



Imagen (transformada) de Dan Prates (Flickr) [CC-BY-2.0]
(<http://creativecommons.org/licenses/by/2.0>), via Wikimedia Commons

Realización de cortometrajes

Autora:
Aida Vallejo Vallejo
UPV/EHU



PRESENTACIÓN:

Estos materiales pertenecen a una de las unidades temáticas del curso “Realización de cortometrajes” publicado por la UPV/EHU (Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea), dentro de la iniciativa OCW (Open Course Ware).

Puedes ver el curso completo en la siguiente web: ocw.ehu.es, en el número 7 (año 2014), dentro de la sección “Arte y Humanidades”.

Cómo citar:
Vallejo, Aida (2014) “Realización de cortometrajes”, en *OCW UPV/EHU*, nº7.

Nota sobre derechos de autor:

El presente trabajo está publicado bajo la licencia Creative Commons, que permite copiar, distribuir y comunicar públicamente esta obra de forma libre siempre que se cumplan las siguientes condiciones: reconocer su autoría, no utilizar la obra para fines comerciales y, en caso de crear materiales reutilizando elementos de este trabajo, compartirlos bajo esta misma licencia.

La mayoría de imágenes utilizadas en esta presentación están registradas bajo licencia Creative Commons. Para acceder a la web de origen donde están publicadas, haz clic sobre la flecha situada junto a la imagen.

El resto de imágenes están atribuidas a sus respectivos autores/as, siguiendo la legislación vigente de derechos de autor.

Bloque 4.

CORTOMETRAJE

4.1. Diseño y presentación del proyecto

4.2. Las fases de la realización

4.3. Exhibición y distribución

Diseño y presentación del proyecto

- En este capítulo nos centraremos en la preparación del proyecto audiovisual para su presentación en foros de financiación y convocatorias de ayudas a la producción.
- Trataremos cuestiones como el desarrollo del guión, el diseño del presupuesto y el plan de financiación, las distintas fuentes de financiación disponibles, así como la defensa y presentación del proyecto para optar a ellas.

Ejercicios prácticos:

- Tendrás que aplicar la teoría de este tema en las siguientes prácticas:
 - 6. Donde tendrás que escribir la sinopsis, escaleta, tratamiento y guión
 - 7: Donde tendrás que elaborar un presupuesto y un plan de financiación
 - 8: Donde tendrás que preparar una web, un plan de crowdfunding (financiación colectiva), una presentación oral para defender tu película en un foro de financiación (pitching) y un proyecto para pedir ayudas a la producción

EL PROYECTO

- 1) El desarrollo de la idea:
sinopsis, escaleta, tratamiento y guión
- 2) Los costes:
Presupuesto y plan de financiación
- 3) Las formas de financiación:
becas, ayudas, crowdfunding, productoras,
preventas, ...
- 4) La presentación del proyecto:
Pitching, teaser, dossier, ...

1) DESARROLLO DE LA IDEA

El primer paso para preparar un proyecto de cortometraje, especialmente si queremos enviárselo a instituciones que puedan ayudarnos a financiarlo (ayudas públicas, productoras, plataformas de crowdfunding) consiste en desarrollar la idea para poder comunicar con claridad **qué es lo que queremos hacer y cómo vamos a hacerlo.**

Desarrollando el guión

- Para desarrollar el guión completo tenemos varios recursos que nos permiten imaginar con mayor o menor complejidad la historia que queremos contar (y cómo queremos contarla), y que se usan como herramientas de trabajo para comunicarse entre los distintos profesionales que trabajan en el desarrollo de una película: director/a, guionista, productor/a, etc.
- Entre ellos encontramos:
 - Sinopsis
 - Escaleta
 - Tratamiento
 - Guión literario
 - Storyboard

Sinopsis argumental

- La sinopsis consiste en explicar de forma muy breve (de cinco líneas a una cara de un folio) el argumento principal de nuestro cortometraje (incluido el final)
- La sinopsis promocional es diferente a la que sirve para desarrollar el guión, ya que no cuenta el final y se utiliza para despertar el interés del espectador/a
- En la web bloguionistas encontramos algunos consejos para escribir una buena sinopsis:

<http://bloguionistas.wordpress.com/2012/12/20/como-escribir-una-buena-sinopsis-y-para-que/>

Escaleta

La escaleta consiste en escribir de forma esquemática en una tabla las secuencias de la película y lo que ocurre en cada una de ellas (sin incluir descripciones ni diálogos)

Tratamiento

- El tratamiento sería una versión previa del guión, pero sin diálogos.
- Ofrece una lista de secuencias numeradas, cada una con un título e información sobre si la escena ocurre en interior/exterior y de día/noche.
- A continuación se explica lo que ocurre en la secuencia, describiendo la acción, pero sin incluir los diálogos
- Los nombres de los personajes se escriben en mayúsculas
- La calidad literaria no es importante, lo importante es comunicar bien lo que ocurre en la historia

Guión literario

- El guión literario es el guión desarrollado con los diálogos que tendrán que interpretar los actores/actrices
- Incluye descripciones y explicaciones de las acciones de los personajes
- La calidad literaria es importante

Storyboard

- El storyboard es una versión visual del guión (como un cómic), que permite hacerse una idea de cómo serán los planos de la película
- Incluye información técnica sobre movimientos de cámara

2) COSTES

Una vez que tenemos clara la idea de qué queremos contar y cómo queremos contarlo, debemos identificar cuáles son los recursos (tanto materiales como humanos) que necesitamos para transformar esa idea en un cortometraje, y así poder calcular cuánto puede costar

Haciendo cálculos...

Para llevar a cabo tu proyecto, tienes que tener claro:

- Cuánto dinero necesitas (gastos)
- Cómo conseguirlo (ingresos)

Para calcularlo, existen dos herramientas fundamentales:

- El presupuesto (costes de la película)
- El plan de financiación (fuentes para pagarlos)

Presupuesto ideal / presupuesto real

En el cine, y especialmente en el mundo del cortometraje, gran parte del equipo humano trabaja de forma gratuita. Esto no quiere decir que no tengamos que tener en cuenta los gastos reales que supondría pagar a todo el mundo lo que se debería, por es necesario incluir todos los gastos en el presupuesto, aunque después no se hagan realidad

Para pedir ayudas y trabajar con empresas profesionales es necesario tener esta cuestión muy clara, y que todos los gastos estén bien identificados y desglosados

De todas formas, quizá te pueda interesar diseñar un presupuesto real, donde queden como gastos 0 aquellos recursos que no vayan a ser remunerados o que sean recursos propios (cámaras y equipos propios o prestados como favor, etc.)

Recursos humanos

Para hacerte una idea de los posibles costes de personal en el sector profesional de la industria audiovisual, puedes consultar el “Convenio Colectivo de la Industria de Producción Audiovisual” publicada en el BOE (Boletín Oficial del Estado), y accesible a través del siguiente link:

<http://cice.es/noticia/convenio-colectivo-industria-audiovisual-2014/>

PRESUPUESTO

- Un presupuesto profesional debe tener en cuenta todos los gastos que se van a producir para el desarrollo de la película, desde el pago de los derechos del guión, hasta los gastos de transporte para la asistencia a festivales.
- De todas formas cada proyecto tiene unas características propias, por lo que debes adaptar el presupuesto a tu propio trabajo (por ejemplo puedes no necesitar pagar por imágenes de archivo porque no vas a utilizarlas)
- Lo importante es que no tengamos ningún gasto imprevisto una vez que haya comenzado el rodaje de la película (algo por otro lado poco probable)

Presupuesto (plantilla)

	% DEL PRESUPUESTO	IMPORTE (EUROS)
GUIÓN E INVESTIGACIÓN (documentación)		
PERSONAL ARTÍSTICO		
EQUIPO TÉCNICO		
EQUIPOS (ALQUILER DE CÁMARAS, MICRÓFONOS, TRÍPODES, ETC.)		
ALQUILER DE ESTUDIO DE EDICIÓN / POSPRODUCCIÓN		
TRANSPORTE		
VIAJES, DIETAS Y COMIDAS		
MATERIAL DE GRABACIÓN Y LABORATORIO (si usas cintas/celuloide y/o tienes que positivar el material)		
DERECHOS DE AUTOR (música e imágenes de archivo)		
GASTOS DE FINANCIACIÓN (asistencia a foros de financiación, pitchings, preparación de la web, teaser, dossiers, material gráfico, etc.)		
GASTOS DE MARKETING Y DISTRIBUCIÓN (asistencia a festivales, dossiers de prensa, material promocional, etc.)		
TOTAL		

PLAN DE FINANCIACIÓN

- El plan de financiación sirve para identificar los recursos que tenemos para cubrir los gastos del presupuesto
- Debemos tener claro
 - Cuánto dinero hemos conseguido
 - Cuánto nos falta para completar el presupuesto

Plan de financiación (plantilla)

1) PRODUCTORAS			
DATOS DE APORTACIÓN DE PRODUCTORAS DEL PAÍS	% DE PARTICIPACIÓN	IMPORTE (€uros)	ESTADO
- empresa productora nº 1			CONFIRMADO
- empresa productora nº 2			CONFIRMADO
- empresa productora nº 3			Pendiente de confirmación (fecha prevista)
Total productoras del país:			
DATOS DE APORTACIÓN DE PRODUCTORAS EXTRANJERAS (EN CASO DE COPRODUCCIONES)			
- empresa productora extranjera nº 1			
- empresa productora extranjera nº 2			
TOTAL PRODUCTORAS			
2) INVERSIÓN			
Recursos propios			
Derechos de Antena			
Distribución: cine			
Distribución: vídeo			
Distribución: otras			
Ventas internacionales			
Otros recursos reintegrables o no			
2) SUBVENCIONES PÚBLICAS			
- organismo público nº 1			ADJUDICADA
- organismo público nº 2			Pendiente de resolución (fecha prevista)
TOTAL			

Certificados

- Si una empresa productora, televisión o institución está interesada en financiar nuestra película, es importante conseguir certificados y cartas de interés firmadas donde declaren que van a contribuir a la producción
- Esto nos sirve para tener credibilidad ante otras fuentes de financiación, que se aseguran que hay otras entidades que van a guiar el proyecto de forma profesional y han invertido en él y, por lo tanto, están interesadas en que el proyecto salga adelante

3) FORMAS DE FINANCIACIÓN

En el presupuesto hemos delimitado el coste y los gastos de nuestra película; y en el plan de financiación las fuentes que tenemos para conseguir los ingresos. A continuación haremos un repaso a algunas de las instituciones y fuentes de financiación disponibles

Producción ¿cómo conseguir financiación?

- Auto-financiación
- Becas y ayudas (gobiernos, instituciones, centros culturales, fundaciones, ONGs)
- Concursos
- Empresa de producción
- Televisiones (preventas, coproducción)
- Pitching
- Crowdfunding
- Producción colectiva

AUTOFINANCIACIÓN

- La forma lógicamente más sencilla de financiar un proyecto consiste en la autofinanciación
- Implica una inversión que quizá no se recupere (especialmente en el caso del cortometraje), por lo que el riesgo lo asume el director/a en vez de la empresa productora
- A cambio suele implicar una libertad total (tanto a nivel artístico y de contenidos, como de plazos de finalización)

BECAS Y AYUDAS

- Distintas instituciones tanto públicas como privadas ofrecen becas para el desarrollo de proyectos audiovisuales:
 - Gobiernos estatales, comunidades autónomas, diputaciones, ayuntamientos...
 - Centros artísticos, culturales, museos, etc.
 - Fundaciones, ONGs, etc.

CONCURSOS

- Los concursos son otra forma de conseguir financiación
- ¡Cuidado! Depende de la institución que lo convoque, pueden suponer formas de conseguir ideas de forma gratuita sin pagar al personal creativo

PRODUCTORA

- Otra opción es conseguir una empresa productora que se encargue de la parte financiera de nuestro proyecto
- Las productoras normalmente no invierten su propio dinero, sino que buscan y gestionan la financiación proveniente de otras fuentes como ayudas, preventas, etc.
- Hay que tener en cuenta que al trabajar con una productora se pierde mucho control sobre el proyecto y se suelen ceder los derechos de propiedad de la obra

TELEVISIONES

- Las televisiones suelen financiar proyectos en concepto de:
 - Preventas (te pagan por adelantado los derechos de emisión antes de que la película esté terminada)
 - Coproducción (pasan a formar parte de la producción de la película, y normalmente la financian poniendo sus propios recursos técnicos y humanos)

PITCHING

(foros de financiación)

- Son foros de financiación, normalmente organizados por asociaciones (de guionistas, cineastas, etc) o festivales de cine
- Son puntos de encuentro entre cineastas con un proyecto de película y profesionales interesados en financiarlas (productoras, televisiones, instituciones, etc.)
- Se participa cuando el proyecto de la película está bastante desarrollado, pero se necesitan recursos técnicos y humanos para llevarla a cabo
- Normalmente es necesario pagar para participar (por lo que hay que incluir estos gastos en el presupuesto de financiación de la película)
- No siempre se tiene éxito en estos foros para conseguir financiación, pero son muy útiles para establecer contactos con profesionales del sector

CROWDFUNDING **(Financiación colectiva)**

- El crowdfunding es un modelo de financiación a través de pequeñas aportaciones de personas no necesariamente relacionadas con el cine
- En ocasiones también se hace en presentaciones orales en público en el marco de festivales de cine, pero sobre todo funciona a través de internet
- Es un modelo en plena expansión, especialmente tras la disminución de inversión de instituciones y productoras a raíz de la crisis económica iniciada en 2008

Merchandising

El merchandising consiste en vender productos con la imagen de la película, por lo que sirve al mismo tiempo como sistema de promoción (para dar publicidad a nuestra obra) y sistema de financiación (generando ingresos por la venta de productos).

A la derecha vemos un ejemplo de objetos de venta en la web:

<https://160metros.com/shop/>
para la promoción del proyecto documental transmedia *160 metros. Una historia del rock en Bizkaia* (Joseba Gorordo y Álvaro Fierro, 2014)

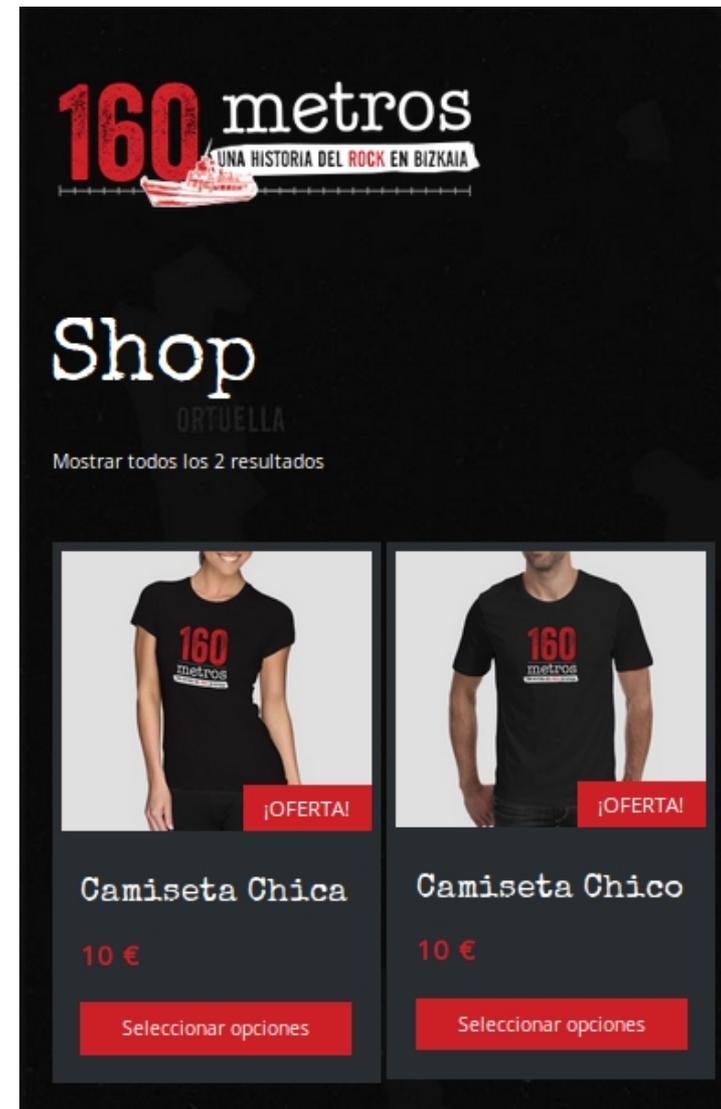


Imagen de la web ubicada con el permiso de los autores del proyecto

4) DEFENSA Y PRESENTACIÓN

Si queremos optar por becas, ayudas o colaborar con otras entidades que pueden cofinanciar nuestro proyecto es necesario tener muy claro lo que vamos a hacer y saber comunicarlo. Para ello tenemos recursos de presentación oral y escrita, como las presentaciones públicas en foros de financiación o la escritura de memorias y dossiers del proyecto.

EL PITCHING

- En los últimos años han proliferado los foros de financiación, especialmente en festivales internacionales
- El pitching consiste en una presentación pública del proyecto
- Suele haber un moderador/a que presenta a los participantes y un panel de profesionales (normalmente representantes de empresas productoras, televisiones y/o otras instituciones interesadas en invertir en las películas)
- Después de la presentación, los miembros del panel hacen preguntas concretas sobre el proyecto para aclarar cuestiones técnicas, artísticas y/o de producción, dando consejos sobre sus posibilidades, puntos fuertes y débiles, etc.
- Después, en caso de que algún representante de estas instituciones esté interesado/a en colaborar con el proyecto, se hacen reuniones privadas individuales, donde se negocian los términos y posibilidades de cooperación
- Dado que la mayoría de estos foros son internacionales, las presentaciones suelen realizarse en inglés
- Normalmente hay que pagar una tarifa para participar en estos eventos, por lo que hay que valorar si realmente merece la pena trabajar con estándares profesionales y comerciales (normalmente internacionales), o si nuestro proyecto es demasiado pequeño para entrar en estos circuitos

El pitching: Explicar el proyecto

- El pitching suele durar de 5 a 10 minutos
- Suele consistir en un discurso oral -donde participan director/a y productor/a- guiado con una presentación de diapositivas (estilo powerpoint) + imágenes de ejemplo (teaser)
- Se ha de presentar también un dossier escrito (de 2 a 10 páginas), que
- Es necesario dejar muy claro, qué es lo que buscas o necesitas para tu proyecto (quizá un distribuidor, una empresa productora, un contrato de preventa con televisiones, etc...)

Teaser (Clip de vídeo)

- Suele durar alrededor de un minuto y preferiblemente debe ir subtulado en inglés
- El teaser o clip de vídeo, ayuda al panel de profesionales a hacerse una idea de cómo será tu proyecto visualmente
- Les sirve para saber si eres capaz de traducir tu idea en imágenes
- El teaser no es un trailer como los que se usan para promocionar películas terminadas. Tiene que servir para demostrar que puedes conseguir visualmente lo que estás defendiendo con palabras (por ejemplo que la calidad de la fotografía es fundamental en tu cortometraje, que tu personaje es especial y tiene mucho carisma, etc...)

Presentación oral

- En la presentación oral tiene que demostrar capacidad de concisión
- Hay que mostrar entusiasmo por el proyecto y determinación (tienes que transmitir que pase lo que pase en el pitching tú vas a seguir adelante)
- Es necesario comunicar con claridad lo que se quiere, y no perderse en detalles de la película
- Hay que tomarse los comentarios del panel de profesionales siempre de forma positiva y saber captar los consejos que plantean

Dossier para el pitching

El dossier que acompaña el pitching oral debe contener la siguiente información sobre el proyecto:

- 1) Idea/tratamiento/personajes
- 2) Curriculum vitae del realizador/a y del productor/a
- 3) Plan de producción (calendario), presupuesto y plan de financiación

Institute of Documentary Film

Treatment





The drama of the film unfolds between an experienced lobbyist at that reverts the opinion of his employer and a local politician who decided to search for the truth on his own. Kivaña is a pragmatist who knows that "democracy is fragile" and that "it is under attack by fanatics who want to destroy "our Atlantic allies." He is convinced that the enemy moves to be weakened before it attacks. Standing behind the second baritone is the "rural teacher" Neoral, who mistrusts the phrases of the political scientists and the PR reports and tirelessly searches for alternative sources of information.

"I am prepared to explain my campaign to anyone, from the president down to the resident of the smallest village."
 Tomáš Kivaña
 PR manager of the For the radar campaign

"Mr. Kivaña is selling cancer and death. The Czech government has hired someone who helps kill people."
 Jan Neoral
 Mayor of Trokavce

Supporting cast

George W. Bush
 Condoleezza Rice
 Václav Havel
 Vladimir Putin
 Slavoj Žižek
 Michael Moore

Method

CZECH PEACE is the second joint film by Vít Klusák and Filip Remunda. As the film's creators we recede into the background and record the events in our country in an observational documentary manner. The raw action is dramatised on his own account: it provides testimony on the split of the period, the standing of a small country at a time when new relationships are being created between the superpowers.

We want to "read" the historical events as if from a 100-year-old newspaper which, from today's perspective, with the layers of period truths peered back, makes us chuckle. We aren't interested in remounting the tired clichés of how democracy must be defended with blood or that the radar will cook us like a microwave oven; we want to marvel at similar simplifications and try to look at the world through the eyes of a child trying to comprehend the position of the mayor of Trokavce and Czech ministers with an open mind, with perception, sensitive and inquisitive originality.

The film isn't narrated by "talking heads"; we don't film interviews, but situations. The truth is revealed to us in the concrete aspects of the life and death situation. Jaroslav Hašek masterfully accomplished something similar in his classic novel, The Good Soldier Švejk.

The subject of the novel has inspired human creativity, including more than 10 protest songs and those in favor, ranging in style from country to hip hop. We intend to incorporate three of the best songs into the film. The pinnacle of absurdity is the song that was sung by the Czech Minister of Defense Vlasta Parkanová in a protest to President George W. Bush. The minister personally addressed the president a copy of CD during his visit to Prague in May 2007.

Institute of Documentary Film

Production info

Production company profile

HYPERMARKET FILM Ltd. is an independent European production company established in 2003 and based in Prague. Our feature documentary **CZECH DREAM** is being distributed in cinemas and on television worldwide. Our company develops documentaries and fictional feature length films for international audiences and produces TV documentary series for Czech Television.

Directors' filmography

Vít Klusák and Filip Remunda

The feature-length documentary film comedy **CZECH DREAM** (94 min., 2004), the most successful documentary film in Czech distribution after 1989. The film has been shown in theaters in the USA, UK, France, Germany, Poland, Hungary, Slovenia, Estonia and Slovakia. It has also been sold to television stations in 24 countries around the world and has won prizes at many film festivals, including:

- ▶ 48th annual San Francisco International Film Festival, USA 2005:
- ▶ **Golden Gate Award for best feature-length documentary film**
- ▶ Aarhus Film Festival, Denmark 2004:
- ▶ **First Prize for Best Documentary Film**
- ▶ Traverse City Film Festival (film festival director, M. Moore), USA 2005:
- ▶ **Best Documentary Award**
- ▶ Joaze International Film Festival, South Korea 2005:
- ▶ **JJ-Star Award**
- ▶ 45th Annual Drazve Film Festival, Poland 2005:
- ▶ **People's Choice Award**
- ▶ Zolotoy Vityaz Coljebinsk, Russia 2005:
- ▶ **Best Director Award**
- ▶ H&B Film Festival Brussels, Belgium 2005:
- ▶ **Be TV Award for Best Film**
- ▶ Lubuskie Film Summer, Legow, Poland 2005:
- ▶ **Silver Grape Award**
- ▶ Int. Film Festival Postanje k Slavski, St. Petersburg, Russia 2005:
- ▶ **Special Jury Prize**
- ▶ International Film Festival Ljubljana, Slovenia 2004:
- ▶ **FIPRESCI Award (Critics' Prize)**
- ▶ FAM-FEST, Czech Republic 2004:
- ▶ **Maxim – Best Film of the Festival and Audience Award**

▶ www.czech-dream.com

CZECH PEACE	
Recording	XD-CAM HD
Distribution	35 mm, DOLBY DIGITAL
Cinema version	95 min.
TV version	DIGITAL RFIA > 12 + 57 min.
Budget	362 700 EUR
Premiere	Apr 11 2009






Hypermarket Film, s.r.o.
 Chudní 6, 170 00 Praha 7
 Czech Republic

T: +420 903 160 312
 E: film@hypermarket.com






Hypermarket Film, s.r.o.
 Chudní 6, 170 00 Praha 7
 Czech Republic

T: +420 903 160 312
 E: film@hypermarket.com

CROWDFUNDING

- Utiliza plataformas online, webs promocionales y redes sociales, saltándose el trabajo con intermediarios entre cineastas y audiencia
- Por eso también necesitas publicar una serie de materiales (preferentemente multimedia) dado que internet será el principal espacio de difusión del proyecto
- Conviene adaptar la información que se aporta para pitchings y ayudas (idea del proyecto, perfil de lxs autores, imágenes y clips de vídeo) para formato web. No se incluye información más detallada como el tratamiento del guión o el propio guión desarrollado. Se suele incluir información sobre cuánto dinero se lleva recaudado, y qué porcentaje del presupuesto cubre. Además se ofrece algo a cambio de la participación económica (ya sea objetos de merchandising, entradas para el estreno, etc.)

AYUDAS, BECAS y FUNDACIONES

- Para optar a ayudas de instituciones públicas (gobiernos, centros culturales), fundaciones, ONGs, etc. se suele exigir el envío de proyectos escritos, acompañados de material audiovisual
- El dossier escrito suele tener una extensión muy superior a los presentados en los foros de financiación (unas 50 páginas, dependiendo de los requisitos de cada institución)
- El dossier debe incluir información con la memoria del proyecto, sinopsis y tratamiento, presupuesto y plan de financiación, biofilmografía del director/a y productor/a, equipo artístico, etc.
- Para optar a ayudas a la producción, normalmente se exige que sea una empresa productora y no una persona individual quien pida las ayudas. En estos casos se pide incluir en el dossier el historial de películas realizados por la empresa productora. En el caso de becas o ayudas al desarrollo, guión, etc. pueden participar personas que no tengan una empresa registrada