

DOCUMENTA PRO

**Jornadas profesionales
de cine documental
30 y 31 de mayo 2024**

RESUMEN DE LAS JORNADAS

Organizadores



Madrid
Film Office



CINETECA

Comisariado



ASOCIACIÓN
ESPAÑOLA DE CINE
DOCUMENTAL

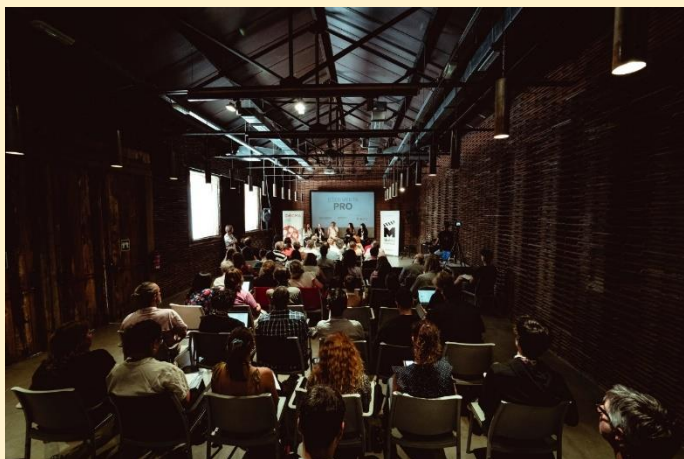
Media partner

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

DOCUMENTA PRO 2024

Los días 30 y 31 de mayo se celebró Documenta Pro 2024, las terceras jornadas de industria sobre el sector de cine de no ficción enmarcadas en el festival Documenta Madrid, que en 2024 cumplía su 21ª edición.

Organizadas por [Madrid Film Office](#) y Documenta Madrid ([Cineteca Madrid](#)), las jornadas reunieron en Matadero Madrid a destacados creadores, productores y distribuidores de cine documental alrededor de una programación de conferencias, casos de estudio y mesas redondas que este año se centran sobre todo en las diferentes alternativas de distribución del género en un ecosistema audiovisual cambiante y la captación de los nuevos públicos. Las jornadas fueron comisariadas por [DOCMA - Asociación Española de Cine Documental](#) y contaron con [Audiovisual451](#) como *media partner*.



JUEVES 30 DE JUNIO

Inauguración: presentación institucional

«El problema del documental español no son los documentales sino sus estructuras de distribución y exhibición», comentó **Luis E. Parés**, director de Cineteca Madrid y miembro del comité de selección de Documenta Madrid, durante la inauguración de las jornadas que, junto al laboratorio Corte Final, representan el núcleo principal de las actividades de industria del Festival de Cine Documental de Madrid.

Por su parte, **Raúl Torquemada**, director de Madrid Film Office, anunció que la intención es que a partir de la edición 2025 Documenta Pro no sea solo un ciclo de conferencias profesionales y que tienda además a ser un mercado de cine documental.

La inauguración oficial ha concluido con la intervención de **Sandra Ruesga**, presidenta de DOCMA, que ha recordado el otro gran foco de las jornadas serán las audiencias.



Foto: Madrid Film Office



Foto: María Monreal

Caso de estudio: *Contigo, contigo y sin mí*

La primera mesa estuvo dedicada al documental autobiográfico 'Contigo, contigo y sin mí', dirigido por **Amaya Villar** y producido por **Carlo D'Ursi**, que tuvo distribución en salas de cine y fue nominado al Goya al mejor documental en la pasada edición de los premios de la Academia de cine.

Villar relató cuál fue el germen del documental, allá por el año 2012, que narra 20 años de la vida de la directora, a partir de 450 horas de grabaciones propias. El documental, que combina imagen real y animación, llegó al productor con una gran estructura creada y su vinculación con Madrid fue la base de su financiación, con ayudas del Ayuntamiento, la Comunidad de Madrid y el apoyo de la televisión autonómica.



Foto: María Monreal

Para el productor, una vez financiada la película, el reto era hacer llegar un trabajo tan personal como 'Contigo, contigo y sin mí' al público y cautivar a los académicos para conseguir la nominación. Con tal fin se hizo un estreno segmentado y se buscaron festivales que aportasen valor al documental, en este caso Abycine y Rizoma, justo antes de su estreno en cines. Así, todo el esfuerzo de marketing se concentró en muy poco tiempo con la vista puesta en las nominaciones a los Goya: «La nominación fue un gasto, porque la fama cuesta y en este caso no tuvo un efecto multiplicador», apuntó D'Ursi.

Distribución en circuitos educativos y culturales: las audiencias del futuro

En la segunda conferencia del primer día de Documenta Pro participaron **Marta Sánchez**, consultora audiovisual y CEO de Pragda, y **Helena Fernández** gestora Cultural y CEO de Aulafilm, que disertaron sobre las posibilidades de distribución en circuitos educativos y culturales. Sánchez explicó la gran diferencia entre Estados Unidos y España, y es que en el país norteamericano existe un verdadero circuito educativo, dada su larga tradición docente mediante la utilización de material audiovisual. Esto se traduce en que las instituciones educativas de todo el país tienen presupuesto para adquirir obras audiovisuales, tanto de ficción como documentales.

El caso español es bien diferente, porque el punto de partida es la inexistencia actualmente de un verdadero circuito educativo y cultural, con el añadido que hay una reticencia a pagar por los derechos de propiedad intelectual de las obras en los propios centros educativos: «Falta conciencia social para usar material audiovisual en los centros educativos».



Foto: Diego Simón

La responsable de Aulafilm destacó la importancia de la intermediación entre los distribuidores convencionales y las instituciones educativas para poder dar acceso a las obras audiovisuales a las nuevas audiencias. También señaló la importancia de diseñar un contexto adecuado para que las películas que se muestren a los alumnos tengan un impacto real. Un buen ejemplo sería la celebración de coloquios posteriores a la proyección con alguno de los responsables de la película. «Hay una desconexión con el cine como hecho cultural, no solo con el cine artístico, con el cine en general. Para conseguir resultados es necesario ir de la mano de un evento, de lo contrario el espectador se queda en casa», concluyó Fernández.

La CEO de Pragda cree también que la saturación de contenidos de todo tipo en las plataformas es otro de los grandes problemas del sector. Sánchez ofreció algún ejemplo práctico que pone de manifiesto que la distribución en plataformas culturales no arroja cifras espectaculares y mucho menos en el caso de los documentales. La producción venezolana de ficción 'Pelo malo', un caso de éxito, lleva ocho años en su catálogo y cada año los productores han recibido en torno a 10.000 dólares por su distribución en

estas plataformas culturales de Estados Unidos. En el caso de un documental no llegaría ni a 6.000 dólares en tres años.



Foto: Diego Simón



Entrevista a Helena Fernández
Gestora Cultural y CEO de Aula Films
<https://youtu.be/ikqDDwg5X8M>



Entrevista a Marta Sánchez
Consultora audiovisual y CEO de Pragda (España, EEUU)
https://youtu.be/O7u_lQhignY

Cine experimental y circuitos de Arte

La artista audiovisual, investigadora y profesora **Sally Gutiérrez Dewar** disertó sobre la distribución de cine experimental y los circuitos de arte. En su caso, por su perfil fundamentalmente autoral, la distribución de sus obras se aleja del componente económico. En su visión, los proyectos tienen vidas diferentes y pueden acabar en una bienal, en un museo o en un colegio... Sally Gutiérrez Dewar ha apoyado su exposición con algunas piezas de sus obras 'Margen de error' y 'Camino Rizal'.



Foto: María Monreal

Caso de Estudio. Documental: *H*

En este caso de estudio participaron **Carlos Pardo Ros**, director del documental *H*, y **Silvia Cruz**, distribuidora de Vitrine filmes. Silvia Cruz, que viene del mundo de la gran distribución convencional en Brasil, con más de 200 títulos lanzados en su etapa anterior, destacó que tampoco basa su sistema de distribución en lo puramente crematístico. Ahora, desde España, Cruz ha creado una distribuidora «boutique», que se olvida de los cines (o al menos dejan de ser su prioridad) para centrarse en otros espacios como festivales, escuelas, museos, hospitales... En esta búsqueda de nuevos públicos, Cruz cree que es fundamental contar con el apoyo de los autores de las obras para conocer mejor sus preferencias.

«Las salas de cine no van a programar vuestras películas por eso hay que buscar otros espacios como festivales, museos, colegios, hospitales... Y sería necesario contar con más ayudas públicas para esto», aseguró la responsable de Vitrine Filmes, que fue la encargada de distribuir la película 'H', de Carlos Pardo Ros.



Foto: María Monreal

«Conocí 'H' precisamente en Documenta Madrid cuando era un proyecto. Desde una etapa muy inicial empezamos a ver las diferentes posibilidades de distribución en salas, festivales y plataformas», explicó Cruz. En sus diferentes etapas, el documental de Carlos Pardo contabilizó unos 3.000 espectadores en festivales, unos 2.100 en las sesiones comerciales en cines de cinco ciudades españolas y otros 3.400 espectadores en la plataforma Filmin, unos datos que han cubierto las expectativas de sus creadores.

«Buscamos un camino de distribución alternativo y estoy muy contento, superó todas mis expectativas porque no se puede obviar que 'H' es una película dura, con una duración de 67 minutos y grabada con iPhones. No concibo el cine sin su componente experimental, artístico, colectivo y artesanal», afirmó Pardo.



Entrevista a Carlos Pardo Ros
Director del documental *H*
<https://youtu.be/h9BnGSzON0Y>

Distribución de impacto en el cine de no ficción

En el bloque final de la primera jornada de Documenta Pro, la directora y productora **Chelo Álvarez-Stehle**, autora del documental 'Arenas de silencio' explicó en qué consiste la distribución y producción de impacto para el cine documental. Álvarez-Stehle aclaró que en Estados Unidos las campañas de impacto para documentales cuentan con fondos, algo que rara vez ocurre en España. Para un documental como 'Arenas de silencio', una película sobre trata que se transformó en una historia personal, es esencial establecer desde el principio alianzas con ONGs y otras instituciones.

«Cada tres meses organizaba un evento para intentar involucrar en el proyecto a instituciones. En las estrategias de impacto, la producción y la distribución se fusionan y estas campañas deben ser sostenidas en el tiempo. No tenemos que tener miedo a pedir a cada uno lo que puede dar, el dinero en estos casos está en la pasión que pongas para vender tu película», explicó Chelo Álvarez-Stehle.



Foto: María Monreal



Entrevista a Chelo Álvarez-Stehle
Autora del documental *Arenas de silencio*
<https://youtu.be/eX9PBtAivE>

Caso de Estudio. Documental: Código Marcos

El epílogo del primer día lo pusieron las directoras **Liena Cid** y **Patricia Pérez**, autoras del documental 'Código Marcos', junto a la productora **María López** (La Terraza Films) y la directora artística del Festival Internacional de Cine Documental Doclisboa, **Paula Astorga**. 'Código Marcos' fue el único documental de los casos de estudio de Documenta Pro 2024 que todavía no se había estrenado en ninguna ventana, al estar finalizándose las mezclas de sonido. El punto de inflexión para que este documental sobre el autismo viese la luz fue la entrada en la producción de La Terraza Films: «Nosotros no hacemos películas como 'Código Marcos', pero nos enamoramos del proyecto en una edición de CIMA Impulsa y aposamos por él», reconoció la productora.

La Terraza aceleró los procesos de producción y una vez que la película es una realidad ahora empieza el camino para encontrar a su audiencia real. En opinión de la directora de DocLisboa es fundamental poner al espectador en el centro, porque una vez que la película está acabada deja de ser de sus creadoras («ahí acaba su trabajo») y es de quien la va a ver, de los espectadores. «Todo el mundo quiere que sus obras se vean, pero tenemos que poner al espectador en el centro y pensar siempre qué le vamos a ofrecer», apuntó Astorga.



Foto: María Monreal

VIERNES 31 DE JUNIO

La complejidad del mercado de la distribución. Conocer la realidad para transitarla

La programación del segundo día de Documenta Pro, ha aterrizado de la mano de dos profesionales en la realidad de la distribución documental, haciendo un retrato desde dos posiciones complementarias. Primero, **Silvia Lobo**, consultora de ventas y distribución, y CEO de Stendhal Films, quien ha señalado cómo funciona, dónde flaquea y cuáles son las ventanas convencionales para los documentales de este país.



Foto: María Monreal

“Es importante cambiar la forma de pensar de cómo trabajar tanto las óperas primas, como el documental, tienen que haber normativas específicas para producción y para promoción; es una realidad que, en las salas comerciales de cine, llevar los documentales a las audiencias es una batalla perdida”, ha afirmado Silvia Lobo, quien destaca que es un género que puede verse en plataformas. “Prefiero que esté en una plataforma a que esté en un cajón, pero si sumamos a los festivales hablamos de una fórmula estupenda”, agregó.



Entrevista a Silvia Lobo
Consultora ventas y distribución, CEO de Stendhal Films (España)
<https://youtu.be/Ear50stU7aE>

Distribución de cine documental en España: salas y otras ventanas de difusión

En la segunda mesa, **Tània Balló**, directora y productora de Nina Produccions (España), ha advertido que la exhibición del documental en cines vive un momento de crisis, “pero soy una gran defensora del formato televisivo y ahora las producciones de no ficción viven un momento álgido en plataformas, aunque también es cierto que con las plataformas puede perderse el camino comercial”. Balló ha hablado de proyectos que ha dirigido como ‘El caso Wanninkhof-Carabantes’, producción de Netflix o ‘Las sin sombrero’, con RTVE e hizo hincapié en que “las plataformas invierten en la no ficción, así que no hay que desaprovecharlas”.



Foto: María Monreal



Entrevista a Tània Balló
Directora y productora de Nina Produccions (España)
<https://youtu.be/9U899LxLJV8>

Caso de estudio: *Shooting for Mirza*

Durante los dos días, productores y autores han expuesto cuatro casos de estudio, todos ellos documentales apoyados por el Ayuntamiento de Madrid. En la segunda jornada se ha presentado ‘Shooting for Mirza’, de Juan Gautier, sobre Mirza Delibašić, que reinó en

el baloncesto europeo de los años 70 y primeros 80. Su clase y su elegancia al frente del Bosna Sarajevo, del Real Madrid y de la mítica selección yugoslava le convirtieron en una leyenda y el estallido de la guerra de Bosnia le situó en una encrucijada dramática. Mirza decidió permanecer voluntariamente junto a su pueblo en lugar de escapar con su familia convirtiéndose así en un héroe nacional. En el documental, su hijo Danko trata reconstruir la historia del hombre detrás del mito.

El productor **Manuel Díaz** explicó que ha sido un proyecto muy complicado, porque no es un documental de guerra, ni deportivo, rodado en un 95 por ciento en bosnio y por lo tanto hay que ir buscando la audiencia a la que se pueda impactar. “Con la distribución de la película tienes que ser muy sincero, hacer esta película y pensar que puede encajar en cualquier parte del mundo, solo significa que te estás ‘autoengañando’”, puntualizó.



Foto: Diego Simón



Entrevista a [Manuel Díaz](#)
Productor del documental *Shooting for Mirza*
<https://youtu.be/03M776CPuQE>

Festivales y Agentes de ventas: estrategias de distribución

En el panel, **Millán Vázquez-Ortiz**, distribuidor de la Agencia Freak, **Darío Oliveira**, director de Porto Post Doc, **Ruth Somalo**, programadora de DOC NYC y Documenta Madrid, y **Ana Saiz**, agente de ventas de Impronta Films (Reino Unido), señalaron la importancia de los festivales de cine como puerta de distribución, y además hacen algo más que presentar películas nuevas, y es generar sinergias de industria y de coproducción.

Darío Oliveira indicó que los festivales son un escaparate para el cine independiente y para el cine de autor, son muy importantes y aseguró que hay una curiosidad creciente en los últimos años para el documental. También hizo una reflexión para la producción del documental español: “en Porto Post Doc recibimos cada vez más películas españolas, con una gran calidad, hay una ola de autores increíbles, pero a veces no están pensados para un mercado internacional, muchas veces se trata de temas de los que no entendemos el contexto y no podemos seleccionarlos”.



Foto: Diego Simón

Ruth Somalo explicó que en Estados Unidos se ha generado un movimiento fuerte sobre la responsabilidad ética de las películas, por lo que además de lo que ve uno en la pantalla, es muy importante cuidar todos los materiales que acompañan a un proyecto.

“Quien sabe cómo hablar de su película para ser seleccionada en un festival o en cualquier escenario es uno mismo, es importante el título, la sinopsis, el cómo ha sido construida, qué lugar se le da a cada una de las personas que han formado parte del

equipo”, resaltó, y a los creadores les dijo que “no piensen que porque su película no ha sido elegida en un festival es haberla tirado en saco roto”. Añadió que “desde la pandemia no se puede confiar que los festivales que estaban llenos anteriormente sean ahora el punto de unión para que la gente vaya a ver una película”.

Millán Vázquez-Ortiz sostuvo que la mayoría de las veces, cuando se piensa en festivales, se piensa en los más grandes, los más importantes, pero “hay festivales muy grandes que pueden resultar muy perjudiciales para algunas películas”, por lo que es importante, antes de decidir mandar un proyecto a un evento como estos, pensar qué puede darle al equipo de la producción o qué puede quitarle; además subraya la importancia de los festivales como elemento de cohesión, de networking y ha puesto como ejemplo que películas que han estado en festivales muy pequeños, muchas veces no tomados en cuenta, han saltado a otros mucho más grandes o hacia escenarios de mayor visibilidad.

Para Ana Saiz, agente de ventas, al intentar que una película sea seleccionada en un festival, “tenemos que trabajar con las expectativas de los productores y de los directores, quienes tienen que tener claro si su prioridad es la alfombra roja o que su película sea vista”.



Foto: Diego Simón



Entrevista a Ruth Somalo
Programadora DOC NYC y Documenta Madrid (España, EE.UU.)
<https://youtu.be/TsCsx0YrjY8>

Germinar en el presente bajo el acecho de un futuro incierto

Antes de dar por clausurada la segunda jornada de las terceras jornadas de industria Documenta Pro, la mexicana **Paula Astorga**, directora de DocLisboa, pidió hacer un cuestionamiento de todo lo que ya está establecido en la industria audiovisual y a pensar que todo se encuentra en un momento crítico. “Estamos llenos de falsas mentiras que nosotros mismos construimos y alimentamos y tenemos que poner en duda todo, incluso la idea de éxito”, manifestó.

Hizo un llamado a cuestionarse la noción del valor que está ligada al éxito porque al final, “todos esos años, todas esas funciones de *work in progress*, todos los WIP, los pitches, eso con lo que nosotros nutrimos esta industria, nos va distanciando a nosotros mismos de la posibilidad de ser público y nos va distanciando de la idea del público real”.



Foto: María Monreal

Incluso se refirió a la piratería y cuestionó qué es más importante, perder dinero o que cada vez más personas puedan ver una película. “En realidad, puede que haya producciones que dejaron de ganar muchos millones de dólares, pero formaron muchos públicos y permitieron la creación de otros circuitos en donde la conversación se volvió mucho más rica y en donde el material, la película, llegó a las manos de la gente”, sostuvo.

Astorga definió el momento actual como muy interesante, de mucha apertura, e insistió en la necesidad de poner todo lo que escucha en eventos de la industria audiovisual en

crisis “y preguntarnos desde dónde y cómo queremos jugar dentro de esos contextos y cuál va a ser nuestro lugar”.



Entrevista a Paula Astorga
Directora DOCLISBOA
<https://youtu.be/AWCTInbwlb0>

CONCLUSIONES

- Ante la dificultad de acceder a las salas de cine convencionales, el documental necesita apostar por otras alternativas de distribución en festivales, circuitos educativos, museos y circuitos de arte y plataformas especializadas, entre otras opciones.
- En España no existe actualmente un verdadero circuito educativo y cultural, que sería necesario poner en marcha adoptando modelos existentes en el panorama mundial como el de Estados Unidos
- Existe una reticencia real por parte de las instituciones educativas a pagar por los derechos de propiedad intelectual de las obras audiovisuales, por lo que es necesario lanzar una campaña de concienciación a todos los niveles.
- La saturación de contenidos audiovisuales en plataformas es uno de los grandes problemas a los que se enfrenta el género documental para su distribución normalizada
- Sin embargo, las plataformas online están invirtiendo en documental y no se debe pasar por alto esta oportunidad
- Es esencial impulsar acciones específicas para crear una necesidad en el espectador de consumo del género documental y generar alrededor una diversidad de acciones como una gran campaña en redes sociales, exposiciones, libros, charlas, proyección en instituciones educativas y sociales. Un ejemplo de ello es 'Las sin sombrero', que siendo una producción de 2015 sigue estando vigente y teniendo pases.
- La distribución y producción de impacto para el cine documental es una alternativa a explorar por la industria nacional
- Sería necesario implementar ayudas específicas para la distribución de documentales en festivales y otras ventanas de explotación alternativas como museos, centros educativos, hospitales...
- Los festivales, además de convertirse en una opción prioritaria para la distribución de documentales, generan sinergias de industria y de coproducción que no debe desaprovechar el sector
- Es importante que los productores y directores tengan muy claro cuál es la estrategia a seguir a la hora de producir y distribuir un documental, para que no se pierda en el camino; hay festivales que de alguna manera validan este género, pero otros que lo invalidan

DOCUMENTA PRO

Organizadores



M Madrid
Film Office



CINETECA

Comisariado

DOCMA

ASOCIACIÓN
ESPAÑOLA DE CINE
DOCUMENTAL

Media partner

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual