

CAPITULO VEINTICUATRO

Asuntos que mantener a vista

- Plataformas Digitales
- Recaudación de fondos (Crowdfunding)
- Manejo de Cuentas de Colección
- Seguro
- Nuevo Mercado de Cine del Caribe
- Asignación equitativa de los Fondos Públicos

Este capítulo trata sumariamente en lugar de forma definitiva con asuntos como distribución en línea y recaudación de fondos (crowdfunding), colección como lo es necesario para la distribución internacional, seguro como lo es necesario en producción, y los cambios frecuentes en estas áreas requieren al lector mantenerse informado según sea necesario.

Colombia, Uruguay y Panamá se han convertido en campeones de la conectividad y administración electrónica. En Colombia, las conexiones a internet se han triplicado a 6.2 millones en los últimos 2 años y medio. En Uruguay, las pequeñas y medianas empresas de tecnología ayudaron a levantar las exportaciones de tecnología de \$50 millones de dólares americanos en el

2000 a los \$225 millones en el 2010. Aun quedan varios desafíos: los fondos públicos para construir infraestructura son limitados, y muchas personas no pueden pagar el acceso a internet.¹ Tampoco es utilizado el uso de tarjetas de créditos para servicios ya sean en línea o fuera de línea. Sin embargo, esto puede ser resuelto con las aplicaciones de telefonía móvil que están siendo ofrecidos.

A pesar de las dificultades y obstáculos, la administración ya ha mejorado la vida de los Latinoamericanos. Más de 500,000 colombianos participaron en el diseño del Plan Nacional de Educación para el período del 2006 al 2015. En Panamá, emprendedores se tardaban 5 días en crear una empresa. Ahora, gracias a Panamá Emprende, ellos lo pueden hacer en 15 minutos.²

Muchos gobiernos han lanzado iniciativas a nivel nacional para fomentar una mayor penetración de internet. A medida que estas iniciativas tomen efecto, las limitaciones de infraestructura a un mayor consumo de contenidos digitales y su creación son probables a darse con mayor facilidad.

En el 2011, el Reporte Bain dio una visión de las siete principales economías de Latinoamérica – Brasil, México, Argentina, Venezuela, Colombia, Chile y Perú, representan el 82% de la población y el 90% del PIB total de Latinoamérica. Con

¹ http://www3.weforum.org/docs/WEF_GITR_Report_Highlights_2013.pdf

² <http://www.weforum.org/reports/global-information-technology-report-2013>

² <http://reports.weforum.org/wp-content/uploads/future-of-content/latin-america/WEF-LatAm-white-paper.pdf>

el aumento de los niveles de ingresos en toda la región, se espera que la proporción de la población que ganan más de \$15,000 dólares se duplique del 2005 hasta el 2015.³

MEDIOS DIGITALES

Esta es una buena noticia para los consumidores Latinoamericanos que han adoptado los medios digitales donde estén disponibles. El número de hogares con Internet creció un 20% CAGR⁴ desde el 2005 al 2009, y la audiencia de internet de la región ahora representa el 8% de la audiencia global de internet. El tiempo medio de permanencia por usuario está creciendo rápidamente, con Brasil, México, y Argentina mostrando el uso más pesado. Este es un punto de contacto central para la experiencia web en esta región.⁵

Aunque la región de Latinoamérica actualmente se queda atrás del resto del mundo en distribución de la audiencia global del internet, que comprende solo el 8% de la audiencia total según datos del 2012 de comScore, eso significa que, si se aborda de la manera correcta, la región es altamente prometedora en términos de potencial de crecimiento. Latinoamérica tiene el mercado de Internet de más rápido crecimiento en el mundo, con un crecimiento del 12% en el último

⁴ CAGR: Compound annual growth rate is a mathematical formula showing the year-over-year growth rate of an investment over a specified period of time. The compound annual growth rate is calculated by taking the nth root of the total percentage growth rate, where n is the number of years in the period being considered. This can be written as follows:

$$\text{CAGR} = \left(\frac{\text{Ending Value}}{\text{Beginning Value}} \right)^{\left(\frac{1}{\# \text{ of years}} \right)} - 1$$

⁵ Ibid.

año a más de 147 millones de visitantes únicos en Marzo del 2013, de acuerdo a un reporte de comScore.⁶

Un análisis del consumo de video en línea en Latinoamérica, basado en datos de comScore Video Metrix por comScore, Inc. (NASDAQ: SCOR)⁷, líder en medición del mundo digital, fue publicado en Santiago, Chile, el 3 de Octubre del 2013. Fue revelado que Argentina tiene la penetración más alta de video en línea de los cuatro mercados que fueron reportados (Argentina, Chile, Brasil y México) en el análisis.

En Agosto, mas de un billón de usuarios de internet en el mundo estaban conectados para mirar videos en línea desde sus computadoras. Los argentinos son los más propensos a ver videos en línea, con un alcance de 95.5% de la población total en línea, por encima de la media mundial del 85.2%. Chile está en el segundo lugar en la medida de espectadores únicos, con el 91.5% de su población mirando videos en línea.

Clasificación de Mercado para los Espectadores de Video en Línea (000) en
--

⁶ <http://etc-digital.org/digital-trends/mobile-devices/mobile-smartphones/regional-overview/latin-america/>

⁷ www.comscore.com/companyinfo. comScore, Inc. (NASDAQ: SCOR) is a global leader in measurement and digital analytics, providing detailed information on the behavior of web, mobile and TV consumers that allows customers to maximize the value of their digital investment.

Agosto del 2013

Internet Total: Espectadores de 15 +, Ubicación Hogar / Locaciones de Trabajo

*

Fuente: [comScore Video Metrix](#)

	Vistas Unicas Totales (000)	% de la población total con alcance en línea
Global	1,361,213	85.2
Brasil	65,908	86.4
México	23,756	81.3
Argentina	16,989	95.5
Chile	5,447	91.5

** No incluye visitas desde ordenadores públicos como cibercafés o teléfonos móviles o Asistentes Digitales Personales como tabletas.*

Brasileños y Chilenos: Los Mayores Aliados al Contenido en Formato de Video En Línea

Brasil registró un promedio mensual de 166 videos vistos por espectador,

ocupando el primer lugar en los usuarios de afinidad. Los principales proveedores de Video-en-Demanda VoD son telcos, los canales de televisión pagada Sky y la red de cable Net, Netflix y iTunes. Todavía no hay regulación y la banda ancha no es muy grande lo que hace su uso limitado.

Chile se posiciona en el segundo lugar en la clasificación de mercados reportados en Latinoamérica, con un promedio de 128 videos vistos por espectador durante el mes de agosto del 2013, seguido por México (103 videos por espectador) y Argentina (86 videos por espectador).

Más de 259 billones de videos fueron vistos en el mundo en Agosto del 2013. Entre los cuatro mercados reportados, Brasil tiene la mayor cantidad de consumo de videos registrando un total de más de 10 billones de videos vistos en total al mes. Los espectadores mexicanos vieron más de 2 billones de videos en Agosto, ocupando el segundo lugar en el consumo total de videos.

Clasificación de Mercados en línea por Espectador		
Agosto 2013		
Internet Total: Espectadores 15 +, Ubicación Hogar / Locaciones de Trabajo *		
Fuente: comScore Video Metrix		
	Videos por	Total de

	Espectador	Videos (000)
Global	190	259 049 911
Brasil	166	10948659
Chile	128	696 422
México	103	2456944
Argentina	86	1470272

** No incluye visitas desde ordenadores públicos como cibercafés o teléfonos móviles o Asistentes Digitales Personales como tabletas.*

Facebook Impone Peso en la Clasificación de Sitios de Video

Sitios de Google, conducidos por YouTube, son los que continúan publicando el tráfico más alto con el mayor número de vistas. Facebook queda en segundo lugar en la clasificación de vistas en Brasil y continua ascendiendo a posiciones más altas en otros mercados, quedando en tercer lugar en Argentina, cuarto lugar en Chile y México. Sitios locales de la región también están presente en la clasificación de los top 5 con el Grupo Clarín ocupando el quinto lugar en Argentina, Globo en quinto lugar en Brasil y Grupo Televisa marcando su presencia en el mercado de los videos en línea, también dentro del top 5 en México.

Propiedades Principales de Contenido de Videos En Línea por Vistas Únicas en Latinoamérica para Agosto 2013

Internet Total, Edades 15 +, Acceso del Hogar / Acceso del Trabajo *

Fuente: [comScore Video Metrix](#)

	Argentina	Brasil	Chile	México
1ero	Sitios Google	Sitios Google	Sitios Google	Sitios Google
2do	VEVO	Facebook	VEVO	VEVO
3ero	Facebook	Viacom Digital	Viacom Digital	Viacom Digital
4to	Viacom Digital	VEVO	Facebook	Facebook
5to	Grupo Clarín	Balloon	DAILYMOTION.COM	Grupo Televisa

** Excluye visitas desde computadoras públicas tales como cibercafés o teléfonos móviles o Asistentes Digitales Personales como tabletas.*

El gasto en publicidad utilizando videos en línea como plataforma espera sobrepasar los \$4 billones de dólares en los Estados Unidos. Mientras que el volumen de ventas en Latinoamérica no está a ese nivel, el mercado sigue creciendo rápidamente y es probable que exceda los \$200 millones de dólares para el año 2013. Brasil, México, Argentina, Colombia y Chile (en ese orden) son los países principales en Latinoamérica en términos del volumen de publicidad

en videos en línea. "Más y más clientes se están moviendo hacia publicidad de video por la posibilidad natural de usar sus comerciales de televisión en línea. Esto es bueno porque está haciendo que la publicidad para videos en línea una vía real," dijo Xavier Mantilla, Socio - Gerente de Cliente en UM Latinoamérica Miami. Más del 50 % de publicidad en videos de línea se da en Brasil. ⁸

Publicidad de Video está disponible a través de socios regionales tales como YouTube de Google, el cual tiene a más de 110 millones de usuarios en Latinoamérica, ESPN, Yahoo!, Terra, MSN o Sony Crackle, y Netflix. "Todos nosotros estamos incorporando video en nuestros sitios, aprendiendo como editar y presentar noticias en este formato el cual no es televisión; en este proceso nosotros incorporamos pre-rolls. Pero nuestro enfoque es crear una audiencia para nuestros videos," dijo Guido Conterno, el Director Ejecutivo de GDA, una de las redes de periódicos más importantes en Latinoamérica. ⁹

Video en Línea es un medio que atrae a jóvenes. Los consumidores menores a los 34 años completan casi el 60% de consumo de video en Latinoamérica. Hay una tremenda oportunidad para las marcas para atraer a esta demográfica clave ahora a través de publicad de videos en línea, creando relaciones de marcas que pueden crecer a través del tiempo.

Ninguno de los mencionados arriba incluyen internet de móvil y las posibilidades de facturación sin tarjeta de crédito a través de compañías las cuales presentan

⁸ <http://latam.portada-online.com/2013/07/22/10-things-you-need-to-know-about-the-latin-american-online-video-advertising-market/>

⁹ Ibid.

métodos de pago aceptables. Latinoamérica está prevista a volverse el cuarto mercado más grande para el año 2017. La compañía popular "Movile" anunció el lanzamiento de un lugar de mercado de aplicaciones unificados que busca conectar y mejorar las relaciones entre grupos de distribución. La compañía está tratando de conectar a desarrolladores de aplicaciones globales con el mercado creciente en Latinoamérica de móviles inteligentes. Esta nueva plataforma será llamada "El Lugar de Mercado Movile" (o "Movile Marketplace".) ¹⁰

Bellis de Impaktu denota que los móviles son solo una parte pequeña del consumo total de video porque la penetración de móviles inteligentes aún es baja a través de Latinoamérica, aun es 3G, aunque números más altos están previsto a crecer en México y Brasil más que en el resto de la región. Además, la mayoría de los canales premium y publicaciones impresas que ofrecen video en línea no tienen reproductores de video que sean compatibles con todos los diferentes aparatos móviles y tampoco ofrecen aplicaciones con video.

"Nosotros esperamos que eso cambie y que la oferta móvil avance en los próximos 3 años," concluye Bellis. ¹¹

TV de prepago híbrida y versiones en línea de TV

[HBO Latin America](#), una subsidiaria de HBO, debuto su propia versión de HBO GO en el tercer cuarto del 2012. Su primer lanzamiento en Latinoamérica fue en

¹⁰ Read more: <http://latam.portada-online.com/2014/01/07/movile-and-appattach-launch-new-app-platform-for-latin-america/#ixzz37rsFexUA>

¹¹ Read more: <http://latam.portada-online.com/2013/07/22/10-things-you-need-to-know-about-the-latin-american-online-video-advertising-market/#ixzz387uFximH>

Brasil. El que continua: Colombia. En su primera fase, el servicio estaba disponible únicamente para PCs, y luego sería llevado a los aparatos móviles. El modelo es similar al modelo lanzado por Moviestar Play en Latinoamérica, desde que HBO GO estará disponible solamente para el suscriptor del canal Premium del grupo.

Igualmente, la plataforma de HBO GO competirá con otras opciones de transmisión de videos como Netflix y la tienda de video Terra TV Video Store; la última está disponible en Brasil, Chile y Colombia, pero no será expandida hacia otros países antes que termine el año. Sucesivamente, en Argentina, las compañías de teléfonos titulares Telecom y Telefónica, se apoyan en las ofertas de transmisión de video-en-demanda de Arnet Play y On Video, respectivamente.¹²

Para seguir más la TV pagada y otras plataformas digitales en Latinoamérica, ve a el sitio web Next TV Latam: <http://nextvlatam.com/>

Distribución de Cine Independiente en Línea

El internet y las oportunidades que abre para la distribución amplia de películas a mercados niches está siendo revisada ansiosamente. La gran pregunta para los cineastas pequeños es cuando esto va a empezar a dar recompensas a

¹² <http://nextvlatam.com/hbo-takes-its-tv-everywhere-platform-to-latin-america/?lang=en>

quienes ponen sus películas en la distribución digital a través del internet, los cuales no tienen un distribuidor mayor o independiente manejando sus películas.

La amplia gama de plataformas para nueva media y Video-en-Demanda (VOD) son pago-por-transacción (TV-en-Demanda o TVoD), suscripción (SVoD), gratis para el usuario/ apoyado a través de anuncios (ADVoD) o descargas para poseer el contenido (DTO)

Televisión pagada alcanza al menos del 25% de hogares en Latinoamérica, en contraste al 90% en Estados Unidos, así que Video-en-Demanda está mejor posicionado en la región, dicen analistas, cuando la infraestructura y el ancho de banda mejoren.

En el 2010, las ganancias en Latinoamérica para televisión en línea/suscripción de videos fueron mínimas: el 2010 solamente vio \$1 millón de dólares de Argentina, \$4 millones de Brasil y \$3 millones de dólares en México, de acuerdo a un estudio de Televisión Digital. Pero Video-en-Demanda es esencial en una Latinoamérica altamente concentrada en multiplexes de cine que, aun mas que en Europa, está dominada por películas taquilleras (Blockbusters) de Hollywood.

[Utd.bycontent](http://www.utdbycontent.com)¹³ provee manejo de media y servicios de distribución digital a las noticias, medios, y a las industrias del entretenimiento en Latinoamérica.

¹³ Preston, Alexandra, Latin America VoD OTT Growth, June 24, 2013
<http://www.utdbycontent.com/latin-america-VoD-ott-market-will-record-huge-growth-by-2016/>

De acuerdo a un reporte de Transmisión de Video OTT y TV en Todas partes ([Video Streaming OTT and TV Everywhere Report](#)), el cual fue creado por la compañía de consultoría Dataxis, al final del 2016, el mercado de Latinoamérica de Video-en-Demanda OTT ¹⁴ va a tener un record total de 12.8 millones de cuentas activas. Desde el 2011 hasta el 2016, 11.55 millones de cuentas nuevas serán creadas, lo cual es, una tasa de crecimiento del 924%.

La tecnología OTT (Over the Top Technology) e IPTV (Televisión por Protocolo de Internet) son dos medios tecnológicos crecientes en la industria de distribución de medios de comunicación que están en su lugar en el mercado, y aún no están utilizando toda su capacidad por los anunciantes o la masa crítica.

Ambos son sistemas a través de los cuales los servicios de televisión son enviados usando el internet, en lugar de los formatos tradicionales terrestres, señales de satélite y formatos de televisión por cable. Sin embargo, hay muchas diferencias entre los dos, sobre todo que IPTV se entrega sobre infraestructura propia de un proveedor de servicios, mientras que OTT viene a través del Internet público.

¹⁴ <http://dataxis.com/mercado-ott-en-america-latina-2013-2018/>

OTT significa que el servicio, por ejemplo, Viewster, Netflix se entrega a través de internet. No es necesario tener un set o caja de un servicio de televisión de pago o de una compañía de cable. Tampoco es necesario el pago por adelantado. Viewster es un OTT gratuito. Sin embargo, los servicios OTT como Netflix ofrecen a menudo (pero no requieren) cajas OTT o dispositivos como Roku Box, Chromecast, y Apple TV que llevan servicios OTT.

El contenido Over-the-top (OTT) se refiere a la entrega de video, audio y otros medios de comunicación a través de internet sin un operador de sistemas múltiples que se involucró en el control o distribución de contenido. El proveedor puede tener en cuenta el contenido de los paquetes de protocolo de Internet pero no es responsable, ni es capaz de controlar la habilidades de visualización, derechos de autor, y/u otra redistribución del contenido. Esto está en contraste con la compra o renta de contenido de video o audio de un proveedor de servicio de internet (ISP) tales como televisión por pago en demanda o un servicio de video IPTV, tales como AT&T U-Verse. OTT en particular se refiere al contenido que llega de un agente tercero, como NowTV, Netflix, DramaFever, WhereverTV, NetD, Hulu, Crackle, WWE Network, RPI TV o myTV, y es enviado a un dispositivo para un usuario final, dejando al ISP responsable sólo para el transporte de paquetes IP.

La diferencia principal entre OTT y IPTV es que aunque ambos utilizan internet, la transmisión OTT es enviada a través de internet abierto no administrado, mientras que IPTV usa una red administrada dedicada.

Dataxis establece que las ofertas de servicio de tecnología OTT de Latinoamérica han estado presentes desde el 2009 ,pero que el servicio se disparó en el 2011, en términos de número de competidores. En Noviembre 2011, había 15 servicios OTT enfocados en video, tres de los cuales dependían de alcance regional -Netflix, Terra y Totalmovie- y dos más dispuestos a llegar a tal alcance: América Móvil y Bazuca.

La región representa una oportunidad atractiva para el sector OTT, y al tanto crece la penetración de banda ancha rápidamente gracias a los programas apoyados por el gobierno. De acuerdo a un reporte reciente, habrá 54.6 millones de suscriptores de banda ancha en Latinoamérica a finales del 2013, un aumento del 15% comparado al 2011.

Con todo este potencial de crecimiento, el mercado Latinoamericano verá a más proveedores en este espacio. utdbycontent.com está apoyando algunos de estos proveedores— Totalmovie y Televisa. Los ganadores tendrán la combinación adecuada de contenido y características. Desde una perspectiva de contenido, mientras hayan ciertos programas globales de los grandes estudios que juegan muy bien en este espacio; contenido local exclusivo será lo que distinguirá a los

ganadores de los perdedores. Todos los grandes proveedores que tiene la oferta de Televisión-en-Demanda (TVoD) tendrán los últimos lanzamientos y luego esos que tengan SVoD tendrán la librería usual de los estudios. Netflix tiene una ventaja por su poder de compra; pero no se descarta que algunos proveedores locales puedan aprovechar su contenido en una primera ventana de reproducción y/o exclusivamente.

Hay una gran impulso para la programación lineal en este espacio. Al igual que en el mercado de Estados Unidos, aquellos que tienen una ventaja para ofrecer contenido de canales lineal son los proveedores de cable y de satélite que ya tienen contratos existentes. Aquellas plataformas que están esperando tener un contrato directo con los propietarios de contenido en el espacio OTT tienen un obstáculo más grande tales como los proveedores de contenido no están entrando directamente todavía en el espacio OTT pero están permitiendo que sus proveedores de cable y satélite aprovechen su contenido en este espacio.

Como proveedor de servicios editoriales a dos plataformas en este mercado, [Utdbycontent](#) ve algunas tendencias y algunos desafíos comunes. Los siguientes géneros tienden a sobresalir en este mercado: familia, acción y aventura, horror, y dramas serializadas. Estos son los mismos géneros que tienden a resaltar en canales lineales, los cuales apoyan la teoría de Utd que cuando se trata de mucho contenido de entretenimiento en forma larga, la plataforma no conduce el tipo de contenido que sobresale – pero el contenido en

sí impulsa lo que la gente consume. **Esposas Desesperadas (Desperate Housewives)** es un éxito en todos los lugares que sale al aire.

Los desafíos en este espacio han sido centrados en metadatos. Utdbycontent encuentra que no importa la fuente, los metadatos necesitan ser arreglados y ajustados manualmente antes que estén listos en el sitio para asegurar su calidad. Se recomienda la normalización de los datos para cada plataforma, creando su propio lenguaje particular y la creación de normas para título, ratings, créditos y su sinopsis.

De cualquier manera, el equipo de utdbycontent esta trabajando con algunas personas increíbles que están transformando el mercado Latinoamericano. ¡Salud para aquellos que están empujando el mercado y la manera en que las personas consumen el contenido!

Los Cinco Grandes Proveedores de Video-en-Demanda y Otros

Uno esperaría ver a los grandes 5 proveedores de Video-en-Demanda: Netflix (SVoD), Hulu (SVoD y AVoD), Amazon Prime (SVoD), iTunes (TVoD) y YouTube (AVoD con algunos SVoD y TVoD) en la arena de Latinoamérica. En septiembre del 2011, Netflix lanzó un servicio de streaming sólo en toda la región y es el principal comprador en este momento, buscando películas realizadas en el territorio. iTunes también recientemente fue lanzado en Brasil / Latinoamérica. También existen las consolas de video juegos como xBox y Playstation.

Agregadores digitales generalmente tendrán los derechos y una cuota de entre 20-30% de la parte superior y el cineasta está obligado a pagar, a menudo hasta alrededor de US \$1.000 por la película para codificar a las especificaciones de iTunes.

Hulu está intentando adquirir más derechos en el lenguaje del Español para los Estados Unidos, un movimiento estratégico importante para los otros proveedores de Estados Unidos que intentan expandirse en sus propios territorios que son cada vez más latinos.

Excepto a los más grandes productores y distribuidores, para que los cineastas puedan obtener los servicios en línea, deben pasar a través de agregadores digitales específicos como [Under the Milky Way](http://www.underthemilkyway.com/)¹⁵, o agentes de distribución independientes como [The Film Collaborative](http://www.thefilmcollaborative.org/)¹⁶ o [Rights Stuff](http://www.rights-stuff.com/)¹⁷, especialista en nuevos medios de comunicación internacionales. Wendy Bernfield de The Right Stuff explica claramente qué significa distribución en línea: hoy en Europa en el libro descargable gratis publicado por The Film Collaborative y está disponible aquí: <http://www.sellingyourfilm.com/>¹⁸. Mucho de lo que ella dice es importante saberlo cuando entran al mercado de América Latina.

¹⁵ <http://www.underthemilkyway.com/about>

¹⁶ <http://www.thefilmcollaborative.org/>

¹⁷ <http://www.rights-stuff.com/>

¹⁸ <http://www.sellingyourfilm.com/>

Existen otros servicios de agregación de VoD. [Este sitio](#) ¹⁹ web muestra algunos de los agregadores que iTunes.

Canana On Demand de México.

Video-en-Demanda independiente en América Latina "está todavía en una etapa de crecimiento en pañales, pero está creciendo," dice el socio de Canana, Pablo Cruz, quien agrega que la liberación de VoD de Canana de la serie de Televisión **Soy tu fan** ha solicitado más compra que una versión de estudio normal.

Canana On Demand se lleva en la red de cable dominante de la ciudad de México, Cablevisión. Servicios en línea, directo-a-PC podrían enfrentar una batalla más dura. En México, por ejemplo, los clientes no quieren dar los detalles de tarjeta de crédito por internet, dice Cruz.

Comunidad Zoom de Argentina

Argentina tiene el sitio web de Comunidad Zoom. Dos compañías de teléfono grande de la Argentina, Telefónica de Argentina y Telecom Argentina, también han desplegado servicios de VoD.

Filmando en España y Colombia

En el de 2011, España Filmin, una compañía de películas de internet / TV VoD, firmó un contrato con la distribuidora Cineplex de Colombia para desarrollar un

¹⁹ <https://itunespartner.apple.com/en/movies/partnersearch>

servicio para América Latina de habla hispana. Según lo describió el CEO de Filmin Juan Carlos Tous, Jaume Ripoll en España es el Director de contenidos de VoD plataforma Filmin.

Cineplex aporta contenido y tecnología al servicio de Colombia Filmin. Grandes lanzamientos del 2012 de Cineplex, —**Tree of Life, Drive, A Dangerous Method y Elena** — estaban entre las primeras imágenes disponibles en el servicio en línea. El presidente de Cineplex Elba McAllister lanzó el servicio en Colombia en la primera mitad de 2012 con 1.000 títulos, 300 de Colombia y otros países de América Latina, el resto internacional, sobre todo procedente de Europa.

La Alianza de Filmin-Cineplex destaca las oportunidades para VoD en la región. "VoD", dice McAllister, "ofrece enormes oportunidades para la distribución de películas independientes y América Latina".

Trabajando con socios locales del territorio, Filmin pretende expandirse a lo largo de América Latina de habla hispana. Para Latinoamérica en general, los desafíos de Filmin son poco diferentes a los de Netflix: la piratería es alta, la penetración de banda ancha es baja, 36% para Argentina, 24% para Brasil y 35% para México en 2011, según Screen Digest.

Wuaki.tv de España, una subsidiaria de Rakuten en Japon

Wuaki.TV es un proveedor Español de medios de comunicación (SVoD) de streaming por internet bajo demanda. Es una filial de Rakuten, la tercera mayor empresa de comercio electrónico del mundo. Wuaki.tv es líder del mercado en España, donde cuenta con más de 600.000 usuarios registrados. A partir de Julio del 2013, Wuaki.tv está disponible en España, Andorra y el Reino Unido. Wuaki.TV está disponible en Xbox 360. También se pueden ver sus programas vía PC, iPad, Android y SmartTV. Se espera que se expanda a Latinoamérica también.

Lionsgate en Estados Unidos

Lionsgate tiene un acuerdo de distribución con IDC en América Latina. En el 2012 después de la adquisición de Summit Entertainment, Lionsgate fue capaz de ampliar su acuerdo con IDC, una empresa conjunta entre Summit Entertainment y el fundador de NuVision, Pedro Rodríguez. La Asociación ahora incluye la distribución de los títulos de Lionsgate en América Latina. Bajo el acuerdo, **Lionsgate International Television** se encargará de la venta de los derechos de TV, SVoD, VoD y EST a Lionsgate, Summit y productos de terceros en toda Latinoamérica. Netflix también es un gran comprador de Lionsgate y Pantelion.

Moviestar Play

Moviestar Play ya se ha hecho disponible para aproximadamente 1.5 millones de suscriptores en América Latina. El servicio fue lanzado en 2011 junto con

Cablevisión de Argentina, pero DirecTV, VTR de Chile, CableOnda de Panamá, Megacable Mexico Movistar TV Perú, entre otros, más tarde se unieron a la iniciativa. Por otra parte, Fox lanzó una plataforma similar - FoxHits-, con contenidos de sus canales y grupo Moviecity (canales de Cinecanal y The Film Zone). Sin embargo, los socios de pago no han sido anunciados todavía. Otra opción es dada por ESPN Play, que incluye el material de deportes en directo del canal.

Viewster²⁰ es una plataforma en línea como Netflix, Hulu or Youtube. Ellos están primariamente basados en AdVoD (ad supported VoD) aunque algunas veces están en TV-en-Demanda y DTO. Viewster busca descubrir lo mejor en entretenimiento original, antes que se haga popular. Es el único servicio de video en línea con su propio festival de cine que junta a creadores con una audiencia global. Los cineastas pueden lidiar directamente con Viewster sin necesidad de ocupar a alguien de por medio. Ellos trabajan con cineastas en las bases de compartir ganancia. Algunas veces ellos ofrecen un avance pequeño o un pago total.

El líder mundial de servicio gratuito del contenido de video profesionalmente producido Viewster encuentra las demostraciones y las películas en todo el mundo consiguiendo el mejor zumbido de sitios de fans, blogs y redes sociales y los pone delante de un público joven. De anime japonés a drama británico, desde novelas Coreanas a documentales sorprendentes, Viewster es quien tiene

²⁰ www.viewster.com

mejor contenido original de los proveedores de contenido establecidos como Fox, HBO, Starz, BBC, KBS, Univision - y hay muchos más esperando a ser descubiertos - distribuidos a y por millones de fans. Viewster puede encontrarse en www.viewster.com, en [iTunes](#) o [Google Play](#). Para obtener más información acerca de la compañía, visite Corp.viewster.com.

Rights Stuff²¹ trabajó recientemente con Viewster, descrito anteriormente, pero también con IDFA.tv para poner alrededor de 100 películas en línea, algunas en forma de audio y algunos en forma TVoD — y en el futuro más. Algunos otros festivales (como el Festival Internacional de cine de Rotterdam) también han comenzado a seguir el camino del festival de Estados Unidos (como el de Tribeca y Sundance) de ofrecer TVoD limitada alrededor o durante el festival. Esto puede abrir muchas puertas a los cineastas, pero también requiere cuidado de malabares y equilibrio cuando se están averiguando las pautas de distribución convencional vs medios de comunicación en línea y nuevos... el acto de equilibrio siempre es clave.²²

Cuevana y Pelispedia

Cuevana abrió las puertas para la aparición de nuevas plataformas de streaming de videos. Pelispedia.com es un OTT, que ofrece una excepcional biblioteca con películas que recién estrenan en Hollywood. Pelispedia sigue la misma fórmula:

²¹ <http://www.rights-stuff.com/>

²² <http://www.sundance.org/artistservices/distribution/article/brave-new-world-digital-distribution-beyond-the-old-world/>

Películas gratis y series en calidad DVD, sin licencia de distribución de contenidos. La mayoría de ellos eran producciones de Hollywood. A diferencia del popular sitio, Pelispedia confió en su sección de descargas, que permitió a los usuarios descargar vídeos, incluso de otras páginas web como YouTube. Para facilitar el acceso a su biblioteca, de la página, a Wupload, donde se encuentra el contenido. Sin embargo, Paramount cerró estas operaciones con demandas porque estaban haciendo streaming y descargas ilegalmente.

Mubi

Para películas independientes, el proveedor mundial en línea de VoD [Mubi](http://www.Mubi.com) opera en toda América Latina; (www.Mubi.com) y está técnicamente disponible en todas partes, operando en más de 200 países alrededor del mundo incluyendo Latinoamérica y ofrece más de siete idiomas en su sitio Web. A veces es sindicado como un canal de SVoD a plataformas de telecomunicaciones. La empresa ingresó a la región cuando inauguró una operación personalizada en México, y tiene planes para otros países en América Latina. La plataforma incluye culto, clásicos, películas de renombre internacionales e independientes. Su estrategia de contenidos es lanzar un título al día y mantenerla durante un mes. La suscripción mensual para los usuarios internacionales cuesta 4.99 dólares. También hay una opción para pagar una cuota semestral (27.99 USD) o anual (USD 34.99). Mientras tanto, en México los valores se observaron en la moneda local y cuesta 3.77 USD por mes, 19.94

USD para la opción semestral y 30.72 USD para el anual. A los nuevos usuarios se les ofrece una semana gratis de servicio como una suscripción de prueba. Aunque este es un servicio muy especial, no es muy remunerativo para cineastas. Es un servicio OTT de independiente, un modelo de negocio muy diferentes de los servicios premium de TV de pago como HBO GO o TVE (TV Everywhere), ofertas en línea sólo para suscriptores.

Agregadores en Latinoamérica

[Casete](#)²³ es el primer agregado digital independiente en Latinoamérica, y un distribuidor mundial de música y películas en plataformas tales como iTunes, Google Play, Spotify, Rdio y otros. Su Cofundador, Paco Arriagada Cuadriello es un productor de cine, teatro y anuncios con una carrera en comunicaciones. El tiene una gran experiencia en animación y efectos visuales, ha producido más de cinco cortometrajes y esta actualmente produciendo un documental y contenido digital para diferentes plataformas. Arriagada produjo 3 películas de stop motion: **Una Película de Huevos (A Film about Eggs)** (2006); **Otra Película de Huevos y un Pollo (Another Film about Eggs and a Chicken)** (2009) and **El Santos vs. La Tetona Mendoza** (2012), basada en personajes de Jis y Trino.

[Under The Milky Way](#)²⁴ es una compañía que provee servicios de distribución de

²³ <http://wp.casete.com.mx/>

²⁴ www.underthemilkyway.com

Video-On-Demand a nivel global. Pierre-Alexandre Labelle, uno de los tres fundadores de la compañía la describe:

Under The Milky Way es el resultado de un equipo internacional trabajando directamente con los titulares de derechos y con gran pasión para traer lo mejor, el impar, el duro de encontrar, algo diferente, el inquietante, el viejo y también el futuro del cine como en la manera under the milky way lo sabe. Para obtener más información, visite www.underthemilkyway.com

Con oficinas en más de nueve países incluyendo los Estados Unidos, ofrecemos servicios a titulares de derechos de contenidos audiovisuales para conseguir que sus películas sean distribuidas en las plataformas de VoD más prominentes en el mundo (iTunes, Google, Amazon, Netflix y otros). Ofrecemos una interfaz legal, comercial, editorial y financiera entre los titulares de derechos y plataformas. Under the milky way es operacional en toda Latinoamérica desde sus oficinas en Nueva York y Madrid desde el lanzamiento de los servicios VoD en iTunes en la región y actualmente provee servicios de agregación a más de 30 empresas de la región. Más de 300 películas están actualmente en distribución en la región.

Under The Milky Way apoya una amplia selección de películas y series de todo el mundo, incluyendo América Latina, que emplea al ex ejecutivo de adquisiciones de HBO Latino Philip Tewes.

Algunas películas bajo licencia para Under the Milky Way para distribución streaming mundial:

- [Lecciones para un beso](#)
- [De Caravana](#)
- [Gimme the Power](#)
- [Who Cares?](#)
- [Fuerza Aerea Sociedad Anonima](#)

Películas que UMW permite hacer streaming en Latinoamérica:

- [No](#)
- [Gloria](#)
- [La Vie d'Adèle](#)
- [20 Feet From Stardom](#)
- [The Hunt](#)

Festivales en línea

Algunos festivales han recientemente comenzado a ofrecer títulos selectos de forma TVoD. Entre todos los festivales de cine en Latinoamérica, sin duda, uno

ofrece un componente en línea similar.

Festival de la película Online viewster (#VOFF) es un evento vanguardia en todo el mundo donde los amantes del cine y televisión, así como los productores se reúnen en línea para descubrir y compartir cortometrajes creativos, características, web series y documentales. Para su segunda edición 2013, los participantes presentaron películas centradas en el tema: "relación Estado: es complicado" para ganar una cuota de US \$100,000 en premios así como los comentarios de un panel de jueces expertos incluyendo la reconocida productora independiente [Ted Hope](#), actriz [Nora Tschirner](#) y [Timo Vuorensola](#), director galardonado con el Premio Internacional de cine, **Hierro cielo**.

-

La #VOFF segunda edición recibió casi 1.000 presentaciones de cineastas que representan a 70 países, con 500 películas en última instancia aceptadas para competir por premios. Ali Zare Ghanatnowi de Irán obtuvo el primer premio de US \$70.000 por su cortometraje animado, [Muñeca frágil de su padre](#). Un segundo premio de \$20,000 dólares fue otorgado a Taegue Lim de Corea del sur para su película [mal](#), y Sylvia Borges de Alemania tomó tercer lugar y \$7.500 para su comedia [Tu lugar](#). Adam Janisch de Polonia recibió un cuarto premio de US \$2.500 por su conmovedora película original, [siguiente](#).

"Cuando empezamos esta competencia en el festival, queríamos crear un lugar para los cineastas para mostrar su trabajo y para que los fanáticos de las

películas pudieran descubrir contenidos creativos internacional," dijo Kai Henniges CEO de Viewster. "La segunda edición del festival superó nuestras expectativas y creemos que es una gran recompensa que los ganadores representen estas diferentes perspectivas globales y culturales."

#VOFF es la plataforma ideal para productores de la película, independiente o no, para mostrar su trabajo. Atrayendo a aproximadamente 500.000 visitantes en línea. La segunda edición de VOFF era también la fiesta más social hasta la fecha con decenas de millones de interacciones en el contenido del festival a través de los medios de comunicación social.

Una lista completa de ganadores y finalistas está disponible en <http://Festival.viewster.com> con un video-resumen del festival y la sesión de deliberación del jurado. La entrevista con los ganadores puede encontrarse aquí: <http://blog.viewster.com/an-iranian-animated-short-film-just-won-voff-and-70000>

Mercadeo En Línea

[Latin America Film Ltd.](http://www.latamfilm.com)²⁵ es una empresa que se especializa exclusivamente en la promoción y comercialización del cine latinoamericano. Su sede está en Londres y cuenta con oficinas en España y la oferta de Estados Unidos después de servicios: La crítica cinematográfica de Latinoamérica™, Fondo de Cine de Latinoamérica™, Base de datos de la película de Latinoamérica™, Festival de

²⁵ <http://www.latamfilm.com>

²⁵ www.fondeadora.mx

cine de Latinoamérica TM, Promoción de Cine de Latinoamérica y [Cine Latino en CannesTM](#).

CROWDFUNDING

Financiación de IndieGoGo y Kickstarter son las dos principales fuentes de financiación colectiva. Sin embargo las opciones están creciendo. Aquí está un sólo ejemplo:

[Fondeadora^{\[1\]}](#), la primera plataforma de crowdfunding en México, proporciona actividades teóricas y prácticas para ilustrar el proceso de "crowdfunding", co-creación, moviéndose de la idea al prototipo y validación. Es miembro del Comité fundador del diseño abierto mexicano, el primer festival internacional en la ciudad de México dedicado a la celebración del diseño. Es miembro activo del Design Week México, del Laboratorio de Sostenibilidad en la UNAM y consultor de diseño para diversas empresas como miembro activo de varias iniciativas que apoyan y fomentan el talento joven de México, René Serrano, el fundador de Fondeadora, es graduado en Diseño Industrial de la Universidad Centro.

COLECCION DE ADMINISTRACION DE CUENTAS

1. Asignación y distribución de los ingresos

La colección de administración de cuentas es una herramienta para garantizar que los beneficiarios de las películas reciban parte de los ingresos generados

por la explotación de sus películas. Los beneficiarios incluyen el agente de ventas, el talento, los productores, y también a los inversionistas en la película.

La manera en la que funciona es abriendo una cuenta de colección con un administrador de la cuenta, sin embargo los fondos en la cuenta de colección no le pertenecen al administrador de la cuenta y no son parte de su patrimonio. De esta manera ninguno de las partes con un interés financiero en la película controlan la recepción, distribución y distribución de los ingresos, ya que se lleva a cabo por terceros, y a la misma vez los beneficiarios están protegidos de los peligros financieros usuales en la industria audiovisual (por ejemplo, bancarrota por lo que los ingresos recibidos directamente a una persona yéndose a bancarrota serian parte de su patrimonio).

Los estados de cuenta mensuales, trimestrales o anuales emitidas por el administrador de la cuenta suelen incluir descripciones generales periódicas y acumulativas de la asignación de ingresos como por el programa de recuperación y un informe de los ingresos brutos, que muestran todas las ventas realizadas por territorio y distribuidor, y las garantías mínimas a pagar en relación con los mismos, contra los ingresos recibos en la cuenta de cobro.

Las ventajas de tener una cuenta de colección en lugar son muchas:

- La transparencia en la asignación y distribución de los ingresos

- Protección de los ingresos como activos pertenecientes a los beneficiarios
- Prevención de conflictos potenciales en cuanto a la asignación y el control de los ingresos
- A través de la presentación de informes periódicos claros y la creación de una administración completa de la película la cual puede utilizar para la contabilidad
- Eliminación de los riesgos financieros

2. Acuerdo de Colección de Administración de Cuenta (CAMA)

El acuerdo de colección de administración de cuenta proporciona la base legal para la apertura y gestión de la cuenta de colección por el administrador de la cuenta, la obligación de que el agente de ventas que tienen las distribuidoras pagan a la cuenta de colección, y por el administrador de la cuenta para llevar a cabo la asignación y la distribución de los ingresos en nombre de los beneficiarios, de acuerdo con el calendario de recuperación que se incluye en el acuerdo de colección de administración de cuenta.

El acuerdo de colección de administración de cuenta es típicamente un acuerdo multipartidario que se celebra entre todas las partes con un interés financiero importante en la película, incluyendo la compañía de producción, el agente de ventas y los financieros.

El acuerdo de colección de administración de cuenta es idealmente ejecutado antes de la fecha de la fotografía principal, pero en cualquier caso antes de que el agente de ventas comienza la facturación a los distribuidores.

3. Financiamiento de Cine Latinoamericano y Administración de Cuenta de Colección

A diferencia de los Estados Unidos, donde los financieros institucionales por lo general requieren que haya una cuenta de colección establecida (en algunos casos la cuenta de colección y el acuerdo de colección de administración de cuenta son condiciones previas para que el financiero se comprometa con el proyecto), el uso de las cuentas de colección no es una costumbre extendida en Latinoamérica.

Sin embargo, las industrias cinematográficas están cambiando rápidamente. El dinero de capital privado en Latinoamérica encuentra su lugar en la producción de películas locales e internacionales, y películas Latinoamericanas (particularmente películas Mexicanas) han obtenido buenos resultados taquilleros en Estados Unidos. Como resultado, más y más producciones de películas latinoamericanas están trabajando con un administrador de cuentas de colección.

El acoplamiento de un administrador de cuenta de colección es a veces impulsado por la compañía productora, o sus socios internacionales (co-producciones), el fondo nacional de cine, el agente de ventas, o uno de los miembros de las uniones americanas enlazadas al proyecto.

4. Fintage Casa - <http://fintagehouse.com/>

Fintage House es globalmente el mayor proveedor de servicios de administradores de cuentas de colección. Con sede en los Países Bajos y Hungría, la compañía tiene más de 25 años con una presencia global. A través de los años Fintage House ha distribuido los ingresos de miles de producciones de cine y televisión.

Entre las ventajas de trabajar con Fintage House como administrador de cuentas de colección se encuentran las siguientes:

- Fintage puede abrir cuentas bancarias en múltiples bancos en los Estados Unidos, el Reino Unido, los Países Bajos, España, Hong Kong, China continental, y varios otros países;

1.

- Fintage Live Reporting, la herramienta de informes en línea de Fintage, permite a las partes acceso 24/7 en internet/línea a sus declaraciones e información en directo sobre los pagos recibidos bajo los acuerdos de distribución;

2.

- Fintage actúa como redactor central del acuerdo de colección de administración de cuenta, lo que reduce los gastos legales de las partes involucradas;
- Fintage trabaja con un acuerdo de colección de administración de cuenta estándar pre-negociado con los gremios de los Estados Unidos: SAG, DGA y WGA. Los principales beneficios para los productores y los financieros de este acuerdo son: la externalización del pago de los residuos y que, a cambio de un menor o ningún vínculo residual o garantía (el cual normalmente saldría del presupuesto de la película), los gremios se convierten en parte del acuerdo de colección de administración de cuenta. Como se ha acordado que el administrador de cuentas de colección destine un porcentaje (el porcentaje depende de los gremios que están involucrados) de todos los ingresos recaudados como una reserva residual, siempre debe haber dinero suficiente en la cuenta de cobro para pagar los residuos;

3.

- Las partes pueden pedir a Fintage conceder un derecho de garantía en la cuenta de cobro, que a veces es requerida por los financieros.

5. Fintage Casa en América Latina

La mayor parte de las películas de Latinoamérica con una cuenta de colección gestionada por Fintage provienen de Argentina, México, Colombia, Brasil y Panamá.

Estos son los ejemplos de cine de películas de América Latina con las cuentas de cobro. (Hipervínculo a IMDBPro, un servicio de suscripción)

- [Elite Squad 2](#) - Zazen –Brasil
- [The Dammed](#) (También conocida como **Gallow Hills**) - RCN Films & Ennovva – Colombia
- [Abel](#) - Canana – México
- [Revolución](#) – Canana – México
- [Juego De Niños \(Come Out And Play\)](#) – Canana - México
- [Foosball](#) - Plural Jemsa – Argentina
- [El Secreto De Sus Ojos](#) -Tornasol Films – Argentina
- [Todos Tenemos Un Plan](#) - Tornasol Films - Argentina
- [Historias Del Canal](#) - Manglar Films & Gypatia Films - Panamá
- [No](#) – Fábula – Chile
- [Blindness](#) - O2 Filmes - Brasil
- [Xingu](#) - O2 Filmes – Brasil
- [Waste Land](#) - O2 Filmes – Brasil
- [Father's Chair](#) - O2 Filmes – Brasil

Además de la presencia en los principales mercados de cine como Cannes, Berlín, AFM y TIFF, Fintage también ha estado representado en Ventana Sur, Bogotá Audiovisual Market y la Conferencia de Cine de Finanzas Winston Baker en Río de Janeiro.

David Zannoni es un consultor y representante de Fintage Casa en Latinoamérica. Ha estado involucrado en la creación de administradores de cuentas de colección para producciones en América Latina, a menudo para producciones con socios de Estados Unidos o socios europeos involucrados. David está muy bien conectado en la industria cinematográfica, y en particular se centra en las transacciones comerciales entre los Estados Unidos, Latinoamérica y España.

Contacto de David Zannoni

d_zannoni [AT] hotmail.com

Fintage Casa

Estados Unidos: +1 801 893 1920

México: +52 1 984 113 42 45

SEGURO PARA PELICULAS

¿Por qué Seguros para película?

Una buena compañía de seguros película es una hecha de líderes expertos en la industria que entienden los problemas que enfrentan las empresas de producción cinematográfica.

Aliado con la necesidad de asegurar los bonos que garantizan que un proyecto llegará a tiempo y dentro del presupuesto, el seguro cubre la responsabilidad, auto, paquete de producción general y la compensación del trabajador. Sólo después de que el seguro está asegurado las producciones pueden asegurar una fianza.

Una vez que un director de cine entra en el negocio del cine internacional, el seguro es una parte integral del proceso de producción, tan necesario como el presupuesto para promoción y publicidad y para la representación de productores en el mercado. Hay muchos tipos de seguro, de corto plazo, DADOS anuales, exteriores, dobles, pirotécnica, adultos y de otros tipos. Una muestra de las compañías de seguros se enlista abajo. La investigación es mejor cuando usted habla con los productores que han utilizado los servicios y diferentes tipos de seguros.

- [Allianz® - Fireman's Fund - AllianzUSA.com](http://Allianz.com) - www.allianzusa.com/Insurance
- [The Truman Van Dyke Company \(TVD Co.\)](http://TheTrumanVanDykeCompany.com) - www.tvdco.com
- [The Travelers Companies](http://TheTravelersCompanies.com) - www.travelers.com

- [Film Emporium](http://www.filmemporium.com/film-movies-web--tv) - www.filmemporium.com/film-movies-web--tv
- [Frankel & Associates](http://www.filmins.com/about-film-insurance.htm) - www.filmins.com/about-film-insurance.htm
- [American Entertainment Insurance](http://www.americanentertainment.com/#!) -
<http://www.americanentertainment.com/#!>
- [Travelers Insurance Group and Allen Financial Insurance Group](http://www.eqgroup.com/film_production.htm) -
http://www.eqgroup.com/film_production.htm
- [DeWitt Stern](http://www.dewittstern.com/content.asp?pageID=132) - www.dewittstern.com/content.asp?pageID=132
- [Supple-Merrill and Driscoll, Inc.](http://www.productioninsurance.com/) - www.productioninsurance.com/
- [Movie Insure](http://www.movieinsure.com/) – www.movieinsure.com/
- [Production Hub](http://www.productionhub.com/directory/profiles/insurance-entertainment-production-insurance-agencies/) (a compendium of services) -
<http://www.productionhub.com/directory/profiles/insurance-entertainment-production-insurance-agencies/>

NUEVA FORMACION DE MERCADO

El nuevo mercado del Caribe incluye las muchas islas del Caribe, así como los países de América Central y del Sur con costas al lado del mar Caribe.

La población total de todas las islas del Caribe es de 49 millones. A continuación se muestra el orden de las naciones de las islas más poblada desde la más populosa:

1. Cuba – 11 millones
2. Haití
3. República Dominicana
4. Puerto Rico

5. Jamaica
6. Trinidad & Tobago
7. Guadalupe
8. Martinica
9. Bahamas
10. Barbados
11. St. Lucia
12. Curaçao
13. Islas Virgenes
14. Aruba
15. Granada
16. San Vicente y las Granadinas
17. Antigua & Barbuda
18. Dominica
19. Islas Caimanés
20. San Cristóbal y Nieves
21. Sint Maarten
22. Saint Martin
23. Islas Turcos y Caicos
24. Islas Vírgenes Británicas
25. Islas del Caribe de los Países Bajos
26. Anguilla
27. San Bartolomé

28. Monserrat – 5,000

Los idiomas que se hablan en las diversas islas son inglés, francés, holandés y español. Los derechos de las películas los tienen generalmente por el antiguo país que los colonizó; no hay un distribuidor “Caribeño” único regional establecido.

Sin embargo, hace tiempo que se ha deseado que se establezca algún tipo de mercado para el Caribe. En el 2014, la nación/ isla rica en petróleo de Trinidad y Tobago, una antigua colonia británica, hizo los primeros pasos hacia el establecimiento del Mercado de Cine del Caribe, un mercado para los realizadores para establecer contactos, aprender y crear coproducciones con socios internacionales. En el 2015, para su aniversario de 10 años, el Mercado de Cine del Caribe fue inaugurado. Esto, junto con su nuevo mercado virtual (Base de datos de cine regional) también se ha unido el mercado más activo para películas latinoamericanas, Ventana Sur, que se celebró a finales de noviembre en Buenos Aires. El proyecto fue posible gracias a la contribución financiera de la Unión Europea (Fondo Europeo de Desarrollo) y la asistencia del Grupo de Estados ACP.

Se espera que el Mercado de Cine del Caribe y el mercado virtual fortalezcan la producción y distribución de películas del Caribe a través de dos acciones principales: por un lado, la implementación de un mercado de cine a través del

marco de la TTFF anual y, por otro, el desarrollo de una base de datos en línea de películas y productores regionales.

La base de datos en línea, en primer lugar, tiene largometrajes independientes realizados en y sobre el Caribe, y actuará como un recurso para los directores de cine, productores, académicos y profesionales de la industria. La base de datos será accesible en inglés, francés y español.

El Mercado de Caribe del Caribe reunirá a 10 cineastas regionales con proyectos en desarrollo. A estos cineastas se les dará la oportunidad de reunirse con los financieros internacionales de cine, distribuidores, difusores, agencias de ventas, productores, programadores de festivales de cine, consultores de relaciones públicas, periodistas de cine y críticos-todo ello con el objetivo de crear relaciones profesionales y asociaciones que permitan la producción y distribución de los 10 proyectos participantes. Al final del mercado de cine, un proyecto también será otorgado un premio en efectivo. La convocatoria es a principios del 2015.

El mercado de cine del Caribe y el mercado virtual están siendo implementados en asociación con la Fundación Global Democracia y Desarrollo de la República Dominicana, la Asociación para el Desarrollo de Cine de Arte y Práctica en Guadalupe, la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano, Festival Regional e

Internacional du Cinéma de Guadalupe, y el Mediatech de Mujeres Directivas, con sede en Cuba.

El fundador y director del festival de la TTFF, el Dr. Bruce Paddington, dijeron:

"Qué desarrollo tan emocionante es esto para la industria del cine regional.

Estamos dichosos, no sólo para ser los destinatarios de esta beca significativa, sino también, una vez más, para ayudar a dirigir el camino para hacer cine caribeño un vehículo viable, que ayuda a nuestros cineastas a contar nuestras historias y llevarlas al mundo."

Daniela Tramacere, encargada de Negocios de la Delegación de la Unión Europea para Trinidad y Tobago señaló: "La Unión Europea mantiene su compromiso con la integración regional en el Caribe y la diversificación económica aquí en Trinidad y Tobago. Esta subvención sigue la lógica de un programa más amplio de apoyo de la Unión Europea para impulsar las industrias de servicios y vemos un gran potencial, especialmente en el sector creativo.

Estamos encantados de colaborar una vez más con la TTFF, organización a la cual hemos apoyado a lo largo de los años ".

FINANCIACIÓN PÚBLICA DE EQUIDAD

El aumento de la conciencia de cómo crear una distribución equitativa de los fondos públicos está siendo promulgada por las mujeres y los pueblos

indígenas, así como grupos de la diáspora africana y a menudo por los propios gobiernos. Si la financiación pública se destina a la educación y para el cine, entonces legalmente debe asignarse equitativamente entre toda la población. Eso significa que aproximadamente el 50% de los fondos deberían ser para la educación de mujeres en el campo del cine, así como el 50% de las mujeres realizadoras, productoras y ejecutivas. La investigación y la evidencia estadística deberían estar obligadas a justificar esto como parte de la infraestructura para que las generaciones futuras algún día no sean conscientes de que este tipo de financiación equitativas eran un problema.