



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

Exhibición y distribución

- En este capítulo nos centraremos en los espacios de exhibición donde podemos mostrar nuestro cortometraje, así como en las estrategias para elaborar un plan de distribución.
- Trataremos cuestiones como las distintas plataformas de distribución, el circuito de festivales de cine, la estrategia promocional de tu cortometraje o los derechos de autor.

Ejercicios prácticos:

- Tendrás que aplicar la teoría de este tema en la práctica 10 (Exhibición y distribución), donde tendrás que rellenar un formulario de envío a festivales, escribir un dossier de prensa, realizar un trailer, crear una web, material gráfico (como un cartel) y crear distintos perfiles en las redes sociales.

Exhibición y distribución

- Espacios de exhibición
- Festivales
- Estrategias de promoción
- Cuestiones legales

EXHIBICIÓN

- Estreno (première)
- Espacios de exhibición

1. Estreno (première)

- Una vez acabada la película, lo primero que hay que tener en cuenta es el calendario de exhibición que vamos a diseñar
- Es importante decidir cuándo y como realizamos el estreno o première (es decir la primera vez que se proyecta la película en público), porque algunos espacios de exhibición (especialmente los festivales) no permiten participar a aquellas películas que ya han sido estrenadas
- ¡Importante!: internet se considera una plataforma de difusión pública, por lo que si queremos participar en ciertos festivales o optar a determinados premios, no podemos colgar la película en plataformas como *vimeo* o *youtube* hasta que la película no haya sido proyectada en esos eventos. Lo mismo ocurre si queremos hacer una distribución comercial. El trailer promocional sí que puede colgarse en internet.

2. Espacios de exhibición

- Televisiones
- Cines
- Festivales
- Internet
- Circuitos especializados: Exposiciones artísticas, Ciclos de cine, Centros culturales, Asociaciones

Televisiones

Las televisiones tienen formatos muy cerrados, por lo que a veces aceptan nuestros trabajos, solo si los reeditamos, adaptándolos a la duración y estilo de sus programas



Imagen de By Wikiwoohoo at en.wikipedia [GFDL (<http://www.gnu.org/copyleft/fdl.html>) or CC-BY-SA-3.0 (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>)], from Wikimedia Commons

Cines

- Los cines comerciales negocian directamente con las distribuidoras (que ejercen un monopolio de todo el circuito), por lo que se necesitan empresas intermediarias para acceder a las salas
- Además las grandes distribuidoras venden las películas por paquetes, y hay muy poco espacio para la exhibición de películas realizadas fuera de este circuito
- También existen distribuidoras más pequeñas y/o alternativas que exhiben en otros espacios de proyección
- Además en los últimos años han aparecido algunas pequeñas salas independientes, que ofrecen un espacio alternativo para películas no comerciales
- Además es necesario saber que para recibir las ayudas económicas de ciertas instituciones públicas el estreno en salas comerciales es un requisito



Imagen de Fernando de Sousa de Melbourne, Australia (Flickr) [CC-BY-SA-2.0 (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0>)], undefined

Festivales

Los festivales son espacios privilegiados para las producciones independientes, especialmente para formatos menores como el cortometraje



Imagen de José Cruz/ABr [CC-BY-3.0 (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>)], via Wikimedia Commons.
Abertura do 46º Festival de Brasília do Cinema Brasileiro com a apresentação da Orquestra Sinfônica do Teatro Nacional, sob a regência do maestro Cláudio Cohen e o violinista Benjamin Schmid.

Internet

- En los últimos años han aparecido diversas plataformas de exhibición online
- Unas son abiertas y de acceso gratuito (algunas se financian con publicidad) y otras de pago (pay per view)
- Entre las más conocidas destacan Youtube (más generalista) o Vimeo (más vinculada a piezas de carácter artístico)



*Imagen de Por Vimeo [Public domain], undefined,
via Wikimedia Commons*

FESTIVALES

- Estrategia de festivales
- Trámites de envío
- Premios
- Prensa y profesionales

Estrategia de festivales

- Para elaborar una estrategia de festivales, necesitamos ser realistas sobre la calidad de nuestro trabajo y las posibilidades de circulación en festivales (si estamos empezando, siempre es mejor comenzar participando en eventos locales o de poca repercusión, donde es más fácil ser seleccionados y conseguir visibilidad).
- Hay festivales especializados según el género (documental, animación, cine experimental), la temática (montaña, derechos humanos, cine gay y lésbico, etc.), la nacionalidad (local, regional, estatal), etc.
- Es importante conocer las políticas de exigencia de première (o estreno) de cada festival
- Además, casi todos los festivales exigen que la película haya sido producida en el año anterior, por lo que no tenemos mucho margen para la participación en festivales

Trámites de envío

- Una vez elaborada una lista con los festivales a donde enviar nuestro trabajo, debemos cumplir los trámites de envío para poder participar (la mayoría están disponibles en las páginas web del festival)
- Los requisitos fundamentales suelen ser:
 - El envío de una copia de la película terminada (que puede estar en formato de baja calidad, ya que si es seleccionada nos pedirán una copia de alta calidad para la proyección). Hoy en día se puede incluso enviar un link a una plataforma online como vimeo, donde podemos colgar la película con una contraseña, para que no pueda verla el gran público.
 - Rellenar los formularios con información técnica de la película, empresa de producción, equipo artístico, etc.

Premios

Otro motivo para asistir a los festivales son los premios que, aunque no supongan una cantidad muy alta (especialmente teniendo en cuenta los presupuestos) sí ofrecen prestigio y abren las puertas para futuros proyectos (tanto de cara a recibir ayudas como de colaborar con empresas profesionales)

Prensa y profesionales

- A los festivales asiste una enorme cantidad de profesionales, como prensa y empresas distribuidoras, por lo que interesa tener todo el material promocional disponible:
 - Dossieres de prensa
 - Copias de la película con información de producción

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

- Pitchings y crowdfunding
- Dossier de prensa
- Trailer
- Web y blog
- Redes sociales
- Material gráfico
- Presentación DVD
- Merchandising
- Contactos (Networking)
- Fiestas, conciertos, presentaciones, performances...

Pitchings y Crowdfunding

Como veíamos en el tema anterior, los foros de financiación y las plataformas de crowdfunding son a la vez recursos de financiación y plataformas de promoción para que, una vez terminada nuestra película ya sea conocida por el entorno profesional o el gran público

Dossier de prensa

- Sirve para proporcionar a los medios de comunicación toda la información posible sobre nuestra película
- Conviene incluir materiales visuales (fotografía, cartel, incluso trailer para publicaciones online) de alta calidad
- También se puede incluir información adicional sobre el proceso de rodaje, e incluso entrevistas al director/a

Trailer

- El trailer es un clip de vídeo de corta duración y carácter promocional que permita hacerse una idea sobre la película
- Se puede colgar en la web oficial, así como en plataformas online como Youtube o Vimeo para dar visibilidad a nuestra obra

Web y blog

- La web es fundamental para dar a conocer nuestro trabajo
- Dado que no implica costes de impresión, podemos añadir más imágenes en color y material audiovisual que en los dossiers
- El blog permite además publicar noticias continuamente (sobre próximas proyecciones, presentaciones del proyecto, premios recibidos, etc.) para que no pierda actualidad
- También es interesante ofrecer un contacto (merece la pena hacerse un email con el nombre del proyecto fácilmente reconocible) y ofrecer espacios de discusión y links a redes sociales como twitter o facebook

Redes sociales

- Las redes sociales (como Twitter o Facebook) facilitan la promoción de la película sin costes y sin intermediarios
- Merece la pena crear una cuenta específica para el proyecto en distintas redes sociales, en vez de usar nuestro perfil personal

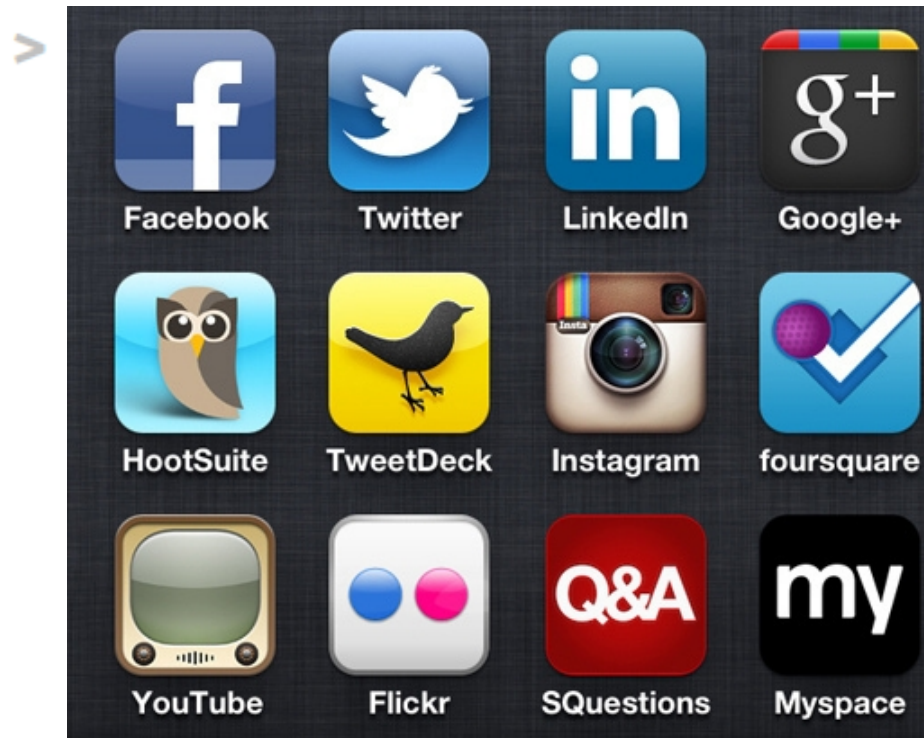


Imagen de Gavin Llewellyn publicada en Wikimedia Commons, CC 2.0

Material gráfico

- Conviene tener material impreso (contando con los gastos de impresión en el presupuesto)
- Los más importantes serían
 - El cartel para anunciar la película (se puede distribuir en festivales y otros espacios de exhibición)
 - Tarjetas de promoción del proyecto
 - Pegatinas, etc...

Presentación DVD

- También nos interesa editar copias en DVD para distribuir las a profesionales o venderlas a particulares
- La carátula del DVD debe contener la siguiente información:
 - Información técnica:
 - Duración
 - Formato (pal, secam, hd)
 - Formato (3:4, 16:9)
 - DVD region
 - Información sobre tu película:
 - Sinopsis (3-5 líneas explicando la línea argumental o tema principal de la película)
 - Créditos (autorxs)
 - Imágenes de la película
 - Datos de producción (productora, distribuidora)
 - Contacto (email, teléfono, etc.)

Merchandising

- También pueden crearse productos que promocionen la película, como camisetas, chapas, música, bolsas, etc.
- Además de servir para promocionar, pueden ser una fuente de ingresos

Contactos (Networking)

- Es importante sacar el máximo partido a los festivales y eventos para establecer contactos con profesionales (tanto representantes de empresas, festivales, como cineastas que compartan contigo sus experiencias y conocimientos)
- Siempre es mejor el trato personal que enviar un email y no recibir respuesta en meses
- Las redes profesionales pueden servirte para desarrollar proyectos en el futuro
- Conviene tener tarjetas de visita (o específicas con información de tu película o con tu información personal, donde incluyas información de contacto: email de contacto, número skype, teléfono, etc.

Fiestas, conciertos, presentaciones, performances...

- Otros métodos de presentación de la película en espacios públicos, en colaboración con artistas pueden servir para dar visibilidad a tu proyecto
- Encontramos dos ejemplos de estas prácticas en *Nömadak Tx* (Raúl de la Fuente, 2006), *Invisible* (Victor Iriarte o *160 metros. Una historia del rock en Bizkaia* (Joseba Gorordo y Álvaro Fierro, 2014), todos ellos proyectos documentales relacionados con la música que incluyeron conciertos en vivo que acompañaban las proyecciones.

CUESTIONES LEGALES

- Derechos de autor
- Plagio / Cita
- Registro de la propiedad intelectual

Derechos de autor

- Los derechos de autor son una de las cuestiones más complejas porque implican conocer una serie de legislaciones bastante difíciles y que cambian continuamente
- Existen varias instituciones de gestión de los derechos de autor como la SGAE (musica) o la EGEDA (audiovisuales)
- Cuando publicas una obra, eres libre de elegir si registrarla, y bajo qué condiciones (copyright o copyleft).

Plagio / cita

- Si utilizas la obra de otra persona sin citar que es suya se considera plagio, y es ilegal. Si utilizas partes de la obra de otra persona y cumples los requisitos mencionados a continuación, se considera cita, y es perfectamente legal.
- Si utilizas parte de la obra hecha por otro autor/a (musica, imágenes de archivo, fotos, sonidos...):
 - 1. Reconoce que es su trabajo (escribe en los créditos de dónde procede el material, con título y autorxs)
 - 2. Tiene que ser utilizado ese material o como ejemplo o de manera que tenga que ver con tu trabajo, no como material de adorno.
 - 3. Solo puedes utilizar un trozo o porcentaje de esa obra
 - 4. Si es posible, pide permiso al autor/a

Registro de la propiedad intelectual

- Para pedir ciertas ayudas a la producción o ceder los derechos a una productora, en muchos casos es necesario tener tu trabajo (por ejemplo el guión) inscrito en el registro de la propiedad intelectual
- En el País Vasco las competencias están transferidas por lo que lo gestiona directamente el gobierno autonómico