dels productors), de manera que es promocionin entre els possibles compradors.

Si s'involucra a l'agent de vendes quan el projecte està acabat i només es pretén vendre el documental per a la seva exhibició, aquest funciona com a representant de la productora enfront dels compradors i sol fer paquets amb diferents programes o pel·lícules de diverses productores per oferir-los en conjunt i no individualment, movent còpies de vídeo en excel·lent estat i el dossier de premsa de cada un dels projectes. Les grans cadenes de televisió prefereixen recórrer a aquest sistema de compra i així fer els tractes per més d'un producte evitant negociar amb diferents productores cada vegada que volen comprar algun dret de antena.

6. Conclusions

Abans de respondre la pregunta principal i que ha guiat tot el treball, he cregut que la millor manera de començar aquest punt seria amb el resum de les conclusions dels objectius específics, marcats també a l'inici de la dissertació. En total una sèrie de 10 conclusions o sentències que ajudaran a situar al lector abans del raonament final.

- Primera: **És important conèixer la diferència entre un documental i un reportatge.** Si volem produir el que els distribuïdors entenen per un reportatge eliminarem moltes vies de finançament i exhibició.
- Segona: Existeixen molts tipus i gèneres en el documental. Si volem aconseguir el màxim de finançament possible **hem d'intentar que el tema no sigui extremadament compromès i que sigui del màxim interès general pensant en l'audiència.**
- Tercera: **La duració influeix molt en les possibles vies de finançament i distribució d'un documental.** Tal com diu Jordi Ambrós, cap de documentals de televisió de Catalunya:

“Es una especie de convención que el minutaje determine si es cine o no. Tanto documentales como ficciones se están yendo a los 90 minutos por una arbitrariedad: la de ir a salas o a según qué festivales”.

- Quarta: Cada cop els pressupostos s'estan reduint més per culpa de la disminució de diners de les subvencions i de l'aportació de les televisions públiques. **El pressupost mig actual és de entre 1000€ i 2000€ el minut d'emissió.**
- Cinquena: **Cada cop els equips de producció d'un documental són més reduïts.** Hi ha menys gent que participa en un documental però segueix havent-hi les mateixes figures. Això provoca, segons Marc Petitpierre, una fusió de rols en la mateixa persona. Per exemple que el director de fotografia també faci el so o el guionista sigui també el muntador.

- Sisena: El temps de producció mig d'un documental és d'un any. Els temps necessari mínim per aconseguir el finançament és de dos anys. **En total tres anys per fer un documental.**
- Setena: **El documental és un procés de creació artística però també un procés financer i legal.** És bàsic treballar des del mateix desenvolupament del documental amb l'estratègia i el pla de finançament i comercialització del documental.
- Vuitena: **És necessari comptar amb diferents i múltiples vies de finançament per completar el pressupost. És molt difícil aconseguir finançament públic sense tenir finançament privat.** A més, per norma general, **cal que el productor inverteixi capital propi sempre. Per tant, tota producció documental és un risc.**
- Novena: La tasca per cercar el finançament d'un documental és molt semblant a la que s'ha de fer per finançar una pel·lícula de ficció, amb la diferència que **els pressupostos dels documentals són 10 vegades menors i les possibilitats de guanyar diners, també.**
- Desena: **La distribució i comercialització d'un documental, i més a Catalunya, està molt limitada.** Unes vies de distribució eliminen unes altres i s'ha de seguir un ordre molt concret i marcat.

És per totes aquestes conclusions específiques que m'atreveixo a dir que, **a dia d'avui, encara no existeix un "mercat" pel documental a Catalunya.** Tal com s'ha vist, amb aquests pressupostos i tardant 3 anys de mitja en produir i finançar cada projecte, és impossible viure del documental. Com diu Marc Petitpierre, productor de Karavan films i soci de Prodocs (l'associació professional de productores especialitzades en documentals) <http://www.proafed.com/pro-docs/> :

"No conec a cap productora o productor que es guanyi la vida només fent documentals."

A més, **és molt difícil aconseguir beneficis econòmics de l'explotació d'un producte documental produït a Catalunya** per diversos motius:

1. És un gènere que interessa poc als exhibidors cinematogràfics, a les televisions privades i als editors de vídeo i DVD.
2. Els temes locals i els tipus de documentals que interessin a les televisions autonòmiques poden no interessar a les distribuïdores internacionals, fent així de fre involuntàriament.
3. Els festivals amb premis importants, tenen limitacions considerables que fan molt difícil el seu accés, i estan pensats en aquelles produccions més arriscades o que tracten temes més compromesos.

Tot això ens porta a una altra pregunta: **perquè està de moda el gènere documental?** Com s'ha dit a l'inici de la dissertació, no és l'objectiu del treball contestar aquesta qüestió, però no puc estar-me de pinzellar algunes possibles respostes.

1. Tal com diu Pep Masias pot influir la falsa creença que el documental és fàcil de fer i de produir.
2. Com apunta Marc Petitpierre, les productores fan documentals més pel prestigi i l'història que no pels beneficis econòmics que poden aconseguir.
3. Finalment, i això és opinió personal, crec que el documental no deixa de ser una de les poques formes que tenen els nous talents per intentar entrar a la indústria i explicar les seves pròpies històries.

Un exemple és el projecte Taller.doc. Un programa de Paralel 40 i Televisió de Catalunya que ha permès produir més de 120 documentals de 30 minuts a joves realitzadors. <http://www.paralel40.com/es/produccio/taller.html>. Gràcies a aquesta experiència alguns directors han pogut repetir fent un altre documental amb major pressupost i amb més mitjans.

Arribats a aquest punt crec que es pot entendre molt millor la complexitat que té respondre la pregunta: **"Es possible aixecar el finançament i produir un documental a Catalunya, traient rendiment econòmic en el millor dels casos, sense la col·laboració, coproducció o participació d'una cadena de televisió?"** La resposta depèn de molts factors, tal com hem explicat a la introducció i s'ha vist al llarg de la dissertació. En resum, i sense ànim de ser sentenciós, **arribo a la conclusió que és possible aixecar el finançament d'un documental sense la participació d'una cadena de televisió, però que és molt difícil.**

Entre tots els factors sorprèn que **la duració sigui el que més pot influir en l'estratègia per aconseguir el finançament**, ja que ens marcarà en gran mesura el pressupost i també la finestra d'explotació i distribució. A tall d'exemple final i per acabar el treball, s'analitzaran breument les possibilitats de finançament de quatre tipus de documentals segons la seva duració.

1. Documentals fins a 15 minuts:

Si volem fer un documental de fins a 15 minuts, probablement la millor finestra de distribució i explotació serà Internet. Es podrà produir amb un equip reduït ja que en principi no tindrà massa dificultat de logística i es gravarà en pocs dies. Per tot això tindrà un pressupost estàndard aproximat d'uns 10.000€ o menys.

Es possible que amb un micromecenatge es pugui aixecar gran part del finançament. En aquest cas serà molt important l'estratègia que es faci per Internet i les xarxes socials, fent un web propi i aconseguint una petita comunitat que inverteixi en el projecte durant la campanya de crowdfunding i que posteriorment adquireixi còpies en dvd o descàrregues del documental. També es podria buscar coproducció amb alguna empresa de serveis que abaratís costos.

Al no dependre de cap distribuïdor, el tema podrà ser lliure i arriscat. Com que no tindrem cap obligació a l'hora de comercialitzar-lo el podrem presentar en festivals de curtmetratges que serviran per promocionar el projecte i, potser, per aconseguir premis. També es podrà optar a múltiples subvencions per curtmetratges i no es pot descartar aconseguir algun patrocini.

Per tant podríem finançar perfectament el documental sense la col·laboració d'una televisió.

2. Documentals de 15 a 30 minuts:

Aquesta duració és força estranya. Es segueix considerant un curtmetratge però ja és força llarg. És una duració bastant televisiva però que costa tenir cabuda en festivals.

És molt semblant al cas anterior però amb majors dificultats a l'hora d'aconseguir finançament ja que el seu pressupost rondarà els 20.000€. Es necessitarà més dies de rodatge, més logística i més equip. **Probablement amb un micromecenatge**

no serà suficient i caldrà coproducció amb alguna empresa o aconseguir alguna subvenció o patrocini.

La duració no és la ideal per Internet ni per festivals de curtmetratges (tot i que no és dolenta). L'única avantatge d'aquesta duració per davant de l'anterior és que pot interessar a algunes cadenes de televisió, augmentant així la seva distribució un cop acabat.

Per tant es podria finançar el documental sense la col·laboració d'una televisió.

3. Documental de 60 minuts:

En molts festivals, subvencions i cadenes de televisió ja es considera un llarmetratge però no pels exhibidors de cinema. Aquesta duració es considera la idònia per la distribució i explotació en televisió. El seu pressupost rondarà els 60.000€ degut a que es necessitaran força dies de rodatges, tindrà una logística complicada i caldrà un equip complet i potser amb rols duplicats.

Només amb micromecenatge o patrocinis serà molt difícil aixecar el pressupost. **Caldrà aconseguir una o diverses subvencions que no estiguin vinculades a un contracte de distribució amb una televisió.** Les subvencions europees o nacionals són més lliures en aquest cas que les subvencions autonòmiques.

L'única avantatge d'aquesta duració és que pot interessar a moltes cadenes de televisió, augmentant així la seva distribució, sobretot a nivell internacional, un cop acabat. Probablement la millor estratègia seria presentar el projecte als festivals amb mercats per intentar aconseguir prevendes.

També, en cas de no tenir obligació amb cap distribuïdora, podem presentar-lo als principals festivals de documentals i optar a premis importants.

Per tant crec que difícilment es podria finançar el documental sense la col·laboració d'una televisió.

4. Documental de més de 80 minuts:

El documental per sales de cinema per excel·lència. Aquesta duració es considera un llarmetratge per tots els distribuïdors. El pressupost rondarà els 100.000€ i, si

bé pot semblar més complicat aconseguir el finançament, el obrir-se una finestra nova d'exploració com les sales cinematogràfiques pot facilitar la tasca.

Per completar el pressupost caldrà aconseguir múltiples subvencions així com acords amb distribuïdores cinematogràfiques (cosa que no és gens fàcil). Si s'aconsegueix és molt possible que optem a subvencions europees, nacionals i autonòmiques i que no és necessari de la participació d'una televisió.

Segurament la millor estratègia seria realitzar una campanya semblant a la del curtmetratge i produir un *teaser*. I amb aquest *teaser* intentar convèncer a un distribuïdor que probablement trobaríem en un festival amb mercat.

Per tant difícilment es podria finançar el documental sense la col·laboració d'una televisió però probablement tindriem més opcions per aixecar el capital amb aquesta duració que amb la de 60 minuts.

Resumint i com a cloenda, podríem dir que, per molt que un sector de la indústria ho ha intentant durant anys, encara no existeix un "mercat" pel documental a Catalunya. Per culpa, en part, de la crisi econòmica. Tot i això, segueix sent un gènere interessant per productores i nous talents per diferents motius: currículum, experiència, historial, prestigi o simplement una oportunitat. Això fa que, encara que no et puguis guanyar la vida, el documental segueixi augmentant la seva popularitat.

Referent a la pregunta inicial, arribem a la conclusió que si no comptem (o no volem comptar) amb el finançament d'una cadena de televisió, és més fàcil finançar un curtmetratge documental (menys de 15 minuts) o un llargmetratge documental (més de 80 minuts) que un documental pensat per televisió (30 o 60 minuts aproximadament). Principalment perquè hi ha més subvencions, més ajudes del govern i, al ser el documental més lliure en quan a tema i públic objectiu, tindrà més probabilitats de participar en festivals i trobar distribuïdores a nivell internacional.

7. Bibliografia i webgrafia

Breschand, Jean (2004). El documental, la otra cara del cine. Paidós.
<http://www.casadellibro.com/libro-el-documental-la-otra-cara-del-cine/9788449316036/982940>

Barnouw, Erik (2005). El documental: historia y estilos. Gedisa.
<http://www.casadellibro.com/libro-el-documental-historia-y-estilo/9788474325638/505895>

Rabiguer, Michael (2001). Dirección de documentales. Instituto oficial de Radio y Televisión.
<http://www.casadellibro.com/libro-direccion-de-documentales-3-ed/9788488788412/789735>

Padró-Piedrafita, Josep (2012). Técnicas de reportaje y documental. Editrain.
<https://www.libreriaproteo.com/libro/ver/id/930472/titulo/tecnicas-de-reportaje-y-documental.html>

Dunjó i Figueres (2013). Producció i distribució multiplataforma. UOC.
http://materials.cv.uoc.edu/continguts/PID_00190703/index.html

Roig, Antoni (2011). Cap al cinema col.laboratiu: pràctiques culturals i formes de producció participatives. UOC.
<http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/handle/10609/1473?mode=full>

Roig, Leibovitz, Sanchez-Navarro (2012). ¡ESTA PELÍCULA LA HACEMOS ENTRE TODOS! Revista ICONO 14.

Entrevista a Pep Masias, director de producció i productor executiu de múltiples documentals. <http://pepmasias.blogspot.com.es/> . <https://youtu.be/RhdY-pLxsj0>

Entrevista a Marc Petitpierre, empresari i productor executiu de Karavanfilms.
<http://karavanfilms.com/>. <https://youtu.be/dX1HmPQhpt4>

Linares, Rafael. Producció audiovisual Cine.
<http://es.slideshare.net/rafalinares/produccion-audiovisual-cine-tema3>

Ambrós, Jordi. Entrevista al responsable de documentals de TVC. Actualidad del cine Español.

http://actualidad.academiadecine.com/reportajes/detalle.php?id_noticia=336

"Ciutat Morta", documental produït per Diana Asenjo.

<https://ciutatmorta.wordpress.com/>

"El complexe de Stradivarius", , documental produït per Marc PetitPierre.

<http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/programa/El-complex-de-Stradivarius/video/4584351/>

"En construcción" https://es.wikipedia.org/wiki/En_construcci%C3%B3n,

documental produït per Joan Barjau.

"De nens" <http://www.massador.com/films/de-nens.html>, documental produït per

Isona Passola.

"Reconèixer Borrell", [http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/programa/Reconeixer-](http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/programa/Reconeixer-Borrell/video/4567571/)

[Borrell/video/4567571/](http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/programa/Reconeixer-Borrell/video/4567571/) , documental produït per Pep Masias.

"Madame Barcelona", [http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/sense-ficcio/madame-](http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/sense-ficcio/madame-barcelona-un-recorregut-per-larc-del-teatre/video/5562467/)

[barcelona-un-recorregut-per-larc-del-teatre/video/5562467/](http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/sense-ficcio/madame-barcelona-un-recorregut-per-larc-del-teatre/video/5562467/), documental produït per Marc PetitPierre.

"En construcción" , https://es.wikipedia.org/wiki/En_construcci%C3%B3n.

"Garbo" de Edmon Roch. <http://www.garbothemovie.com/>.

El documental "Tierra. La película de nuestro planeta"

<https://www.youtube.com/watch?v=v7sLxbUo2cU>

El documental biogràfic, "Pau Casals y la paz"

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/imprescindibles/imprescindibles-pau-casals-paz/1765351/>

El documental familiar "Nobody's Business" <http://www.imdb.com/title/tt0117196/>

El documental musical i històric "Música Savall"
<http://www.rtve.es/alcarta/videos/otros-documentales/musica-savall-historia-borgia/1457308/>.

Verkami. Empresa de crowdfunding. www.Verkami.com

Emprendelandia. Empresa de crowdfunding. <http://www.emprendelandia.es/que-es-el-crowdfunding>

Televisió Espanyola. Preu imatges arxiu.
http://www.rtve.es/comercia/tarifa_profesionales/2005_imarchivo.htm

Ministeri de treball. Butlletí de 2016.
<https://www.boe.es/boe/dias/2016/01/22/pdfs/BOE-A-2016-599.pdf>

Ministeri d'educació. Media. La televisió.
<http://recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque5/pag10.htm>

Apunto la pospo. Empresa de postproducció.
<http://www.lapospo.com/es/que-ofrecemos/postproduccion>,

CCMA. "Norma reguladora del procediment de selecció i contractació de continguts audiovisuals per als mitjans de comunicació de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals". <http://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/3/3/1457347127133.pdf>.

Ministeri d'Educació i Cultura, pressupost
<http://www.mcu.es/cine/SC/procedimientosAdministrativos/ReconocimientoCostes.pdf>

Corporació catalana de mitjans audiovisuals. Coproduccions.
<http://www.ccma.cat/presentacio-projectes/coproduccions/>.

Generalitat de Catalunya. Subvencions.
<http://cultura.gencat.cat/ca/tramits/resolucions-i-acords/>

Subvencions Ministeri de Cultura <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/catalogo/cultura/becas-ayudas-y-subvenciones/ayudas-y-subvenciones/cine.html>

Subvencions europees. Euroimages. <https://www.dicoruna.es/europedirect/axudas-europeas/programas/educacion/europa-creativa/europa-creativa-media-subvenciones-al-desarrollo-de-proyectos-individuales-y-paquetes-de-proyectos/>
<https://www.ico.es/web/ico/ico-empresas-y-emprendedores>

Ministeri de Cultura. La "Ley del Cine" <http://www.mecd.gob.es/prensa-mecd/actualidad/2015/05/20150514-cine.html>

CatalanFilms. Mercats i festivals <http://www.catalanfilms.cat/es/markets.jsp>

CatalanFilms. Agents de vendes
<http://www.catalanfilmsdb.cat/es/empresas/distribuidoras-y-agentes-de-venta/3/>

Wikipedia. Operadores de televisió catalanes
https://ca.wikipedia.org/wiki/Llista_de_canals_de_televisi%C3%B3_en_catal%C3%A0.

Wikipedia. Operadores de televisió de llengua castellana.
https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Canales_de_televisi%C3%B3n_en_Espa%C3%B1a,

Docsbarcelona. Festival de documental a Barcelona.
<http://www.docsbarcelona.com/es/ed-2016/festival-2016/sections/seccio-oficial/>.

DocumentaMadrid. Festival de documental a Madrid.
<http://www.documentamadrid.com/>.

Associació professional de productores especialitzades en documental.
<http://www.proafed.com/pro-docs/>

Parallel 40. Projecte Taller.doc. <http://www.parallel40.com/es/produccio/taller.html>