

---

# Trabajo final de posgrado

---

## Análisis y viabilidad de proyectos de género fantástico

PID\_00260668

Mónica García Massagué

---

Tiempo mínimo de dedicación recomendado: 2 horas

---



**Mónica García Massagué**

Subdirectora de la Fundación que dirige el Sitges - Festival Internacional de Cine Fantástico de Catalunya. Trabaja desde 2004 en certámenes internacionales y promoción de la cinematografía. Ha asesorado proyectos de género e imparte clases sobre el posicionamiento de los festivales de cine.

El encargo y la creación de este recurso de aprendizaje UOC han sido coordinados por la profesora: Judith Clares Gavilán (2019)

Primera edición: febrero 2019  
© Mónica García Massagué  
Todos los derechos reservados  
© de esta edición, FUOC, 2019  
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona  
Diseño: Manel Andreu  
Realización editorial: Oberta UOC Publishing, SL

*Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño general y la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitida de ninguna forma, ni por ningún medio, sea éste eléctrico, químico, mecánico, óptico, grabación, fotocopia, o cualquier otro, sin la previa autorización escrita de los titulares del copyright.*

# Índice

<b>1. El reto</b> .....	5
<b>2. El conocimiento imprescindible</b> .....	7
2.1. El concepto o la idea .....	7
2.2. El concepto y el contexto .....	10
2.3. Las referencias fílmicas .....	11
<b>3. El presupuesto y la financiación</b> .....	12
3.1. Calculando el retorno económico .....	16
<b>4. La propuesta de ejecución</b> .....	18
<b>5. La estrategia de festivales y distribución</b> .....	21
<b>Anexo</b> .....	23



## 1. El reto

«There are no rules on filmmaking. Only sins. And the cardinal sin is dullness»

Frank Capra

Si recordáis los apuntes de la asignatura *Análisis y viabilidad de proyectos de género fantástico*, os acordaréis de que afirmábamos que todas las películas nacían de una idea o concepto, la cual marcaba el inicio de un largo camino hasta su realización. Este punto de partida se materializaba en un proyecto, más o menos desarrollado, donde se recogen elementos imprescindibles como el título, la sinopsis, la propuesta de equipo artístico, *tag line*, producciones de referencia, propuesta de presupuesto y financiación, etc.

Asimismo, cabe insistir en que se trata de un documento orgánico donde se asientan las bases del tipo de producción que queremos llevar a cabo y cómo vamos a hacerlo. De modo que este documento se irá modificando según la etapa en la que nos encontremos de la producción y, sobre todo, según el interlocutor al cual se presente.

Un correcto análisis del proyecto permite descubrir de forma inmediata su viabilidad o su inviabilidad. Ya no se trata solo de medir la originalidad y la calidad de este, sino que cada proyecto se considera según parámetros variables acordes a los objetivos. Estos pueden ser muy diversos:

- 1) Buscar financiación pública o privada.
- 2) Atraer la participación de un coproductor.
- 3) Lograr preventas internacionales.
- 4) Convencer a un director o actor/actriz para la participación en él, etc.

Para llevar a cabo este reto, os pondréis en la piel de un productor español, con bastante experiencia en el cine de género. Tenéis entre manos un nuevo proyecto; estáis seguros de que será capaz de atraer el interés tanto de la audiencia como de los distribuidores. A este respecto, vuestro cometido tendrá un doble campo de actuación: por un lado, **desarrollaréis el proyecto en forma de dossier de presentación** para atraer a otros coproductores y, por otro, llevaréis a cabo un **autoanálisis del proyecto**, que os permitirá justificar la producción. Así pues, se trata de dos documentos distintos.

El proyecto cinematográfico se corresponde a un largometraje del género de terror, que se detalla al final de este dossier. Igualmente, podéis proponer otro proyecto alternativo al facilitado, siempre con la aprobación del profesor responsable de la asignatura.

El dossier de presentación debe contener la información detallada en la asignatura de Análisis y viabilidad de proyectos de género fantástico, y el documento de análisis puede tener el formato que deseéis, pero deberá incluir toda la información correspondiente a los siguientes bloques, que os presentamos de forma resumida a continuación:

### **Bloque 1: evaluación del concepto o idea**

Aquí será básico discriminar el nivel de originalidad del guion, la fase de revisión en la que se encuentra, las referencias fílmicas presentadas y el rendimiento económico que alcanzaron. Asimismo, se introducirán en este apartado todos aquellos elementos de análisis cinematográfico (noticias sobre producciones similares en curso a cargo de realizadores de prestigio) o extracine- matográfico de consideración (contexto político o social).

### **Bloque 2: evaluación del presupuesto y financiación**

La solidez de un proyecto se mide por el nivel de realismo que su promotor plantea al presentar el presupuesto. Presupuestos excesivamente bajos o, por el contrario, altos pueden considerarse indicios de inmadurez o temeridad. Por otra parte, tener una parte de la financiación garantizada o al menos plantear una buena estrategia de financiación suponen revulsivos positivos, que sostienen el proyecto.

### **Bloque 3: evaluación de la propuesta de ejecución**

El equipo artístico y técnico planteado se analizan y se contrastan en esta parte del trabajo. Por lo general, el cine de género se sostiene más por sus ideas que por su alfombra roja. Dicho esto, hemos de ser capaces de dilucidar si se necesita contratar o no a un gran nombre de la gran pantalla, para dar mayor solidez al proyecto.

### **Bloque 4: conclusión y estrategia de festivales y distribución**

Al margen de la conclusión a la que lleguéis cada uno de vosotros sobre la viabilidad o no del proyecto, la cual deberá estar plenamente justificada, en esta parte del trabajo se os requiere la formulación de una primera estrategia de festivales y de distribución, considerando el proyecto. Además, deberéis elaborar una propuesta de cartel y, al menos, un elemento promocional.

## 2. El conocimiento imprescindible

### 2.1. El concepto o la idea

«Si realmente quieres hacer películas, entonces escribe guiones. Todo lo que necesitas para escribir un guion es papel y lápiz. Solo a través de la escritura de guiones aprenderás específicamente sobre la estructura de las películas y lo que es realmente el cine. Esto es lo que les digo (a los jóvenes cineastas), pero siguen sin escribir, ya que encuentran la escritura muy dificultosa y lo es, escribir es un trabajo duro».

Akira Kurosawa

Decíamos en la asignatura de Análisis de proyectos que la primera cuestión que debéis plantear es de dónde procede la idea. La respuesta puede situarse en diferentes supuestos:

- Idea original
- *Remake*
- Precuelas, secuelas, etc.
- Franquicias
- Basada en hechos reales
- Basada en una obra literaria
- Otros

Atendiendo a cada fuente, aquello que debemos cuestionar es:

1) **Tenencia de los derechos**, sobre todo, para proyectos basados en obras previas (literarias o no: videojuegos, dibujos animados, etc.). Hay que responder también a cuestiones como territorios que se contemplan en los derechos, limitaciones según ventanas (esto sucede con mucho material de archivo cuyo uso se restringe en Internet), caducidad, etc.

#### Ejemplo de producción de género sujeta a derechos



2) **Derechos de intimidad, privacidad e imagen**. Asunto de especial cuidado si nos ocupamos de *biopics* o de producciones basadas en hechos reales.

## Ejemplo



### *Verónica* (2017)

Dirigida por Paco Plaza

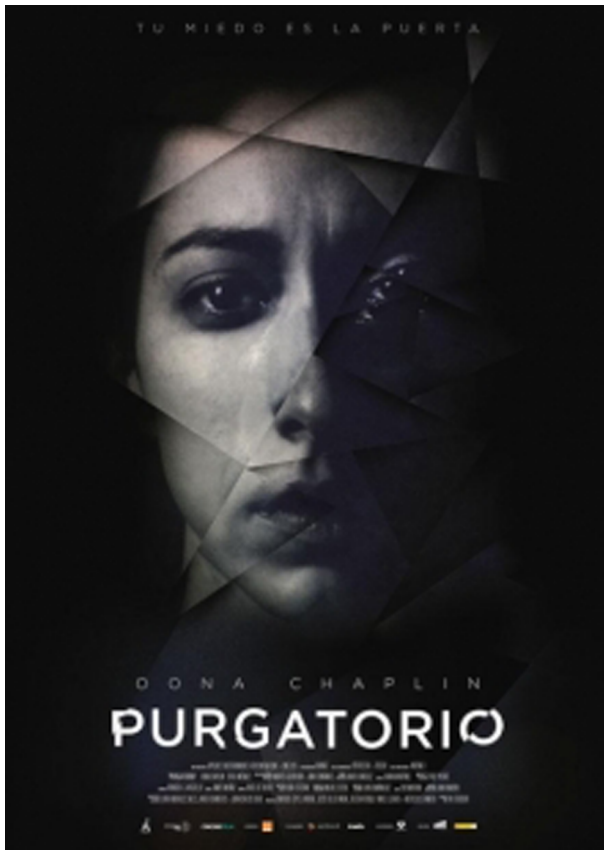
Producida por Apaches Entertainment & Expediente La Película A. I. E.

Inspirada en el caso real de una adolescente en el barrio madrileño de Vallecas, la cual falleció tras afirmar que fuerzas sobrenaturales amenazaban a su familia.

3) **Sellos de calidad.** Hacemos referencia a los premios y distinciones que el guion (o directamente el proyecto) haya podido atesorar en su paso por laboratorios de guion, competiciones de proyectos en festivales, etc. De igual modo, si se trata de adaptaciones de obras previas, el número de ventas, el impacto en audiencia, etc., son elementos del propio plan de marketing.



## Ejemplo



### *Purgatorio* (2014)

Dirigida por Pau Teixidor

Producida por Apaches Entertainment, Atresmedia Cine, Cine 365 Film & Virtual Contenidos.

Producción resultante del Premio Cine 365 Film, que distingue a un joven realizador y le financia la realización de su próximo largometraje.

En el proyecto, el concepto o idea estarán básicamente recogidos a través de:

- Título del proyecto
- Sinopsis corta
- Sinopsis larga
- *Tag line*
- Tratamiento

También es probable que se adjunte el guion; sobre este es importante determinar el número de reescrituras, a cargo de quién se han realizado: el guionista original, un *coach* de guion, el propio director, etc.

El proyecto puede consistir en una buena idea desarrollada en un mal guion, cosa que se puede detectar a tiempo y corregir (no al revés, jamás un guion por muy bien estructurado que esté puede salvar una mala idea).

## 2.2. El concepto y el contexto

Hemos apuntado que en este apartado también son juzgados todos aquellos elementos de análisis cinematográfico o extracinematográfico que puedan afectar al proyecto.

Veamos algunos ejemplos propios del contexto cinematográfico:

- **Descenso o crecimiento del interés de las audiencias en un determinado género cinematográfico.** Cíclicamente, el público da muestras de agotamiento o resurgimiento en relación con determinados subgéneros. Algunos tienen la suerte de ser eternos, como la pasión por los zombis.
- **Nivel de producción en el país (o internacionalmente) de propuestas similares y a cargo de qué realizadores.** Ejemplo: en la edición de 2017 del Sitges - Festival Internacional de Cine Fantástico de Catalunya, se presentaron dos películas con el mismo punto de partida: historia de amor entre humano y anfibio. Una de ellas fue la ganadora del premio Óscar *La forma del agua*, dirigida por el realizador mexicano Guillermo del Toro; la otra, *La piel fría*, dirigida por Xavier Gens y basada en la obra literaria homónima. Huelga decir que la coincidencia en la aparición de ambos títulos no supuso ningún beneficio para la segunda, que contó con un presupuesto más modesto y con una factura muy distinta a la obra de Guillermo del Toro.
- **Nivel de envejecimiento del proyecto.** A menudo, los proyectos, si cuentan con el apoyo firme de un productor, circulan por los mercados y festivales internacionales, atrayendo la atención de posibles preventas, coproducciones, etc. Si el proyecto no alcanza objetivos a medio plazo, envejece rápidamente y puede ver agotadas sus opciones de forma prematura.
- **Capacidad de producción en el país de origen.** Aquellas producciones que precisen necesariamente ayudas públicas para llevarse a cabo deben ajustarse a los requisitos legislativos que las regulan. A menudo, las convocatorias señalan horquillas presupuestarias, discriminan positivamente la participación de un porcentaje determinado de equipo artístico o técnico local, el uso de determinadas localizaciones, lenguas, etc.

Otros condicionantes provienen del propio contexto político o social. Un ejemplo ilustrativo fue el retraso en el estreno, además de la censura aplicada, para la película *Daño colateral* (2002), dirigida por Andrew Davis. El título ya estaba listo antes de los atentados del 11-S, pero tras estos se eliminaron escenas, como una en la que la actriz Sofia Vergara secuestraba un avión.

Es probable que el proyecto coincida, con más o menos suerte, con un elemento de actualidad (actos terroristas, hechos propios de la crónica negra, etc.), que lo cuestione o, por el contrario, lo relance. En otras ocasiones, el proyecto

busca precisamente la efeméride para añadir un elemento de marketing en su lanzamiento. Un ejemplo son los distintos proyectos que han intentado abordar el asesinato de las niñas de Alcásser. Esto nos conduce a reflexionar sobre si el público se encuentra suficientemente maduro para abordar una dramatización de estas características.

### 2.3. Las referencias fílmicas

El proyecto parte de una idea o concepto, incluso de un guion más o menos elaborado, pero es probable que aún necesitemos visualizar su meta final. Esto, en primer lugar, se consigue a través de las referencias fílmicas. Es común ilustrarlas como un sumatorio, a través del cual aclaramos si se trata de una similitud en la factura, la idea, el nivel de producción, etc.

#### Ejemplo



#### *Elena* (mi producción)

A través de las referencias fílmicas situamos rápidamente en la mente del interlocutor el proyecto. Y recordemos: se considera de forma negativa exponer un proyecto como una nueva versión de un gran éxito. Por ejemplo: «Mi película es el nuevo *El exorcista*». Una afirmación de este calibre puede ser tachada de poco original con facilidad (además de ser presuntuosa). En resumen, el proyecto debe ser capaz de apelar al público y contar con un valor diferencial.

### 3. El presupuesto y la financiación

«Producir o dirigir una película es, como decía Stanley Kubrick, igual que escribir un poema en una montaña rusa. Esta es una perfecta definición porque como cineasta, en cierto modo, tú estás intentando crear poesía, plasmar tu visión artística, abordar cuestiones metafísicas, etc. (...) todos aquellos temas que deseas explorar, dejar la libertad para que tu imaginación se desborde, pero al mismo tiempo la producción es una montaña rusa. Es muy física, absolutamente incontrolable, basada en múltiples elementos intangibles que están fuera de tu control y tú (el director) intentas hacer poesía mientras las localizaciones caen, el actor enloquece, etc.».

Alejandro G. Inárritu, en referencia a la relación director-productor (Producers Guild of America, 2015).

Cualquier proyecto debe ir acompañado de una referencia presupuestaria. De hecho, una estimación económica revela tanta información de la producción como el propio guion. En una fase inicial, una horquilla o una simple estimación son suficientes para captar si se ha dimensionado correctamente la propuesta. A este respecto, presupuestos excesivamente bajos o, por el contrario, altos pueden considerarse indicios de inmadurez o temeridad.

Por otra parte, el presupuesto evoluciona según la fase que atraviese el proyecto y, ya en preproducción, se exige una propuesta más detallada con las principales partidas y, por supuesto, el plan de financiación en firme.

Ejemplo de presupuesto de desarrollo de proyecto

	<b>Gasto</b>	<b>Total</b>	<b>Gastado</b>	
<b>Código</b>	<b>Concepto</b>	<b>€</b>	<b>€</b>	<b>Observaciones</b>
	<b>Personal y asistencia</b>			
01.01.10	Director de desarrollo			
01.01.11	Ejecutivos de desarrollo			
03.010.01	Director			
	Productor ejecutivo (presupuesto, plan de producción, plan fin)			
11.01.02	Salarios			
10.01.08	Seguridad Social e impuestos			
01.01.03	Guionistas			
	Escritura sinopsis general y x sinopsis			
01.01.07	Guion piloto 1			
01.01.08	Editor de guion			
01.01.04	Dialoguista			

	<b>Gasto</b>	<b>Total</b>	<b>Gastado</b>	
	Gag sesión			
11.01.10	Asistencia legal			
03.02.01	<b>Elaboración de presupuesto y planificación</b>			
	Servicios externos (piloto-teaser-ejecutable)			
	Modelado			
	Layout y animación			
	Iluminación y render			
	Composición			
	Sonorización			
	Costes indirectos (generales)			
	<b>Costes sectoriales específicos</b>			
01.01.01	Derechos de autor			
01.01.02	Argumento original			
01.01.06	Opciones / derechos de autor			
01.01.06	Propiedad intelectual			
01.01.09	Otros derechos			
12.02.01	Elementos promocionales			
09.03.09	Coste / alquiler estudios (solo animación)			
11.01.12	Gastos de formación			
11.01.11	Dominios de Internet			
01.01.05	Traducciones			
07.01.01	Localizaciones			
12.02.03	Promoción/Publicidad			
12.02.03	Presencia en mercados			
	<b>Viajes y alojamientos</b>			
07.02.01	Viajes			
07.03.01	Alojamientos			
07.03.03	Comidas			
	<b>Gastos administrativos</b>			
11.01.02	Personal administrativo			

	<b>Gasto</b>	<b>Total</b>	<b>Gastado</b>	
11.01.03	Mensajería			
11.01.08	Consumibles			
11.01.11	Auditorías/registro propiedad intelectual			
05.03.01	Copias de guion, documentación			
	SUBTOTAL 1 + 2 + 3 + 4 + 5			
12.03.01	Seguros/gastos bancarios (6 %)			
13.01.01	Contingencias (5 %)			
	TOTAL PRESUPUESTO DE DESARROLLO			

Fuente: Matamoros, David. Distribución y Marketing Cinematográficos. Universitat de Barcelona, Barcelona, 2009.

Las referencias económicas deben responder a dos preguntas:

1) ¿Cómo afrontaremos el coste de producción?

2) ¿Qué valor esperamos alcanzar?

En realidad, se trata de plasmar una estrategia financiera que explique cómo vamos a financiar el proyecto y cómo vamos a recuperar la inversión (y, en el mejor de los casos, obtener beneficios con la producción). Es probable que el dossier de presentación no incluya esta información con detalle, pero sí es algo que se debe solicitar y analizar desde el inicio. Así pues, el productor debe tener claro:

- Coste total de la producción.
- Presupuesto garantizado: ya sea a través de fondos propios, preventas, etc.
- Previsión de coproducción internacional o no.
- Capacidad de acceder a ayudas públicas.
- Capacidad de acceder a inversores privados.
- Capacidad de movilizar préstamos, avales, etc.
- Acuerdos con distribuidores (nacionales y/o internacionales), agentes de ventas, etc.

Recordemos las fuentes habituales de financiación cinematográfica:

1) Subvenciones: locales, regionales, estatales, supranacionales.

2) Inversión de cadenas de televisión en régimen de coproducción.

3) Derechos de antena de televisión.

4) Derechos de venta en plataformas u otros canales.

5) Preventas internacionales.

6) Coproducción internacional.

7) Inversores privados.

8) Préstamos reintegrables públicos.

9) Patrocinio y/o mecenazgo.

10) *Product placement*.

11) Etc.

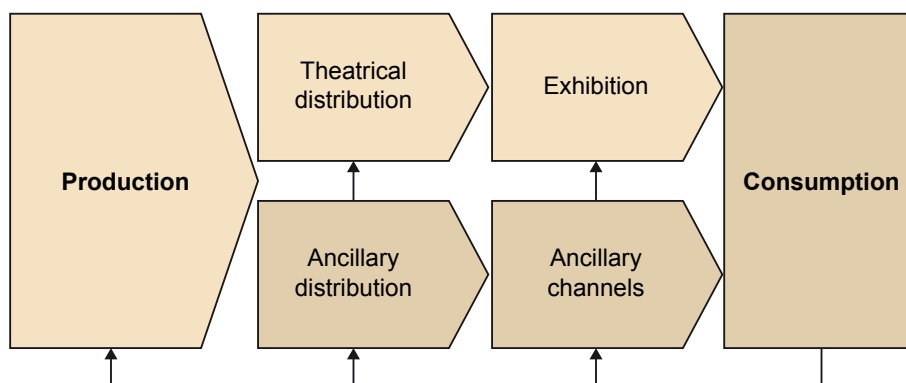
Un plan económico completo añadirá la estimación de ingresos, de acuerdo con las diferentes ventanas de explotación y según cada territorio. En conjunto, ambas planificaciones arrojan la luz necesaria sobre la viabilidad económica del proyecto.

Modelos de cadena de valor en la industria cinematográfica

Development	Pre Production	Production	Post-Production	Distribution & Advertising	Exhibition
Rights acquisition, script development financing	Cast and crew selection, greenlighting financing	Above the line, below the line	Editing, Soundtrack	Sales, distribution trailers, publicity	Theatrical (cinemas) DVD/ VCR/ Blu-ray/ TV (free and pay per view), Free TV

Fuente: Kerrigan, *Evaluating the impact of an integrated supply chain on the process of marketing European feature films* (University of Hertfordshire Business School).

The value chain for motion pictures



Fuente: Eliashberg et al., *The Motion Picture Industry Marketing Science* (Marketing Science vol. 25).

### 3.1. Calculando el retorno económico

Hemos mencionado que parte del retorno económico se calcula en función de las ventanas de explotación. No obstante, este modelo de retorno económico está sufriendo un cambio drástico con la intervención de poderosos agentes en el mercado, con funciones de producción, distribución y exhibición integradas.

Como ocurrió con la música hace décadas, el cine también atraviesa su propia metamorfosis por los nuevos modelos de consumo digital. El auge de plataformas VoD, encabezado, según el territorio, por Netflix, HBO o Amazon (entre otras muchas ofertas), está cambiando las reglas de la distribución. Y el cambio amenaza con ser sustancial y definitivo, empezando por el modelo de explotación a través de ventanas. Tradicionalmente, en España la explotación comercial de la obra cinematográfica se ha producido de forma lineal; ha existido, incluso, una regulación legislativa que asignaba tiempos entre estas ventanas para proteger así el mercado de la distribución (desde la salida en salas de cine hasta la llegada a la televisión en abierto se podía alcanzar un plazo de tres años).

Actualmente se mantiene vigente un plazo: el que media entre el estreno en cine y la salida en DVD (o Blu-Ray) de un título, y que estipula un mínimo de tres meses, excepto en el caso de que el filme en el primer mes de exhibición no alcance los diez mil espectadores. Esta salvedad se aplica a la producción cinematográfica española, aunque por extensión se lleva a cabo también con los títulos extranjeros como una práctica comercial habitual. No obstante, este lapso de tiempo ya no está recogido por ley y responde a una autorregulación del mercado cinematográfico.

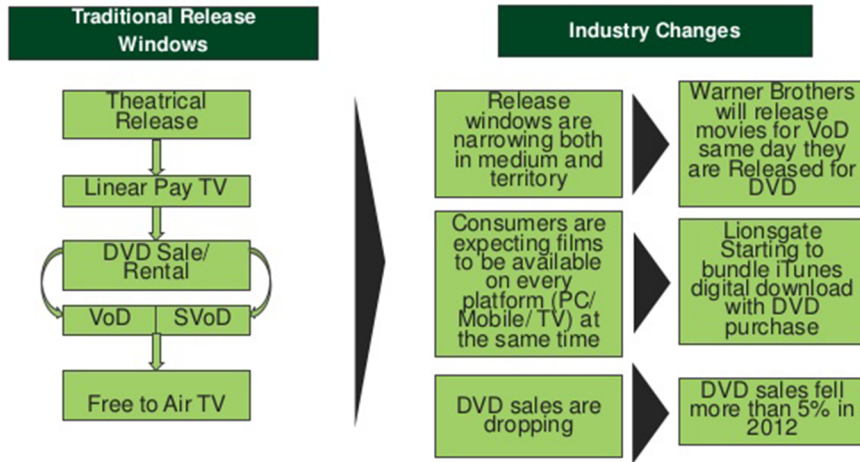
Los nuevos hábitos de consumo audiovisual cuestionan directamente la vigencia del sistema de ventanas. Los intereses de los distintos operadores dificultan también hallar un espacio común de entendimiento, puesto que cada uno de ellos aspira a un margen de tiempo de protección sobre su segmento del mercado, mientras que el nuevo espectador no entiende de plazos y reclama poder acceder al producto audiovisual de forma inmediata y a través de cualquier canal o formato.

La Federación de Cines de España, que representa el 95 % de las salas existentes, defiende el modelo de ventanas secuenciales, considerando los costes de exhibición y las variables que afectan específicamente a su modelo de explotación. A su razonamiento se suma que la exhibición en salas de cine sí está reconocida dentro de la explotación comercial de un filme e incluso puede ser un requisito vinculante en el sistema de ayudas públicas. En el otro extremo se sitúan las plataformas de VoD, por ejemplo, que defiende el papel de la distribución alternativa, que ha ido adquiriendo fuerza ante la desertización de la oferta de salas cinematográficas tradicionales.



## FILM DISTRIBUTION: INDUSTRY CHANGES

Consumption patterns are changing in how people watch films and in how they are released



Fuente: <http://www.paidplayer.net/2014/06/movie-distribution>.

Vuestro proyecto debería incluir al menos un estudio sobre el *box office* logrado nacional e internacionalmente con producciones similares.

## 4. La propuesta de ejecución

«A menudo se dice que una película es la expresión de un director. En mi opinión, el actor debe hacer mucho más de lo que hace en el set de actuación, que no es más que una parte de su trabajo. Debe conocer a su personaje, sentirlo y sumergirse en él. (...) no lo interpreta solo de una forma teatral, su rostro y la manera de emplearlo visualmente es muy importante. El actor mira, y después hay un corte y vemos lo que él ve. Y corte y volvemos a él y a su reacción. Su rostro es muy importante».

Alfred Hitchcock, sobre la actuación (<https://www.youtube.com/watch?v=sX-hOGGA-KEs>, 1966.)

A grandes rasgos, cada producción está integrada por una serie de activos internos y externos que le conferirán mayor o menor valor. Estos son:

### 1) Activos externos

Sellos de calidad: distinciones en mercados, festivales, etc., otorgadas al proyecto.

#### a) Durante su distribución

- Nominaciones
- Premios
- Críticas positivas en medios de comunicación
- Críticas positivas entre profesionales del sector
- *Word-of-mouth* positivo entre la audiencia

### 2) Activos internos

#### a) Talento actoral

#### b) Director

#### c) La historia / el concepto

#### d) El género

#### e) En ocasiones:

- Guionista
- Productor
- Músico

Precisamente, los activos internos de la producción son los que, en su mayoría, aparecen reflejados ya en la fase de proyecto, dado que otorgan un valor y una idea aproximada de la factura final. Cabe decir que algunos de estos elementos pueden verse modificados por una coproducción internacional.

#### Países con acuerdos de coproducción con España

---

Alemania  
Argentina  
Austria  
Brasil  
Canadá  
China  
Cuba  
Francia  
India, La  
Irlanda  
Israel  
Italia  
Marruecos  
México  
Nueva Zelanda  
Portugal  
Puerto Rico  
Rusia  
Túnez  
Venezuela

---

Fuente: ICAA <https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/industria-cine/convenios-coproduccion.html>.

En el mercado cinematográfico español, el *star system* supone un excelente reclamo, aunque su capacidad de influencia no sea el mismo que en la industria de Hollywood. Así pues, nombres propios como, en el caso español, Luis Tosar, José Coronado o Mario Casas atraen sin duda la atención del público (o bien la de la inversión, si hablamos de proyectos), pero sobre sus espaldas no recae jamás el éxito o el fracaso de una cinta.

Si nos fijamos en reglas de Hollywood, actores, actrices y directores son organizados por *ranking* de rentabilidad. Se analiza el éxito o el fracaso de las diferentes producciones en las que han participado. En el caso español, esto resulta mucho más complicado, puesto que, como avanzamos, los rostros conocidos contribuyen más al levantamiento de la financiación, por ejemplo, que a garantizar taquilla. Dicho esto, es cierto que determinados actores y actrices se encuentran estrechamente vinculados a ciertos géneros (sobre todo, comedia y acción) y resultan un valor más seguro, ya que el público responde intuitivamente a lo que se espera de ellos.

En el caso del cine de género, la idea o el concepto, así como el valor de producción que otorga el director o el productor, pesan incluso más que los actores. No es tan necesario un gran nombre de actor o actriz, sino que la historia (y, básicamente, cómo esta se lleva a cabo) se impone como incentivo de marketing.

Vuestro proyecto ha de incluir un detalle de propuesta de equipo artístico principal, así como el análisis correspondiente que justifique la elección de estos nombres.

## 5. La estrategia de festivales y distribución

«A las películas de género se les suele dar a menudo el mismo tratamiento, es decir, son vistas como frívolas y que no son realmente “arte”. Jamás he creído en eso, y pienso que estamos experimentando actualmente un renacimiento del horror a través de películas como *Get Out* e *It*, que ofrecen mensajes profundos sobre los tiempos que estamos viviendo. Y la cuestión es que están formulados dentro del *packaging* del género de terror. Howard Hawks, Alfred Hitchcock y John Ford fueron, en su época, considerados directores de género. Nadie recuerda *Wings* (la primera producción que logró el premio Óscar a la mejor película); pero todo el mundo recuerda tres otros estrenos “no-prestigiosos” de aquel año: *The General*, *The Jazz Singer* y *Metropolis*».

Jason Blum, productor de Blumhouse

Cada proyecto nace con un público *in mente*, pero, antes de llegar a él, la mayoría de las producciones tientan la suerte con los festivales internacionales. ¿Por qué razón? A continuación, se exponen los argumentos principales:

- Los festivales son considerados un circuito de exhibición previo (en ocasiones, incluso único) para determinadas producciones audiovisuales.
- Los festivales añaden un «sello de calidad» o elemento diferenciador, lo que otorga una ventaja competitiva a las producciones audiovisuales a través de las nominaciones y premios.

Además:

- El festival de cine interviene como factor decisivo en el calendario de la producción cinematográfica (las fechas de estreno pueden verse afectadas por la consecución de una selección).
- El festival de cine actúa como revulsivo para la consecución de acuerdos de distribución y/o representación.
- El festival de cine es, además, un espacio de análisis y reflexión sobre la acogida positiva o negativa en la presentación ante público y crítica, previa a la distribución comercial tradicional.

En el proyecto debéis trazar una estrategia de festivales nacionales e internacionales. No se trata de enumerar cuáles serían vuestras preferencias, sino de marcar al menos dos internacionales y dos nacionales, y justificar por qué los habéis elegido y cómo pueden contribuir al beneficio de vuestra producción.

Por otra parte, el proyecto también debe incluir una propuesta de distribución nacional, señalando básicamente en qué ventanas podría obtener su comercialización. Esta parte también debe estar priorizada y argumentada. Por úl-

timo, hay que añadir un listado de territorios en los que intentaríais vender el título (una buena referencia al respecto es buscar éxitos internacionales de producciones similares a la vuestra).

### El público de mi producción

Identificar el público potencial de un proyecto cinematográfico resulta esencial a la hora de darle solidez al plan de distribución. El apoyo de *rankings* de *box office* internacionales como MOJO ([www.boxofficemojo.com](http://www.boxofficemojo.com)) o servicios de pago como Comscore ([www.comscore.com](http://www.comscore.com)) son habituales en la industria audiovisual.

#### Top 20 películas de horror en la taquilla española (2012-2017)

##### Film Summary

(Filtered by: Spain, Gross, All Titles, Euro €, Weekly Currency Rates, Pct Chg/Prev Week, Data from 01/01/2013 to 31/08/2018, Territory Of Origin, Original Language, Horror)

Title Info			Performance						
Rank	Title	Dist	Release Date	Weeks In Range	Opening Weekend Gross €	Opening Week Gross €	Most Recent Weekend Gross €	Most Recent Week Gross €	Date Range Gross €
1	Guerra Mundial Z	PPI	02/08/2013	23	3,536,643	5,911,012	96	96	12,164,551
2	It	WBI	08/09/2017	19	2,597,596	4,312,952	0	126	11,265,731
3	Mama	UPI	08/02/2013	19	2,625,003	3,432,344	0	9	7,977,370
4	Secreto de Marrowbone, El	UPI	27/10/2017	14	1,024,135	2,060,673	221	221	7,231,532
5	Expediente Warren: El caso Enfield (Th...	WBI	17/06/2016	24	1,548,994	2,408,720	0	18	6,425,372
6	Expediente Warren: The Conjuring	WBI	19/07/2013	20	1,269,563	2,158,195	0	9,292	6,000,681
7	Dracula: La leyenda jamás contada	UPI	24/10/2014	17	1,489,016	2,965,764	0	108	5,664,054
8	Primera purga, La : La noche de las bes...	UPI	06/07/2018	9	1,004,881	2,021,550	3,795	4,640	5,292,558
9	Annabelle (Creation)	WBI	12/10/2017	11	1,151,681	577,015	47	47	5,095,725
10	Brujas de Zugarramurdi, Las	UPI	27/09/2013	31	1,226,608	1,586,665	20	51	4,744,201
11	Visita, La	UPI	11/09/2015	10	1,573,005	2,284,929	84	84	4,736,738
12	Nunca apagues la luz	WBI	19/08/2016	12	1,003,175	2,042,698	11	11	4,704,186
13	Hansel y Gretel: Cazadores de Brujas	PPI	01/03/2013	11	1,615,832	1,963,554	95	95	4,285,402
14	Dejame salir	UPI	19/05/2017	27	1,062,143	1,525,153	57	159	4,218,314
15	Annabelle	WBI	10/10/2014	11	1,149,514	1,575,929	51	51	4,104,173
16	No respites	SONY	02/09/2016	14	734,543	1,391,464	0	34	3,881,908
17	Alien: Covenant	FOX	12/05/2017	20	1,544,152	2,141,182	0	99	3,839,023
18	Insidious Capítulo 2	One	25/10/2013	15	1,363,999	1,827,419	40	60	3,764,904
19	Veronica	SONY	25/08/2017	15	692,289	1,461,963	0	6	3,514,360
20	Insidious: La última llave	SONY	05/01/2018	16	1,023,042	1,384,521	295	607	3,298,957

Fuente: Comscore.

## Anexo

### Proyecto de largometraje

Podéis utilizar este proyecto como material de trabajo para el desarrollo del dossier de presentación y el análisis de proyecto, o bien proponer un título alternativo, siempre de acuerdo con el profesor.

#### Ejemplo



**Título:** Las hijas de Eva

**Género:** Terror sobrenatural

**Sinopsis breve:** Laura es psicóloga en una unidad de urgencias. Una noche atiende a una embarazada, la cual ha intentado suicidarse de forma cruenta. Los médicos no logran salvar su vida ni la del bebé, pero Laura llega a hablar con ella en sus últimos minutos: la joven le pide que busque a las hijas de Eva, las auténticas responsables de su muerte. «Las hijas de Eva» resulta ser, aparentemente, un grupo de ayuda a futuras madres con necesidades especiales (madres solteras y/o con dificultades económicas, de apoyo familiar, etc.). En realidad, conforman una comunidad satánica que alumbrará al futuro anticristo.

