

ANNEXES

ANNEX 1

TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTA GUIONISTA: YAKO BLESA

Yako: Hola, yo soy el co-guionista de la película, entonces estuve metido en todo el proceso, pero ya sabes que en realidad el guionista cuando el trabajo de todos los demás empieza el suyo ha terminado prácticamente, no es así del todo, pero con lo cual tampoco es que estuviese metido totalmente en el asunto de la promoción y tal. Entonces lo que le dije a Luiz es que te podría facilitar que hablaras con el director de la peli que es también el que la escribió conmigo y con el productor.

Andrea: Sería perfecto, adelante.

Empiezo, pues. La distribuidora en España, porque no sé si sabes como funciona el asunto con las películas...

Andrea: Bueno, no mucho, si te animas a contarlo adelante.

Yako: La distribuidora es la que se encarga de hacer toda la campaña de promoción, entonces está la distribuidora, en nuestro caso una que se llama Begin Again. No es una distribuidora grande es una distribuidora indie.

Pero bueno cuando tienes un largometraje entre manos y cuando lo has terminado, el recorrido normal que sigue puede ser por dos vías. Puedes buscar o bien un preacuerdo de distribución con la distribuidora que te aporte un dinero que tú usas para la producción de la película o si no, una vez producida, la enseñas a distintas distribuidoras y bueno te quedas con una o con la otra.

En nuestro caso seguimos la segunda vía y nos encontramos con que las distribuidoras grandes normalmente tienen el calendario ocupado a muchos meses vista. Entonces optamos por Begin Again porque era la que los garantizaba que podían estrenar nuestra peli en un plazo más razonable.

Alguna grande también se interesó, pero optamos por la pequeña porque nos daba un plazo más corto. Incluso cuando haces pelis muchas veces recibes subvenciones, como es nuestro caso que recibimos una subvención del ICAA, que es el Ministerio de cultura y en estas subvenciones muchas veces viene incluido, que no sé si lo sabes, pero te puede interesar, vienen incluidas algunas condiciones.

Una condición es que estrenes la peli en X plazo, no te puedes quedar el dinero y estrenarla al cabo de 5 años. Aunque se puede pedir alguna prórroga, nosotras pedimos alguna, pero ya nos interesaba estrenarla pronto. Y otra condición de esta subvención era que una parte de esta tenía que destinarse a promoción. Era una parte grande, ya te lo dirán alomejor el director y el productor.

Pero digamos que teníamos ya un dinero que teníamos que gastarnos si o si en la distribución o en la promoción. Este es un dinero que tú le aportas a la distribuidora y ellos

ya se lo gastan en hacer toda la campaña y tal. Lo que te he dicho del plazo de estreno y tal es una cosa legal que lo que hacen muchas películas españolas, a veces si no les interesa estrenar en la fecha que dice el plazo se esperan a un momento mejor para estrenar y hacen un estreno en un solo cine para cumplir la ley y luego se hace ya el estreno de verdad en muchas salas.

Entonces con la distribuidora no tuvimos mucha suerte, que como le comente a Luiz que incluso puede parecer interesante los errores que, a mi juicio, cometió la distribuidora, porque a veces se aprende más de lo malo que de lo bueno.

Entonces nosotros como te digo no tuvimos mucha suerte porque estrenamos la peli en el Festival de Sitges que eso fue muy bien, que te la cojan ahí en la sección oficial y tal es un puntazo, pero claro este no es el estreno oficial en salas. Entonces después nos tocó hacer el estreno en salas y tuvimos la mala suerte de que estrenamos justo antes de que cerraran todos los cines por la pandemia, fue fatal.

Andrea: Qué mala suerte.

Yako: Internacionalmente la peli ha estado en muchos países y se ha estrenado en cines y en otros medios. Ha llegado como a 30 países, lo que está muy bien, pero en España fue fatal. Incluso el fin de semana que estrenamos tampoco fue muy bueno y a mí me parece, y seguro que el director te lo dice también, que en parte fue porque la campaña que hizo Begin Again no fue muy acertada.

Por una parte estrenamos el mismo fin de semana que el Hombre invisible. Cuando estrenas una peli también tienes que tener en cuenta qué otras pelis se estrenan esa semana, ¿no? No es fácil porque cada fin de semana se van estrenando pelis, no es fácil encontrar uno que sea perfecto.

Pero claro el Hombre Invisible era una peli como la nuestra era del mismo género más o menos y tenía un toque de autor como la nuestra, pero claro era una peli mucho más grande, era una peli americana con la tía del cuento de la criada y tal, o sea no fue como el mejor momento.

Luego la campaña que hizo Begin Again, que no sé si te interesaría para tu tfg hablar con la gente de Begin Again, pero no sé hasta qué punto estarían proclives a hablar porque es una gente que va muy de culo y tal, no lo sé. Se lo podrías plantear a Arturo. Los contactos que te voy a pasar van a ser: José Luis Montesinos que es el director y coguionista y el de Arturo Méndiz, que es el productor principal de la peli.

Andrea: Vale, perfecto.

Yako: Se lo puedes sugerir a él: ¿oye podría hablar con la gente de Begin Again? Igual te dice que sí y que los llames de su parte no sé eh, esto ya es asunto...

Andrea: Bueno, ¡por probar!

Yako: Por probar... Entonces la campaña que hizo Begin Again fue 100% basada en Internet, realmente de la peli no se imprimieron carteles ni se pusieron carteles de publicidad en la calle ni nada de esto. Todo fue por Internet, entonces lo que hicieron fue hacer pases para bloggers que hablaban de cine en sus canales y, bueno tratarlos muy bien, darles de comer, un día se organiza un pase privado para unos cuantos otro día para otros y entonces luego esperas que esto te vaya generando como un poco de repercusión en redes y tal. También se hizo campaña en Facebook y en Twitter, en fin en estas redes...

Andrea: Solo digital ¿no?

Yako: Sí, solo digital. Entonces realmente el resultado de esto fue que la peli cuando se estrenó en cines pues realmente el público no sabía que esta peli existía, entonces yo creo que si no hubiesen cerrado los cines el siguiente fin de semana quizá podríamos haber vivido un poco del boca a boca. Porque en general la peli gusta, pero como los cerraron pues ni siquiera eso... Entonces ya te digo que la experiencia nuestra en España fue mala.

Internacionalmente así como en España se distribuye la peli una distribuidora lo que haces internacionalmente cuando tienes una peli, bueno ¿no sé si todo esto que te estoy diciendo ya te lo sabes?

Andrea: No, no, no sé nada. Por no saber no me sé ni el nombre de la peli. Tú tranquilo cuenta lo que quieras y yo después te pregunto. Pero esto no me lo sé así que perfecto.

Yako: Vale, vale, la peli se llama "Cuerdas" seguramente si buscas "Cuerdas 2019" porque la peli se estrenó realmente en 2019 entonces ahí encontrarás algo.

Entonces internacionalmente lo que haces para vender una peli es contactar con una gente de ventas. Esta es una empresa que coge un montón de pelis que se encarga de venderlas a distribuidoras de distintos países. Entonces va a mercados, mercados donde se reúnen distribuidores y agentes de ventas de distintos países y los agentes de ventas enseñan las pelis que tienen y las distribuidoras las compran, etc.

Por ejemplo en el Festival de Cannes hay una parte de mercado muy importante, la gente solo conoce el festival y los premios, pero también hay una parte de mercado importante como en el festival de Berlín y tal. Otra cosa que haces es mandar la peli a festivales y si te la cogen pues es una promoción importante y si además te dan premios pues más todavía. Entonces en este capítulo nuestro agente de ventas es uno que se llama Reel Suspects. Espera te lo escribo, es que esto del meet no suelo hacerlo muy a menudo y...

Andrea: Aquí hay como un pequeño chat arriba donde pone que hay dos personas y...

Yako: Ah vale vale pues mira se llama así. Entonces este agente de ventas lo ha hecho bastante bien la verdad, lo primero que hizo fue presentar la película a los festivales más importantes que hay por todo el mundo. Nosotros empezamos en el Festival de Sitges con mucha suerte de estar ahí, pero luego además hemos tenido también mucha suerte de que nos han cogido en los festivales más importantes que hay en todas partes, de género, de terror.

Entonces estuvimos en el Beef que es el festival más grande que hay en Bélgica y que junto con Sitges es el segundo más importante de Europa, ese se canceló por la pandemia, pero por lo menos estuvimos seleccionados. Luego ganamos premios en otro de Reino Unido que se llama Grimm Fest. Ahí ganamos premios, luego también en otro de Reino Unido que no me acuerdo como se llama la verdad, luego también en el más grande de México que se llama Feratum y ahí también ganamos en una categoría hispano-americana, que era la nuestra y creo que fue mejor peli o mejor peli de terror o algo así, lo puedes revisar en la web.

También en uno de Buenos Aires que se llama Rojo Sangre también estuvimos y ganamos creo que Mejor Actriz porque toda la peli va sobre una chica así como de tu edad más o menos que va en silla de ruedas, tetrapléjica y puede mover solo un brazo un poquito y entonces se queda encerrada por una serie de cuestiones en una casa aislada y su perro ayudante pues se vuelve contra ella y la pobre tiene que buscarse las castañas para que no se la coma. Claro como toda la peli es la chica en su silla pues esta ha ganado algunos premios en mejor actriz porque lo hizo muy bien y el peso de la peli recae en ella.

Andrea: Si, si, claro.

Yako: Entonces como te digo la peli se ha ido vendiendo a distintos países gracias a todo esto y hemos estado en Rusia, en Japón ahora la han estrenado en Japón me entere este fin de semana me hizo mucha ilusión.

Andrea: ¡Qué bien, felicidades!

Yako: También en Corea del Sur, en Estados Unidos bueno en Inglaterra o sea en distintos sitios. Bueno este es un poco el resumen así global, no sé si te interesa que te hable ya de cosas de cómo se financió la peli o esto ya me imagino que no te interesa mucho.

Andrea: Mmm no... Yo con este Meet aparte de conocerte a ti quería conocer también un poco más sobre la peli, que bueno ya me has dicho que de la promoción tú no sabes mucho entonces ya de la promoción hablaré con el director.

Yako: ¿Te interesaría hablar con el director?

Andrea: Pues si no es problema...

Yako: Yo creo que ni va a ser problema, te lo pregunto para llamarlos. Al director ya lo tengo avisado porque lo voy viendo y al productor lo llamo ahora en un momento o mañana y te mando un correo para que le contactes.

Andrea: Sería estupendo. Entonces si quieres me puedes contar un poco más sobre la peli.

Yako: Sobre la promoción o...?

Andrea: Sí, veo que la peli es en inglés?

Yako: No, no la peli es en español de hecho se grabó en español y valenciano porque cuando te conceden subvenciones vienen con condiciones legales, entonces es una locura. Entonces nosotros por ejemplo teníamos una parte de la financiación que venía de la Generalitat de Valencia y ahí la condición era que un mínimo minutaje de la peli estuviera en valenciano. O sea que la peli se rodó en español principalmente y luego cuando teníamos la toma buena entonces rodábamos la toma en valenciano para que pudiese haber un montaje en valenciano. Luego también se dobló al catalán porque otra parte era de TV3, entonces también hubo que doblarla al catalán, pero la peli se rodó en español.

Andrea: Y como guionista y que has estado muy metido en la peli, ¿qué objetivos teníais con la peli?

Yako: Bueno, el objetivo principal era hacer el primer largo porque hasta ahora habíamos hecho muchas cosas, hemos escrito guiones por encargo, habíamos vendido guiones, pero nunca habíamos hecho el primer largo, entonces este era el objetivo.

En el año 2016 el director, mi socio y yo, hicimos un corto que ganó el Goya entonces esto pues no sé si influyó o no, supongo que sí, para que nos concedieran la subvención del ICAA, esta que te he mencionado antes que es como la más tocha que te pueden dar en España. Esto fue un empujón muy grande para sacar adelante un largo. Entonces, claro, cuando nos concedieron esta subvención justo después de ganar el Goya nuestro productor Arturo me acuerdo que nos dijo: "Ostras ese guión que tenías ahí a medias... ¡Vamos a presentarlo, venga va! Que no nos lo van a dar pero al menos... Que sepan que estamos trabajando en algo.

Lo presentamos sin esperar que nos diesen nada y unos meses después ¡pum!, resultó que nos lo habían dado y tuvimos que correr para hacer la peli porque claro cuando te conceden una subvención, sobre todo para el productor, es como una arma de doble filo, porque si tú esa pasta, que creo que en nuestro caso fueron como 240.000€ o así... Es muy interesante para conseguir que otros factores se sumen al proyecto, ¿sabes? Teniendo la subvención puede obtener la participación de una tele o alguna plataforma. Intentamos que Netflix se sumase, pero este no quiso. Pero gracias a que teníamos la participación del ICAA pues TV3 sí se sumó, también los colaboradores de valencia...

Entonces lo que te decía que es una arma de doble filo es porque, ese dinero se lo conceden al productor, pero este no se lo dan a fondo perdido, no es para que haga lo que le dé la gana, es para que haga la peli y además tiene un plazo para esto. Y si en ese plazo no hace la peli llega un momento en el que tiene que devolver la pasta, pero tiene que devolver con intereses y los intereses de 240.000€ son una pasta, es algo que puede arruinar tranquilamente a un productor. No es como: ¡Ay que bien me han dado la subvención! Es más bien como: ¡Cuidado que como no saque esto adelante, estoy jodido!

Entonces hicimos un gran esfuerzo para sacar la película adelante y bueno era lo que pretendíamos tener nuestro primer largo. Anteriormente intentamos sacar otros largos delante que personalmente a mí me gustaban más, pero este fue el que recibió el apoyo del ministerio entonces lo sacamos adelante. Y, bueno como guionista este era el objetivo y luego también es curioso cómo vas viendo que el guión va cambiando a lo largo de todo el

proceso porque claro cada nuevo socio que entra, tiene sus comentarios hacia el guion y entonces vas haciendo cambios y cambios.

Incluso luego también hay cambios impuestos por el presupuesto. Al principio la película tenía que ocurrir en la nieve y claro nosotros lo escribimos con ilusión con la nieve pensando que bien iba a quedar y todo, pero luego claro lo primero que te dicen es que estamos justos de pasta y poner nieve cuesta mucho así que o te vas a rodar al quinto pino donde está la nieve, que no siempre hay, pero claro entonces tienes que mover equipo y cuesta un pastón o si no hacer la nieve digital o con cañones de nieve que también cuesta un pastón. Total que al final vas viendo como se caen tus ideas y al final acabamos rodando en un huerto de naranjas en valencia.

Andrea: ¡Bueno también es bonito!

Yako: Es curioso cómo vas viendo cómo te va cambiando el guión. Incluso también por cuestiones legales. La subvención de Valencia venía con la condición de que hubiese diálogo en valenciano. Pero claro como en esta peli hay pocos personajes, pues no hay mucho diálogo y tuvimos que meter personajes que no estaban realmente en el guión principal solo para cumplir la cuota del guión valenciano. Ósea ha habido que ir haciendo muchos cambios y bueno tú intentas fluir como decía Bruce Lee e intentas ser agua, pero a veces es un poco locura y este era el objetivo sí, perdón que me he enrollado un poco.

Andrea: No, tranquilo, todo perfecto. ¿Y tenías en la mente un público específico para vuestra peli o vuestra historia?

Yako: Sí, teníamos en mente un público muy millennial, bueno o incluso ni siquiera millennial sino más como de tu edad. ¿Tú que tienes?

Andrea: 21 ahora.

Yako: 21, vale, pues tú eras el público, incluso, es curioso, originalmente en el guión era una chica que tenía más edad que en la que acabó teniendo en la película. Pero entonces cuando estábamos haciendo el casting, entrevistamos a muchas actrices y hubo una que nos gustó mucho, sobre todo al director y era Paula Del Río. Entonces esta chica en aquella fecha tenía 18 o 19 años y de hecho cambiamos un poquito el guión para adaptarlo a la edad que tenía ella, porque realmente al director le parecía la chica que más le gustaba para el papel. Entonces claro la chica era de la Generación Z creo, pero bueno teníamos en mente un público joven sí, sí.

Entonces por esto la distribuidora pensó que la campaña muy enfocada a internet iba a ser una buena idea. Pero claro, el otro día hablando con el director me decía: “Es que yo creo que la gente que ve un producto anunciado en Internet lo que quiere es verlo en Internet, no ir al cine a verlo, sino verlo en Internet.”

Entonces, yo creo que estoy bastante de acuerdo con esto, esto hace que luego cuando la peli se estrenó en cines, realmente este público, que podía haber oído hablar de la peli por internet gracias a la campaña de Begin Again, pues no era un público muy dispuesto para ir al cine para desplazarse y tal. Pero bueno, en cuanto al público era ese el target.

Andrea: Y antes has comentado “con tu socio”, ¿trabajáis siempre juntos los tres, el productor, el director y tú?

Yako: No, bueno con el productor, con Arturo hemos hecho varias cosas y es como habitual, pero también trabajamos con otros productores, pero con Monti con José Luis Montesinos, todo el mundo le llama Monti ¿vale? A partir de ahora Monti.

Andrea: Vale, de acuerdo.

Yako: Es que se me hace raro llamarlo José Luis. Entonces con este sí que trabajamos siempre juntos, escribimos juntos desde hace años.

Andrea: Vale, bueno lo siguiente sería lo de la promoción que ya me has contado un poquito...

Yako: Sí, ah bueno perdona que es que me acabo de acordar de una cosa. Como has hablado de Netflix... ahora se supone que la peli se va a estrenar en HBO y creo que también se pasó por Paramount y luego también está en una plataforma que se llama Shudder que es de Estados Unidos y que no está en España aún, pero es la plataforma de terror que hay y está ahí.

Andrea: Vale, entonces lo que es la situación de la película ya me lo contaran mejor ellos, ¿no?

Yako: Si yo te he hecho así como una vista general, pero ya te lo contaran ellos mejor.

Andrea: Vale, y tema condiciones que tenías para el proyecto y eso que me has contado de las subvenciones y hablar en valenciano y todo eso ¿verdad?

Yako: Sí, bueno esto de nuevo yo te hago una pincelada, pero ellos ya te lo aclararán mejor.

Claro el proyecto tenía pasta, ahora el panorama está cambiando un poco con las plataformas, porque una plataforma ahora puede cogerte el proyecto y decirte: “lo pago todo yo y ya está”.

Pero hasta ahora el modelo habitual de hacer una peli en España era un modelo muy aburrido en el que los proyectos se alargaban años y consistía en obtener por una parte dinero público, subvenciones que té las concedían distintas administraciones, ya sea el Estado a través del ministerio de cultura, ya sea las administraciones autonómicas como la Generalitat, los valencianos los vascos, los gallegos, los andaluces también, sobre todo estos y, también, con todo esto el productor puede pedir un presupuesto público con interés muy bajo para lo que le faltase por financiar. Y la parte de financiación privada era muy poca, bueno aparte de eso también intentabas coger la colaboración de un canal de televisión.

En cuanto a promoción esto antes era muy importante porque si te entraba una cadena de televisión estatal, por una parte, te aportaba mucho dinero y, por otra parte, mucha

promoción. Ya que significa que van a poner anuncios de tu peli en esas cadenas del grupo mediático.

Nosotros lo intentamos con televisión española y no entró, lo que fue una lástima porque nosotros pensamos que en cuanto nos dieron la subvención era bastante automático que entrase en el proyecto televisión española. Tuvimos mala suerte o vete a saber qué.

Claro el problema de este modelo también es que las televisiones estatales en realidad son tres, o sea, mediaset, atresmedia y televisión española y para de contar. Por lo que era un modelo que si quemabas estos tres cartuchos y no te salía ninguno te resultaba difícilísimo sacar la peli hacia delante. Como en nuestro caso, entró la televisión de valencia y TV3, pero fue muy difícil y el presupuesto inicial se vió super rebajado y al final el rodaje fue infernal porque el presupuesto lo estábamos apurando y exprimiendo los céntimos.

Andrea: ¿Tuvisteis condiciones que no querías que se cambiaran por nada para la peli?

Yako: Bueno como el objetivo nuestro era que la peli se hiciese, siempre llega un momento que cuando empiezan a rebajar el presupuesto y empiezan a caerse cosas del guión, llega un momento que tienes que decidir si transiges por aquí o no. Pero como el objetivo era realmente que la peli se hiciese pues realmente hicimos todo lo que estaba en nuestras manos para que la película se hiciese y los cambios que se tuvieron que hacer se hicieron y no pasaba nada sabes.

Recibes muchas influencias y en nuestro caso las condiciones de rodaje fueron muy ajustadas porque el presupuesto fue muy justo. De hecho se acabó rodando con no sé si un poco más de la mitad del presupuesto inicial. Fue casi reducirlo a la mitad. El rodaje en sí fue muy atropellado, fueron como tres semanas o así que es como una locura.

Andrea: ¡Qué intenso!

Yako: Claro y además contando que grabábamos con animales y eso te puede ralentizar mucho.

Andrea: Me he dado cuenta de que no te he preguntado sobre de ti, ¿te quieres presentar o decir algo?

Yako: Bueno yo me llamo Yakes Blesa, pero todo el mundo me llama Yako y también firmo a veces como Yako y, bueno soy guionista y vengo trabajando con Monti desde hace mucho tiempo. De hecho empezamos a trabajar cuando teníamos 24 años y ahora tengo 43 o sea casi 20 que nos conocemos y, bueno hemos hecho cortos porque Monti es cortometrajista super entregado al mundo del cortometraje y hecho muchos con los que ha ganado muchos premios y llevamos mucho tiempo queriendo sacar un largo, pero es muy difícil y encima a nosotros se nos ocurren proyectos raros y no siempre tenemos mucha libertad. Nunca haces la peli que quieres hacer, haces la que te dejan hacer y gracias.

Esta idea tenía que haber sido un corto, nos habían llamado para un proyecto de largo que tenía que ser un largo de terror hecho por 7 cortos. De 7 jóvenes directores españoles y tal y era sobre los sellos del apocalipsis, entonces a nosotros nos tocó el sello del hambre,

teníamos que hacer una historia de terror sobre el hambre entonces se me ocurrió la historia de una chavala en silla de ruedas, que se queda encerrada con su perro ayudante y que les va entrando hambre y van pasando los días y el perro la empieza a ver como un aperitivo interesante y, entonces pues a Monti le gustó la idea y nos planteamos hacer un largo con esto y pensamos que no sería mala idea escribirlo como tal.

Andrea: ¡Qué bien, pues yo creo que me has explicado un poco de todo!

Yako: Vale si tuviese cualquier duda me puedes volver a contactar sin problema.

Andrea: Sí bueno cuando hable con el director y me cuente un poco más de la promoción pues os contacto para cualquier duda.

Yako: Yo mañana lo llamo y te envío un mail.

Andrea: Tranquilo cuando puedas, muchas gracias. Ha sido un placer conocerte y muchas gracias por ayudarme con el trabajo.

Yako: Igualmente sé que es difícil así que con cualquier cosa que te pueda ayudar me dices.

Andrea: Perfecto, muchas gracias, me miraré la peli.

Yako: ¡Hasta luego!

Andrea: Adeu.

ANNEX 2

TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTA DIRECTOR: JOSÉ LUIS MONTESINOS

Andrea: Hola, soy Andrea.

José Luis: Hola, ¿qué tal Andrea?

Andrea: Bien, ¿y tú?

José Luis: Bien disculpa eh que te he tardado bastante en contestar porque ando bastante liado estos días y bueno creo siempre hace un tiempo.

Andrea: Si ya me aviso Yako que estarías un poco ocupado así que tranquilo no pasa nada.

José Luis: Aquí estamos para echarte una mano.

Andrea: Muchas gracias.

José Luis: Pues tú dirás.

Andrea: Pues te cuento, soy una estudiante de Publicidad y Relaciones Públicas y para mi tfg quiero crear una campaña ficticia de una peli para entrar en Netflix entonces mi tutor del trabajo me dijo que tenía un amigo que había hecho una peli y así contacté con Yako no sé si él te ha contado algo.

José Luis: Si un poco me explico.

Andrea: Y hablando con él la semana pasada me dijo que si quería hablar contigo el director de la peli así también me podías explicar un poco más tú y nada él me estuvo explicando como fue la película y como la grabasteis y todo esto y mi trabajo se centra en la promoción de la película y eso él no me explicó mucho de cómo fue, entonces no sé si tú sabrás más cosas de la promoción.

José Luis: Yo lo sé todo desgraciadamente Andrea, lo sé absolutamente todo. Pregunta que yo te contesto. Dime, dime, cuéntame lo que quieras saber.

Andrea: Vale pues si me puedes explicar un poco sobre la promoción que utilizasteis para la película.

José Luis: La promoción que utilizamos para "Cuerdas" se basó básicamente en la distribuidora o sea en "Begin Again" que la distribuidora aquí española que distribuyó la película, eso a nivel nacional. Y por otra parte a nivel internacional sí que entra en juego el agente de ventas que es "Reel Suspects" que es uno de los mayores agentes de venta de cine fantástico y de género del mundo y fue la que mejor funcionó.

A nivel nacional no fue muy bien porque estrenamos unos fines de semana antes de que se cerraran los cines por la pandemia con lo cual te puede imaginar que no fue muy bien. Fue

un poco desastre por ese tema, pero bueno no hay mal que por bien no venga ya luego te digo por qué.

A nivel de publicidad digamos que el tiro de salida reside en haber estado seleccionados en el Festival de cine de Sitges en sección oficial, entonces a partir de ahí, que digamos que fue el primer pase de la película a nivel mundial, se genera gran expectación por la peli, entra en juego la distribuidora justo cuando ya estábamos seleccionados en Sitges y a partir de ahí se intenta gestionar un poco con medios la repercusión que ha podido tener la película a nivel de crítica en el Festival y la verdad es que es peligroso porque en un festival como el de Sitges y esto pasa en otros también que son importantes te puede ocurrir un efecto negativo para la película porque imagínate que el público te la pone a parir, eso puede resultar pues muy doloroso porque entonces la distribución se hace más cuesta arriba.

No fue nuestro caso, la verdad que fue bastante bien el recibimiento tanto por crítica como por público, pero sí que fue un año en el que donde teníamos una fuerte competencia en el festival porque estaba la peli del Hoyo y se lo llevó todo, pero bueno nosotros aprovechamos muy bien nuestro público y la prensa y se empezó a publicitar ahí con vías en aras al estreno que fue a finales de febrero.

Entonces ahí Begin Again, empezó una campaña que a nivel de publicidad ellos se centraron mucho en redes o sea hicieron mucho hincapié en redes, es algo con lo que no estoy muy contento te soy sincero porque creo que es algo que no llegó a funcionar. Para mí el tema de redes puede ser muy volátil entonces lo que interesa hoy igual mañana ya no interesa, no sé llámame un romántico, pero a veces prefiero un póster en un determinado sitio a mil posts de Facebook. Tengo una teoría que es que cuando la gente mira algo que le promocionan en el móvil tiene ganas de verlo y no va a esperar a verlo sino lo que quiere es consumirlo ya y a través del mismo aparato que le ha hecho la publicidad. Y en el caso de nuestra película no era así, en el caso de nuestra película pues te promocionan de una manera y luego tienes que ir al cine a verla y ese paso fue el más difícil.

En todo caso se hizo mucho hincapié en la campaña y fue bonita de ver sobre todo, el resultado alomejor no fue espectacular, pero sí que estuvo bien verla. Se llamó a una serie de youtubers, de canales a ver la película, se les creó un entorno en el cual pudieran verla y se les trataba bien y a partir de ahí ellos luego hacían sus críticas y comentarios. Esa fue la principal estrategia Luego hubo una más clásica que fue digamos el tiraje de pósters, pero que fue mínima.

Andrea: ¿Al final sí se hizo una estrategia para promocionar pósters?

José Luis: Si, si se hicieron carteles, pero que iban más enfocados de cara a los cines a las carteleras y eso. No en marquesinas ni paradas de autobús ni metro ni nada. Se desestimó y se apostó por las redes.

Ahora yo a toro pasado sí que hubiese apostado más por esa estrategia más clásica me parecía que hubiese funcionado mejor. Luego tuvo también una estrategia de prensa que llevaba el departamento de prensa de Begin Again en base a entrevistas a medios, salir en

Fotogramas, Cinemanía todas la revistas especializadas, aprovechamos también las críticas que habían sido favorables, pues se hizo toda una campaña haciendo entrevistas y estuvimos un día entero en Madrid y otro en Barcelona yendo a algunas televisiones y alguna radio.

Y lo malo de esto es que cuando no tienes una televisión grande que te apoye, nosotros teníamos TV3 y Apunt, que ahí evidentemente pues sales y se anuncia la película, pero no teníamos un Telecinco o Antena3 que te da un poco más de repercusión a nivel de publicidad en programas.

Entonces en nuestro caso había que luchar un poco contra viento y marea para despertar el interés de los medios y que te pudiesen hacer entrevistas, entonces los medios eran pues sobre todo especializados. No íbamos a salir en un telediario o en La Resistencia por ejemplo o en un Buenafuente o en algo más de Prime Time. Porque eso está destinado un poco para películas con un mayor presupuesto o para películas que están asociadas a la cadena.

Al final es un poco lo que hay peor bueno lo intentamos y lo que pudimos tener es lo que podía abarcar la película. Y eso fue un poco un resumen de lo que se hizo a nivel de publicidad. Yo creo que es una película que lo que más funcionó fue el curriculum que dio a nivel de crítica y de Festival de Sitges, eso fue lo que más la ha empujado.

Luego tenemos toda una parte que es la internacional, de la parte nacional ese sería el resumen que bueno aparte de eso se hicieron unos preestrenos en cines en Madrid, en Valencia y en Barcelona de hecho yo antes de la pandemia me pasé recorriendo España durante dos semanas o sea que estuve en riesgo y alomejor puse en riesgo a la gente porque en ese momento nadie sabía lo que podía pasar. Pero si hicimos estos preestrenos y funcionaron bien porque hicieron lleno, llenamos Barcelona y llenamos Madrid en cines grandes. También se pusieron los photocalls, se llamó a los medios y aquí en Cataluña fue donde nos hicieron más caso.

Y, internacionalmente sí que Reel Suspects se ha basado mucho en el prestigio de festivales de cine y lo que nos dieron en el de Sitges que es donde empezamos. Empezó a moverse en diferentes países y en diferentes mercados como en Cannes y Berlín aprovechando un poco el tirón de que la peli era demandada por festivales y eso nos ha servido para estrenarla en muchos países, ha llegado a 25 países la peli, doblada a varios idiomas y hemos estado en mercados importantes como el asiático, en Estados Unidos, Canadá, Rusia, Francia.

La acaban de comprar en territorio indio, en Japón sigue en cines o sea actualmente se está moviendo y se está moviendo muy bien. Hemos tenido la suerte también de ganar premios en festivales de género que ha hecho que muchos países se interesen por la película y esa es un poco la estrategia que más ha funcionado a nivel internacional y ahí ya tienes la publicidad hecha. Lo único que es muy raro porque con la pandemia lo hacemos todo desde casa realmente era un bonito año para estar viajando por todo el mundo, pero bueno lo hemos hecho a través de la ventanita del Zoom.

Oye yo hablo mucho eh no, sé...

Andrea: No, no, tranquilo, va perfecto.

José Luis: Pues esto es un poco, hay países que han hecho ciertas cosas que aquí no se ha hecho que depende de la distribuidora que tengan. En nuestro caso aquí en España era una pequeñita. En Estados Unidos la distribuidora es una un poco más grande y la película la han estrenado en Shudder que es la plataforma de género en ese país y son cosas que cuando empezamos la película no habíamos ni pensado. Sobre todo a nivel internacional estoy muy contento a nivel nacional siempre te queda un poco la espinita de haberla estrenado pues cuando peor se podía hacer un estreno.

Andrea: Bueno fue algo nadie se podía imaginar.

¿Lo que eran los objetivos de la comunicación de toda la campaña tenías alguno en mente o querías transmitir algo sí o sí o simplemente promocionar la peli?

José Luis: Ellos hicieron todo este tema de redes porque lo orientaron todo a un público millennial quisieron ahondar un poco en este tema y bueno llevaban mucho a la actriz que es la Paula Del Río que ahora está en el Internado de Amazon y la vendían mucho a ella como estandarte del tema millennial. Yo cuando hice la película esto no me lo planteé tampoco yo iba a hacer una peli de género y cuanto más público tuviese mejor. Esto del público a veces es muy difícil de prever. En nuestro caso era una película de género con cierto aire de autor entonces se movía ahí entre esos mundos y bueno el promedio de la edad que más ha interesado ha sido jóvenes, pero incluso gente mayor por el tema de la superación y por como se ha tratado el tema de la tetraplegia.

También cuando estuvimos hablando del póster yo por ejemplo tenía ganas de hacer un póster más de autor incluso teníamos una versión que era muy almodovariana del póster que era una silueta del perro y la cara de la actriz para jugar más, una idea más italiana y eso se desestimó y se apostó por un póster más aluso yo creo que a veces en estas decisiones radica un poco si vas a ganar o vas a perder. Y en estos casos a veces el director puede sugerir, pero ni pincha ni corta al final, decide la distribuidora y esta apostó por este.

Es evidente que en otros casos a nivel internacional se ha apostado por otros pósters y ha funcionado mejor, así que es algo que si hubiésemos apostado aquí hubiese funcionado mejor. Pero bueno se apostó por aquí, por un público millennial, pero al mismo tiempo fíjate que se utilizaron herramientas visuales que no creo que se correspondieran con ese público millennial. Pienso que a ese público había que darle otro tipo de publicidad visual que no se hizo y esto es muy fácil verlo ahora. Lo hablamos mucho con los productores que es muy difícil cuando estás en el momento tomar la decisión y ahora lo ves y piensas que lo podrías haber hecho de otra manera.

Andrea: ¿Y el tono de comunicación que se utilizó en la campaña y en las estrategias?

José Luis: Bueno como no dejamos de hablar de una peli de género con lo cual lo que transmite es un poco el terror y que lo vas a pasar mal, pero si te gusta eso es lo que te va a poner, se hablaba un poco en ese estilo, se estaba transmitiendo un poco el terror y es lo que se intentó a nivel de redes. De todas maneras no creo que fuese del todo agresivo el

tono, fue más bien informativo y para amantes del género. Tampoco le vi mucho problema ahí, igual si podríamos haber sido más agresivos sí.

Andrea: Claro, a veces hay que ir con cuidado.

José Luis: Si bueno, no lo sé. En nuestro caso se podría haber buscado algo así puede ser.

Andrea: ¿Y todo esto tú ahora lo pondrías como un requerimiento?

José Luis: No, no, ojalá amiga mía, pero yo no puedo hacer eso, como director esa no es tu competencia, tú puedes sugerir como ves me gusta comunicarme y hablar con la distribuidora y los productores, sugerí muchas cosas, trabajé estrechamente con el diseño, pero sí que hay cosas que tienen su barrera. Sencillamente yo de esto aprendo y aprendes a negociar y a tener ideas más buenas y a venderlas mejor.

Entonces yo creo que todos los que tenemos alma de creador a todos nos gusta aportar y que nuestras ideas se tengan en cuenta de cara a mover algo que has hecho. Pero hay algunos que nos gusta tener mucho el control, yo soy esa clase de persona y eso no lo he podido hacer, desgraciadamente eso no lo he podido tener al 100% en esta película como tampoco lo tendré en las siguientes, pero bueno confío que al cabo de muchas películas puedes tenerlo. Se siente diferente saber que eres tú el que te la juegas y cuando no tienes ese poder te quedas sin saber que podría haber pasado. Si más no que te tengan en cuenta y en esta peli ha habido momentos en los que se me ha tenido en cuenta y en otros no.

Andrea: Claro, al final es un montón de gente trabajando e intentar gestionarlo. Vale y otra pregunta, ¿los pósters que utilizasteis también puedo encontrarlos con los hashtags y eso?

José Luis: Sii, mira haz una cosa sígueme a mí en Instagram que yo lo cuelgo todo, es "Montimontesinos" y ya verás que ahí los tengo todos y cuelgo todos los pósters internacionales de la peli. Lo tengo público lo podrás ver.

Andrea: Vale perfecto, ¡ya lo tengo! ¿Y esto solo se utilizó para las carteleras verdad?

José Luis: En España sí, en otros países desconozco. La peli ahora la tienes en Movistar si la quieres mirar, va a salir en HBO y Disney alomejor adelante, esto es lo que te decía que no hay mal que por bien no venga, la pandemia ha hecho que se pueda vender la peli a estas plataformas. Sobre todo internacionalmente, nacionalmente se empieza animar ahora.

Andrea: ¡Vale pues me la miraré!

José Luis: A mí siempre me gustaba decir esto sobre la película: "Una chica encerrada en una cosas, un perro y un hurón, pasan cosas". Eso es lo que yo decía. Así que míratela así de noche con la luz apagada y a ver si te gusta.

Andrea: Uy no suelo mirar pelis de miedo, pero me la miraré sí, sí

José Luis: Es de miedo, pero para mí lo más importante de la película era contar una historia de superación ósea era lo más importante, la protagonista empieza sin ganas de

vivir y acaba haciendo lo contrario, acaba luchando por sobrevivir. Es algo de la peli con lo que me siento muy orgulloso con lo cual si tuviera que definirte la peli sería con esto. Pasas miedo y pasas angustia, pero por otra parte tiene un aspecto humano que es importante.

Andrea: Vale, perfecto pues yo creo que ya estaríamos.

José Luis: Muy bien.

Andrea: Muchas gracias.

José Luis: Pues nada, ojalá te pongan una matrícula en el trabajo.

Andrea: Ojalá, bueno ya os contaré si necesito algo más, pero todo lo que me has contado me viene perfecto. Así que muchas gracias.

José Luis: Pues nada ya me dirás qué te parece la peli que me agrada saberlo.

Andrea: Vale esta semana la busco y te escribo.

José Luis: Perfecto. Pues nada Andrea que vaya muy bien, un abrazo.

Andrea: ¡Gracias, adiós!

ANNEX 3

CARTELLS PROMOCIONALS DE "CUERDAS"



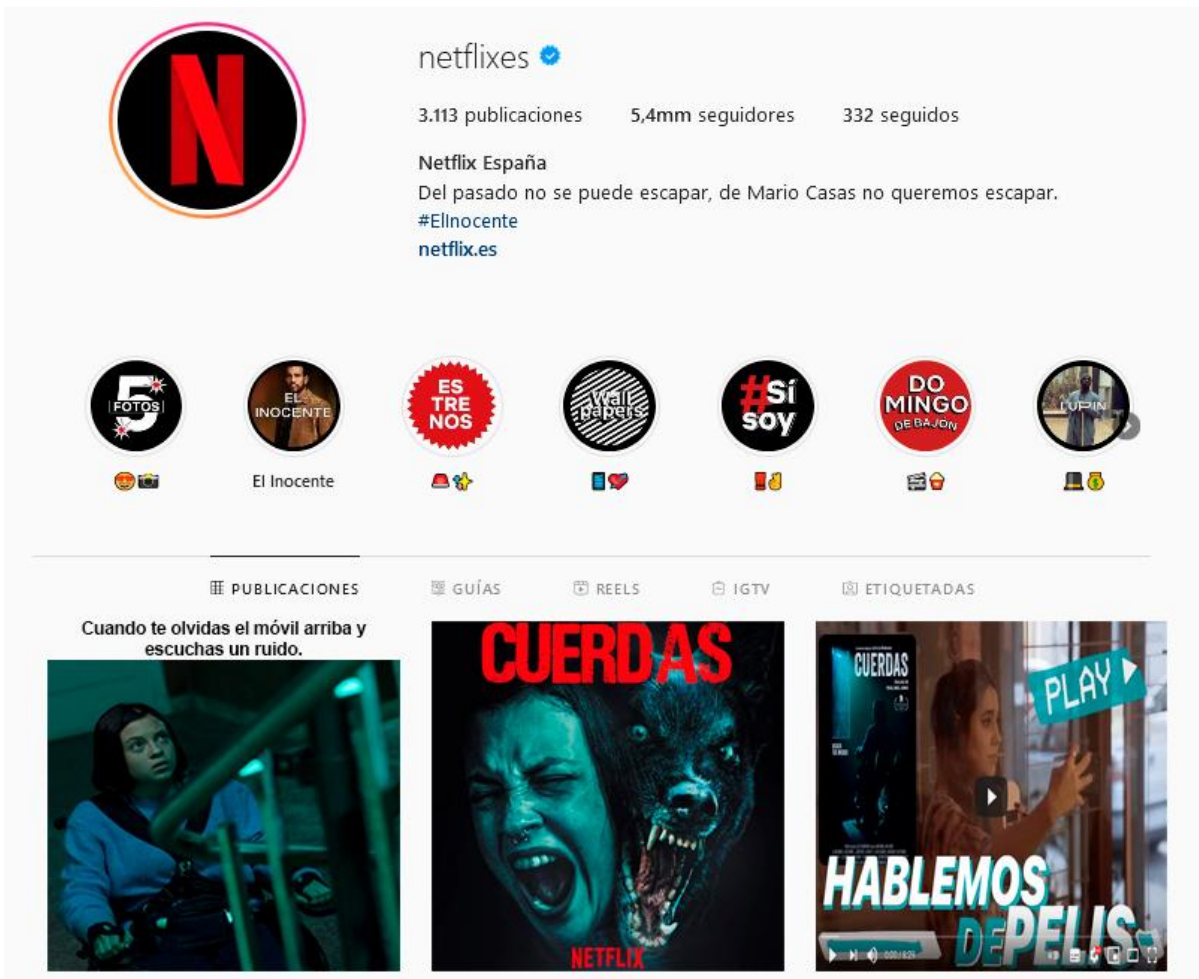
ANNEX 4

ACCIÓN DIGITAL TWITTER





ACCIÓ DIGITAL INSTAGRAM



ANNEX 5

ACCIÓ EXTERIOR CARTELL



Una película dirigida por **JOSÉ LUIS MONTESINOS**

CUERDAS

PAULA DEL RÍO
MIGUEL ÁNGEL JENNER

NETFLIX

ACCIÓ EXTERIOR METRO



ACCIÓ EXTERIOR BUS



ACCIÓ EXTERIOR TANCA PUBLICITÀRIA



ANNEX 6

ACCIÓ EXTERIOR INNOVADORA ESCENA 1



ACCIÓ EXTERIOR INNOVADORA ESCENA 2



ACCIÓN EXTERIOR INNOVADORA ESCENA 3



ACCIÓN EXTERIOR INNOVADORA ESCENA 4

