



Preparación de pitchings con Joan González ■ Foto: Priscila Cotignola

Una ayuda a los proyectos

“Quiero ayudar a sus proyectos y en ese proceso ayudarlos a ustedes”. Así comenzó Joan González, director de la productora Parallel40, el taller de pitching que dictó el sábado y domingo pasado en la Torre de las Telecomunicaciones.

por Florencia Soria

En un semicírculo formado de sillas, escuchaban atentos productores y directores que mezclaban acentos de Chile, Bolivia, Argentina, Colombia, Brasil, Venezuela y Uruguay. A pedido de González, todos colocaron a sus pies un cartel con su nombre y comenzaron a presentarse. Algunos eran documentalistas mientras que otros se dedicaban a diferentes géneros audiovisuales; varios contaban con mucha experiencia, mientras otros se preparaban para su primer pitching; algunos formados en Europa, otros en América.

Frente al semicírculo, entre bromas, pausas, pasos, golpes en el piso y grandes expresiones, González fue guiando a los presentes en un taller que se estructuró en dos grandes fases, ambas esenciales en el entrenamiento para un pitching, según el productor. En una primera instancia, el trabajo se orientó a “tener claro cuál es el proyecto” que cada participante quería realizar y para esto era necesario que el mismo “estuviera maduro y focalizado”. En este sentido trabajó sobre cuál es la historia que cada uno quiere

contar, lo cual González entiende imprescindible tener en claro para realizar un buen pitching y obtener financiación. Con este objetivo pidió a los participantes que contaran su historia en un línea y a partir de esto los llevaba a preguntarse dónde estaba el foco de su documental, qué buscaban con su proyecto.

Una vez concluida esta fase, pasó a trabajar en la presentación del proyecto “según la personalidad de cada uno”. Para esto realizó ejercicios de simulación, en los que cada uno presentaba su proyecto tal y como lo harían el día del pitching frente a las televisoras. Tras los aplausos de cada presentación, todos los participantes aconsejaron, criticaron, apremiaron y preguntaron.

Hacia el final, la evaluación de todos fue muy positiva. Uno de los participantes afirmó que el taller de escritura y el de pitching le será “muy productivo, una vez que termine de decantar todo lo que he aprendido”; otro aseguró que los talleres le “aclararon mucho el camino por dónde ir” y que le permitieron recuestionarse aquello que pensaba tener claro.

Menos es más

Patricia Boero es uruguaya pero actualmente vive en EE.UU. Por segunda vez se hace presente en DOCMONTEVIDEO. Actualmente es directora ejecutiva de Latino Public Broadcasting (LPB) que financia proyectos audiovisuales, y este año vuelca su experiencia como moderadora de los pitchings de los 14 documentales elegidos.

por Guillermo Cardozo

Boero estudió cine y derecho en la Universidad de Nuevo Gales del Sur en Sydney (Australia) y comenzó su carrera como periodista. Ha dirigido documentales en América para la televisión pública australiana y “TV Latina”. También ejerció como directora de Programas Internacionales en el Instituto Sundance. Actualmente es directora de LPB, consorcio fundado por la Corporation of Public Broadcasting (CPB) y la Fundación Ford.

La especialista explicó que LPB es una organización sin fines de lucro creada en 1998 que financia proyectos audiovisuales: “tratamos de divulgar y promover los lazos culturales con Latinoamérica, pues somos más de 40 millones de residentes latinos en EE.UU”. En LPB reciben tantas propuestas anualmente que crearon una instancia de concurso para llegar a 15 finalistas. La financiación de éstos proviene de fondos públicos otorgados por la CPB para distintas culturas ex-

tranjeras en los EE.UU.

Desde la experiencia de escuchar proyectos, la moderadora definió la instancia de pitching como la venta de una idea de forma breve, al tiempo que despierta el interés para que pueda ser financiada. Boero explicó que esta forma de presentación surge a raíz de la urgencia y la sobrecarga de material que reciben los productores. “El pitch o exposición ideal debe durar de uno a tres minutos. Poder resumir el proyecto también sirve para poder elaborar el afiche o presentación de tu película”.

Por último, Boero aconsejó que cualquier productor con intenciones de ingresar al campo internacional tiene que aprender a hacer el pitch y a pensar el documental tomando en cuenta el interés global. “Si la idea es producir con contenido cultural temático de cada país, es siempre necesario dar un pequeño contexto y un poco de historia, es decir, dar dos o tres datos que ayuden a enganchar al público”, comentó la moderadora.



Patricia Boero, directora ejecutiva de LPB ■ Foto: Manuel Larrosa

Pitching: coherencia y confianza

Un pitching consiste en la presentación de un proyecto ante personas que tienen la capacidad de financiarlo (en el caso de DOCMONTEVIDEO se trata de documentales). Consta de dos grandes partes: la exposición del proyecto en siete minutos y una instancia de preguntas de los posibles financiadores, de otros siete minutos más.

por *Florencia Soria*

En el pitching se presenta la historia del proyecto (que debe estar madura y focalizada) de acuerdo a las características personales de cada expositor, así como también información de tipo económico, acompañada de curriculums y de la experiencia de la compañía. Durante la exposición, González destacó la importancia del “apoyo del clip, que es la expresión visual de esa investigación que se ha hecho y en donde enseñas un poco cómo será el documental”. Reconoció que si bien no es una exigencia utilizar material audiovisual “al menos en Europa, es muy extraño que se haga un pitching sin un clip”, más aún, explica que es difícil que se seleccionen proyectos para hacer pitchings, si éstos no enviaron un clip previamente. González entiende que

esta herramienta es importante porque permite ver “un poco, cómo será ese proyecto y eso ha pasado a tener más importancia que las palabras”. Además, el clip presenta no sólo un fragmento de la historia, sino también la forma en que ella va a ser narrada. Según González, realizar un buen pitching no depende de un único elemento, sino de varios. Es muy importante contar con “una buena historia”, pero también es necesario que “el equipo que presenta el pitching” genere “confianza”. Aunque la historia sea muy buena, si el director es inexperto o la compañía muy joven, se duda sobre la posible concreción del proyecto. En este sentido, González entiende que “los proyectos en los pitchings tienen que ser coherentes: una buena



Taller de preparación de pitchings ■ Foto: Priscila Cotignola

historia, un buen director, un buen productor, una buena compañía de producción y si son historias más científicas, un realizador o un director más joven o con menos experiencia”.

Otros elementos importantes en la presentación de un proyecto son el papel del director, del productor, pero también la exposición de un presupuesto coherente, el apoyo al proyecto de diversas instituciones, premios recibidos, así como el diseño del documento. “Por tanto, un proyecto es mucho más que una idea o una película”, aseguró González. Lograr esta conjunción de elementos requiere

“trabajar mucho el proyecto desde el inicio, desde el papel, desde la primera vez que lo escribes”.

Durante la instancia de preguntas en el pitching, lo que se busca según González es analizar si el proyecto “es suficientemente fuerte o es cartón piedra”, explica que “tú tienes que comprar algo que no ves, ¿vas a ponerle dinero sin hacerle preguntas? Ni para comprarte una camisa ni para hacer un documental”. Por lo tanto, el pitching no se trata de buscar puntos débiles, “no es un tribunal”, sino de generar seguridad en la inversión de los compradores.

Rodar la tierra en un minuto

Un minuto en la tierra es un taller concurso de propuestas documentales en formato audiovisual y pensado para producciones de estudiantes vinculadas a esa área. La premisa fundamental de los cortometrajes es que su duración no debe superar un minuto.

por *Macarena García*

Se presentaron 61 trabajos de estudiantes de distintas instituciones terciarias como la Escuela de Cine del Uruguay (ECU), Universidad Católica (UCUDAL), Universidad de Montevideo (UM), Universidad ORT, la Escuela de Cine Dodecá y la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República (Liccom – UdelaR).

La iniciativa propuesta por Luis González Zaffaroni, director de DOCMONTEVIDEO, se inspira en el estilo de registro documental de los hermanos Lumière, quienes hace más de 100 años capturaban

hechos de la vida diaria: la salida de los obreros de la fábrica, la llegada de un tren a la estación, un juego de cartas. Con este taller concurso se busca utilizar un procedimiento similar al anterior, de un único punto de vista, de cámara fija durante un minuto.

La coordinación de los talleres de *Un minuto en la tierra* estuvo a cargo de Federico Veiroj, director de *Aché* y *La vida útil*. Los trabajos de todas las universidades participantes fueron exhibidos en la sala Cinemateca Pocitos, en Montevideo, a fines del mes de junio donde se dieron a conocer los 16



Fotograma de uno de los cortos seleccionados

videos finalistas. De éstos, siete provienen de la UdelaR, cuatro de la UCUDAL, dos de la ECU, dos de la ORT y uno de Dodecá.

Desde el lunes se proyectan dos videos al inicio y al final de cada jornada durante el Encuentro de DOCMONTEVIDEO. Los estudiantes cuyos videos fueron seleccionados obtuvieron una beca para participar del Workshop del mis-

mo evento. Los minutos también se transmitirán por TNU durante dos semanas.

Asimismo, en el acto de cierre de DOCMONTEVIDEO se darán a conocer los cinco ganadores de *Un minuto en la tierra*, quienes recibirán un premio económico. Los materiales ganadores también se colgarán en el sitio web de Latino Public Broadcasting.

entrevista

Dialogar con la mirada

Marta Andreu es coordinadora del Master en Documental de Creación de la Universidad Pompeu Fabra en Barcelona y Licenciada en Comunicación Audiovisual. Inauguró el DOCMONTEVIDEO 2010 dirigiendo talleres de escritura, y desde su rol de productora, se considera una privilegiada de poder imaginar una película antes de que exista.

por *Natalia Escudero*



Marta Andreu ■ Fotos: Priscila Cotignola

¿Cuál fue tu primer contacto con el documental?

En el penúltimo año de la carrera audiovisual tuve un curso de Documental de Creación con el francés Jean-Louis Comolli que me abrió todo un mundo. Luego seguí el Master que organizó la misma universidad y a los 2 años lo coordiné. Ahí empezó la obsesión por el documental.

¿El documental te propone otra forma de involucrarte con las diferentes realidades?

Para mí no indica una militancia, el documental, al ser un relato que nace a partir de la realidad, te pide ese compromiso pero al mismo tiempo te hace entender que la verdad pasa por otro lado. Prevalece la honestidad del realizador, que es el que pone en juego las miradas y lleva la responsabilidad de generar un discurso.



¿Es importante el punto de vista? ¿Cómo cuentas esa historia?

Lo increíble del documental es que transmite la figura y el gesto del que lo ha hecho posible, porque está ahí la mirada del realizador. Es esencial deshacernos de la idea que un documental es sobre algo, un documental transita la realidad a través de algo que nosotros elegimos para decir algo sobre la vida, y además tener la capacidad de que el otro se vea reflejado.

¿Cómo te sentís en tu labor de productora?

Llevar la gorra de productor no es agradable, pero me gusta trabajarlo desde donde lo hago porque me permite tener una distancia que el director no puede tener: la del primer espectador. Esto te permite ayudar a construir esa obra y al producir hago lo posible para hacer real la historia que me he imaginado, me siento privilegiada porque soy una espectadora que puede imaginarse una película antes de que exista. Hay una palabra en catalán que me gusta: "lavadora", hace referencia a una partera. Me siento identificada porque tú estás ahí porque has hecho parir varios hijos o porque llevas el ritmo de la respiración, pero el hijo es de otro. También tiene el significado de lavar y lo identifico con el trabajo de hacer preguntas para lavar un poco, para sacar el velo.

¿Qué buscas en un proyecto documental?

Una de las primeras cuestiones que me preocupan es saber qué es lo que se quiere decir, eso me ayuda a ubicar a la persona. La cre-

ación se construye en el decir sin decir, tengo que hacer sentir al espectador y eso lo logro a través de una realidad concreta. Algo que se arrastra mucho en el documental es que muchos proyectos se quedan en esa literalidad, cuentan la historia de alguien quedándose en lo concreto, sin construir lo universal. Para construir esa profundidad necesito saber qué vincula al director con su proyecto. Es maravilloso ir viendo cómo van surgiendo diferentes capas y se va formando un trabajo en profundidad.

“Llevar la gorra de productor no es agradable, pero me gusta trabajarlo desde donde lo hago”

En el momento de ver un documental, ¿preferís la televisión o el cine?

Actualmente necesitamos la televisión. Es, al mismo tiempo, la fuente de financiación y la ventana que nos permite hacernos visibles. La televisión consigue que muchas personas en sitios distintos puedan ver lo mismo pero cuando necesitamos que las televisoras nos lo financien, nos piden una versión de 60 minutos y nosotros queremos hacer películas de 90 minutos. Para conseguir que las películas sean una realidad necesitamos de la TV para llegar a la gente; y convencerla de que vale la pena ver una película donde no hay un cambio de plano cada minuto.

espacio de *reflexión*

El medio es un mensaje

Sobre la relación entre forma y contenido

por Daniel Fernández Melo

La discusión sobre la relación entre forma y contenido es casi tan antigua como el desarrollo del pensamiento crítico y, por lo general, ha sido abordada desde la perspectiva de falsas oposiciones que recuerda a las discusiones como la que refiere a la relación entre teoría y práctica o entre lo esencial y lo accesorio.

En esta línea va el planteo de Marshall McLuhan¹ (una referencia ineludible en este tema), acuñado con el nombre de *Determinismo Tecnológico*, y resumido en el aforismo «el medio es el mensaje». En muy resumidas cuentas, McLuhan plantea que, a diferencia de lo que suele afirmarse, es la forma de un medio la que lo define y no el uso que a éste se le da. Es decir que, por ejemplo, resulta más significativo culturalmente lo que la televisión y sus estructuras comunicativas dicen sobre la sociedad que ve televisión, que los contenidos que a través de ella se difunden. Y hay que darle algo de crédito, pues hay que reconocer que pensar que todo medio es neutro y que se define de acuerdo a su uso es llevar adelante un pensamiento reduccionista, ya que toda tecnología tiene una predisposición a ser utilizada de una manera y no de otras.

Pero igualmente reduccionista es el ejercicio de pensar que sólo

por su forma el medio es capaz de determinar el mensaje y nuestra forma de pensar o sentir en relación a él. Resulta tan erróneo hacer caso omiso a la forma de un medio y al tipo de comunicación a la que habilita, como hacer caso omiso de lo que una sociedad tiende a comunicar a través de ese medio. En este sentido, decir que «el medio es el mensaje» establece una relación determinista, lineal y unilateral que no permite apreciar todas las consecuencias que el uso social de un medio tiene. Prefiero, en cambio, decir que «el medio es un mensaje».

La forma del cine y su contenido

El cine no es ajeno a esta discusión. El desarrollo de su historia se construye, en parte, por las limitaciones y posibilidades que la tecnología aplicada al cine permitieron (y permiten) a nivel expresivo. El asombro que provocaba *La linterna mágica*² se sustentaba en la capacidad expresiva que permitía la técnica y que la diferenciaban claramente de otras formas de expresión como el teatro. La irrupción de la banda sonora sincrónica en relación a la imagen provocó un gran revuelo, y se escucharon voces que hablaban de traición a la cinematografía. El desarrollo de los efectos especiales estuvo

asociado a la exploración de ciertos géneros narrativos, como la Ciencia Ficción, por citar tan sólo algunos ejemplos. Sin embargo, no se puede pensar en términos de unilateralidad. Se trata de una relación intrincada basada en la retroalimentación. En algunos casos es la tecnología cinematográfica la que permite filmar las películas de determinada forma, y en otros es la necesidad de filmar las películas de esa forma la que da origen a nuevas tecnologías.

Un mismo guión puede filmarse de diversas formas y resultar así en películas completamente distintas. Una misma situación puede abordarse de varias maneras, y así tendremos tantos documentales como realizadores la registren. Esto implica que el significado de una obra se construye tanto por lo que narra como por la forma en que lo narra, e intentar entender ese significado únicamente a través de su forma o su contenido, resultará invariablemente en una apreciación parcial y trunca.

El minuto de los Lumière

Los hermanos Lumière desarrollaron su actividad en los albores del cine, y en ese marco se avocaron principalmente a una tarea de registro, fascinados por la posibilidad de captar el movimiento en imágenes. Sus filmaciones se caracterizaban por el plano fijo, la cámara firme sobre el trípode, y una extensión que rondaba el minuto, en función del metraje de celuloide que la cámara soportaba.

Todo mensaje, toda expresión, es producto de su tiempo. Sin embargo, el registro brinda un toque de inmortalidad a lo registrado y le permite trascender al sujeto u objeto al que refiere. Pero no hay que confundir inmortalidad con inmutabilidad y, puesto que la interpretación es un proceso que termina con la mirada del receptor al percibir el mensaje, el valor simbólico

que tiene una representación está en constante cambio.

El receptor, al enfrentarse a una obra de arte, pone en juego toda su experiencia vital, y construye a partir de ella el significado que esa obra tiene para él. Resulta imposible emular lo que los primeros espectadores cinematográficos sintieron al enfrentarse a la proyección ya que estamos permeados por la acumulación cultural de más de un siglo de cine.

Realizar una experiencia de registro, tomando como pauta las mismas características formales que los Lumière tuvieron en su momento, permite reflexionar sobre estas cuestiones. Y surge así que la forma que uno elige para expresar un determinado mensaje, invariablemente hace a la construcción simbólica de dicho mensaje. Que lo que en su momento fue una limitación técnica, ahora se ha convertido en una herramienta expresiva. Pero también que bajo una misma estructura se puede expresar la más amplia gama de mensajes, y que su riqueza no se agota en ese formato.

¹ McLuhan, Marshall; *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*; México D.F., Ed. Diana, 1993

² *La Lanterne Magique*, Georges Méliès, 1903.

En el marco de la Semana del Documental, hoy jueves 29 en horario de trasnoche se transmitirá por Televisión Nacional el documental *Oscar Niemeyer, el arquitecto del siglo*, de Marcelo Gomez.



TV PARTNERS



APOYOS INSTITUCIONALES



APOYOS EMPRESARIALES



ADHIEREN



INVITAN

