

# Guía práctica para distribuir un cortometraje de animación en festivales

<b>Autora</b>	Lorenzo Hernández, María (mlorenzo@dib.upv.es)
<b>Departamento</b>	Dibujo
<b>Centro</b>	Facultad de Bellas Artes Universitat Politècnica de València

## 1 Resumen de las ideas clave

Una de las preguntas que me hacen con más frecuencia los animadores noveles y estudiantes recién graduados es, ¿qué hago ahora con el corto que acabo de realizar? Pues es muy evidente: si el corto tiene potencial e interés, lo que no podemos permitir es que no vaya más allá de los límites de la asignatura para la que lo animásteis.

Si tenéis un corto con cierto empaque, que dure más de un minuto y, muy importante, si habéis usado en el mismo una música libre de derechos o que os hayan compuesto expresamente para el corto, no deberíais de tener ningún problema a la hora de mover vuestro trabajo por festivales, y así captar, por lo menos, la atención de posibles contratadores laborales.

En este artículo trataremos aquellos aspectos relacionados con el “día después” de cuando acabáis vuestro corto de animación: ¿qué hacer con él para extraer su máximo rendimiento?

## 2 Objetivos

En este artículo vamos a revisar estas tres claves que, si las domináis, os llevarán al éxito a la hora de distribuir públicamente un cortometraje de animación:

- Comprender qué tipo de materiales promocionales necesito para visibilizar mi corto.
- Dominar el escenario de los festivales más idóneos para enviar mi corto de animación.
- Detectar qué plataformas son las más aptas para mandar los cortos a festivales.

## 3 Introducción

El ámbito de difusión de los cortometrajes son, principalmente, los festivales. Desde 1986, la entrada en vigor de una normativa europea eliminó la obligatoriedad de proyectar cortometrajes españoles en salas de cine, de forma que su principal visibilidad es la que le confieren los festivales y, en menor medida (aunque más lucrativamente), la televisión. Y a menudo, la puerta de entrada a las ventas televisivas es precisamente la obtención de premios o la aparición en catálogos de determinados festivales.

Según mi experiencia personal, después de estar dos décadas mandando mis cortos a festivales, aclararé previamente algunas cuestiones. La

distribución de cortometrajes es un ámbito en perpetuo cambio. Este artículo docente puede tener una validez de entre 5 y 10 años. Cuando empecé a distribuir mis cortos, en 1999, era imprescindible hacer copias en DVD, pasar tiempo en rellenar los formularios a mano, y gastar dinero en envíos postales.

Este escenario se mantuvo aproximadamente hasta 2010. A partir de entonces, la mayoría de festivales ya estaban incorporando sistemas online para la presentación de cortos, alternativos a los presenciales —ya que la generalización del formato de exportación .mpg, así como las plataformas de subida de contenidos audiovisuales como Youtube, facilitaron enormemente la transmisión online de los ficheros de previsualización de películas.

Desde 2015 aproximadamente se ha extendido un nuevo sistema de distribución alternativo al de las propias webs de los festivales, más rápido y directo, que son las plataformas de distribución tipo Festhome o Movibeta, donde basta con introducir los datos del corto una sola vez para poder presentarlo a infinitos festivales. Esta circunstancia ha hecho que el número de aplicaciones a cada festival haya aumentado exponencialmente, a pesar de que no ha crecido el número de cortos seleccionados o premiados. También, en consecuencia, está aumentando el número de festivales de pago por participación, aunque a menudo éste es simbólico.

En consecuencia, hoy en día es bastante difícil conseguir selecciones, por lo que es importante marcarse una buena estrategia de distribución respecto a los materiales promocionales que creamos, los festivales que escogemos para nuestro corto, y las plataformas que usamos para su difusión.

## 4 Desarrollo

En las siguientes páginas abordaremos una serie de “tips” o consejos generales para dominar los principios básicos de la distribución de cortometrajes, yendo poco a poco a la especificidad de animación, que, como veremos, constituye por sí misma un nicho especial.

### 4.1 Materiales promocionales

Cuando acabas tu corto, realmente no lo has “acabado”. Tendrás que dedicar un par de mañanas, como mínimo, a preparar una serie de materiales que te van a pedir con frecuencia cuando presentes tu corto a festivales, así que más te vale tenerlos de antemano. Esta sería tu “checklist”:

- Sinopsis, en castellano e inglés.
- Breve biofilmografía del director/a, en castellano e inglés.
- Entre 5 y 10 fotogramas de tu película, en calidad HD (1080x1920).
- Una foto del director/a.
- Lista de personal artístico y técnico que colaboró en el corto.
- Cartel de la película.
- Presskit.
- Tráiler.

De este listado solo voy a elegir unas pocas ideas para profundizar más en ellas.

Para empezar, la **sinopsis** es un texto breve, de unas cuatro o cinco líneas, donde creas intriga hacia tu película pero sin contar el final, hablando del argumento o de su tema, muy por encima. Si además estás haciendo una película con mensaje, o con algún subtexto llamativo, deberás destacar el mismo si quieres “vender” tu película lo mejor posible. En pocas palabras, una sinopsis debe ser un argumento convincente para que la gente vea tu corto. Aquí puedes leer un ejemplo, proveniente del cortometraje Invisible, de Paola Tejera (2017):

Eva lleva una vida normal hasta que un día la marca tecnológica Network saca un nuevo producto, las B-Blue, unas gafas de realidad aumentada que amenazan con acabar con la interacción humana física. Desde ese momento, Eva tendrá que lidiar con el acoso publicitario y el sentirse completamente ignorada por su entorno.

La **biofilmografía** del director es también un texto breve, de entre 5 y 10 líneas, donde hablas de tu vida destacando tu relación con el medio, que es el cortometraje y/o la animación. En la bio se espera que destagues tu formación, qué otros cortos has hecho, y qué reconocimiento han tenido con premios o selecciones relevantes. Si no tienes nada de esto porque se trata de tu primer corto, tranquilo, seguro que se te ocurre algo ingenioso.

El **cartel** debe ser sencillo, normalmente de tamaño o proporciones equivalentes a las de un A4 (29,7x21 cm – normalmente te lo pedirán digital, siempre), con un elemento visual o dos que resuman las intenciones del corto, y procura no llenarlo de demasiado texto, para que sea la imagen lo

que impacte. Es importante dominar las reglas de composición. Aunque no se trate precisamente de un tutorial para realizar carteles, puede ser conveniente que veas este vídeo de Ter donde habla de los principios compositivos de los “thumbnails” que diseña El Rubius, ya que destaca principios compositivos clásicos que resultan claros y llamativos visualmente: <https://www.youtube.com/watch?v=2SLWktEO-UI>



*Imagen 1. Cartel de Invisible, de Paola Tejera.*

Finalmente voy a hablar del **presskit**. Esto no lo piden en todos los festivales, pero en un momento dado puede ser interesante prepararlo. Se trata de maquetar junto todo lo anterior: la sinopsis en castellano e inglés, la biografía del realizador, le metes fotos de la película, un pequeño texto que hable de las intenciones del corto o qué valores tiene, y también puedes añadir el listado de créditos e incluso un listado de selecciones y premios, si ya has obtenido alguna. Este tipo de material, el presskit, es más frecuente que lo pidan en festivales importantes. También, a menudo el presskit es simplemente el conjunto de los materiales previamente mencionados, y lo que hacen los animadores es tenerlo todo disponible en un drive o en la página web de la película, como hace Alberto Vázquez en la web de su multipremiada película *Decorado* (2016): <http://www.decoradoshortfilm.com/>

Además de estos documentos, una vez el corto comience a moverse, deberás recopilar una **lista de festivales que han seleccionado o premiado tu película**, e ir actualizándola, ya que es una información que suelen pedir cada vez que mandas tu película a concurso.

En este proceso también es necesario tener la película subida a la plataforma **Vimeo**, incluyendo la información básica del corto (sinopsis, ficha técnica breve, y página web personal del realizador si la hay), como hace Nicolás Petelski con su corto *A Table Game*: <https://vimeo.com/259835807>

Lo más aconsejable es que la tengas protegida con contraseña. Muchos festivales utilizan Vimeo para visionar e incluso descargar directamente tu película; la desventaja es que la función de descarga ya no es gratuita para los usuarios que no son de Vimeo Plus, por lo que tener activada esta función te costaría unos 60 euros al año. Mi consejo es que tengas el archivo de la película lo tengas disponible en un Drive o en algún tipo de enlace que puedas compartir.

Recuerda que para que un festival visione tu película no es necesario que este archivo sea un full HD, que pesa mucho y nunca puedes fiarte de la velocidad de datos que tengan en otros sitios, por ejemplo en algunos países extranjeros. Lo recomendable es que tengas **dos exportaciones** de tu película: una en formato H.264 con calidad Vimeo HD, que es el que se usa para **previsualizar**; y otro en 1080 25p, que sería tu formato de exhibición, y que da una calidad suficientemente buena para **proyectar** tu película en muchos cines.

A menudo también ocurre que los festivales, cuando seleccionan tu película, piden un formato específico de proyección, el DCP, o "Digital Cinema Package". Un DCP hay que aprender a hacerlo; las últimas versiones de Adobe Premiere te facilitan esto, y además en internet puedes encontrar ya muchas indicaciones sobre cómo obtener este tipo de archivo de exhibición profesional, como por ejemplo en la página web de Ismael Martín: <http://ismaelmartin.com/2016/09/21/como-hacer-copias-en-dcp-facilmente/>

## 4.2 Cómo saber a qué festivales mandar mi película

Un cortometraje suele tener unos **dos años de vida útil en festivales**. Durante ese tiempo, tu obligación es tratar de explotar tu trabajo lo mejor posible. Quizá lo más difícil cuando empiezas es saber dónde mandar tus películas, y para ello te puedes ayudar de algunas webs y buscadores.



Si buscas festivales de animación, tienes una web muy útil en castellano, que es el listado de 3D Wire de festivales de animación ordenados por su plazo de entrega: <https://3dwire.es/deadline-festivales/>

También puedes seguir el blog de Nancy Denney-Phelps, *Sprockets News*, <https://www.awn.com/blogs/sprockets>, porque no solo cuelga anuncios sino también noticias y crónicas de festivales; aunque seguramente el buscador más exhaustivo que podéis encontrar es la web Animation-festivals.com: <http://www.animation-festivals.com/submit-to-festival/>

Adicionalmente, también puedes consultar la web *No entry fee festivals*, que es un listado específico de festivales que no te cobran por participar, porque, sí, cada vez es más frecuente que los festivales estén abrumados por la cantidad de cortometrajes que reciben y el gasto que supone la gestión y visionado de los cortos, y por tanto se está generalizando la costumbre de imponer pequeños "fees" o tasas que van desde los 5 euros hasta donde quieran pedir, dependiendo de la categoría del festival: <https://noentryfeefestivals.com/>

Llegados a este punto vamos a hacer una reflexión. Siempre merece la pena mandar tu corto de animación a los festivales que hay específicos para ello. Pero es muy frecuente que en el ámbito anglosajón estos festivales sean de pago. Yo opino que con una economía de estudiante no deberíais hacer el sacrificio, porque pagar por concursar no asegura ningún resultado, y aún hay un número suficiente de festivales gratuitos que os pueden permitir que vuestra película se vea, que es lo importante.

La siguiente cuestión aquí es, **¿merece la pena mandar mi corto de animación a festivales generalistas de cine y cortometraje? Mi respuesta es sí, siempre y cuando tengan un premio específico de animación**, porque de lo contrario es posible que ni siquiera valoren la animación como un medio cinematográfico. Así es.

Enviar tus trabajos a festivales de animación garantiza, hasta cierto punto, que tu corto va a tener un mínimo de visibilidad, porque buscar festivales de tu género es explotar tu nicho. Pero te recomiendo que apuestes además por aquellos tipos de festivales que pueden perfilar aún mejor el nicho temático de tu corto: por ejemplo, si tu corto es de misterio o terror, hay muchos festivales que acogen ese género; o si es musical, o si es de tema artístico, también surgen oportunidades.

### 4.3 Qué plataformas puedo utilizar para mandar mi corto a festivales

En la actualidad, **todos los festivales te permiten presentar tu corto telemáticamente**. Lo que varía es el procedimiento. Muchos disponen en su web de un formulario online que puedes rellenar, pero a menudo los festivales delegan este procedimiento en otras plataformas especializadas, que son muy cómodas para los usuarios.

Estas plataformas son, por ejemplo, [Movibeta](#), [ClickForFestivals](#), [Festhome](#), [Shortfilmdepot](#), [Reelport](#), y la que es mi favorita por su usabilidad, [Filmfreeway](#) –aunque constantemente surgen nuevas plataformas y otras quedan obsoletas–. Cada una tiene sus características y especialidades, pero lo importante es que con introducir los datos de tu corto una sola vez en cada una de ellas, ya lo tienes preparado para ir mandando tu trabajo a festivales con tan solo un click. **Lee las bases atentamente**, y es recomendable que lleves un control sobre los festivales que tengas hechos. Muchos festivales permiten la inscripción a través de más de una plataforma, y es fácil confundirse y hacer el mismo festival más de una vez.

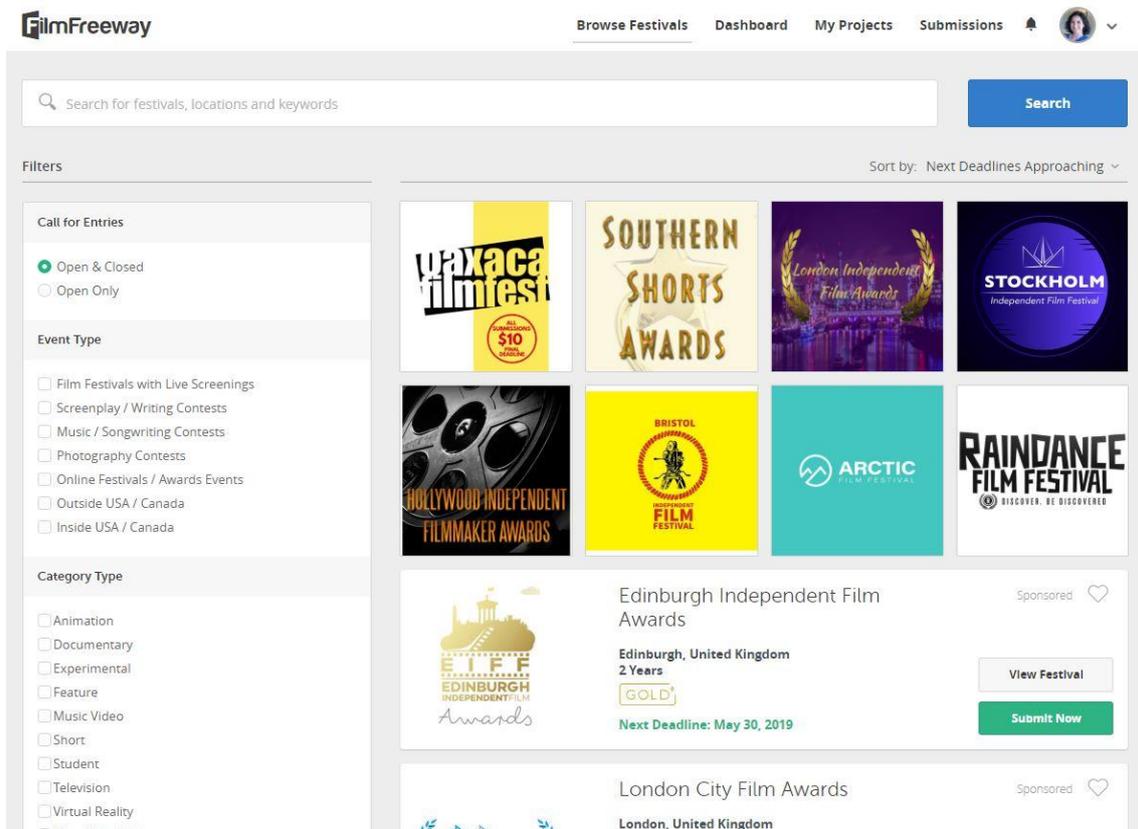


Imagen 2. Interfaz de inicio de FilmFreeway.

También hay que señalar que al usar estas plataformas, **cada “click” suele valer entre 1 y 4 euros**, aunque las plataformas ofrecen a los usuarios

paquetes masivos para que te salga más barato el trabajo de distribución. Si lo pensáis, sigue siendo mucho más barato que mandar tu película por correo postal todas las veces.

FilmFreeway no te cobra por los clicks, aunque sí es verdad que la mayoría de festivales que promueve son de pago. A mí personalmente me gusta la posibilidad que da de crearte un **perfil de autor**, toda la información y vínculos que pueden subirse de las películas, y la claridad y puntualidad con la que actualizan el historial de selecciones.

**Es necesario estar atento al correo y a las plataformas** para saber cómo va nuestro corto. Normalmente la copia de exhibición también puede subirse a la propia plataforma y los festivales la descargan de allí, pero hay que conceder permisos y también proporcionar información adicional, si la piden.

## 5 Cierre

Todas las cuestiones que atañen a la distribución en festivales y posterior comercialización en medios dan para mucho más que un simple artículo: dan para un máster. Naturalmente no he entrado en cuestiones adyacentes, como manejo de redes sociales o creación de una web propia, que ya implican cierta profesionalización. Aquí no he intentado cubrir todas las cuestiones que pueden surgir, sino simplemente aportar un barniz informativo con el que comenzar a aprender por vosotros mismos. Realizar una distribución es un trabajo que implica constancia y responsabilidad, pero os veréis recompensados por pequeñas alegrías al ver vuestro corto seleccionado y con premios.

## 6 Bibliografía

### 6.1 Referencias de fuentes electrónicas:

3D Wire, "Deadline festivales". Disponible en: <https://3dwire.es/deadline-festivales/>

ANIMATION-FESTIVALS.COM. Disponible en: <http://www.animation-festivals.com/submit-to-festival/>

DENNEY-PHELPS, Nancy, *Sprocket News*. Disponible en: <https://www.awn.com/blogs/sprockets>

MARTÍN, Ismael (2016), "Cómo hacer copias en DCP fácilmente". Disponible en

<http://ismaelmartin.com/2016/09/21/como-hacer-copias-en-dcp-facilmente/>

MARTÍN, Ismael (2018), "¿Cuáles son las mejores estrategias de distribución después de un año por festivales?". Disponible en

<http://ismaelmartin.com/2018/05/09/despues-un-ano-distribucion-por-festivales/>

NAVARRO, Adriana (2013), "Autopromoción de un cortometraje artístico de animación. Caso de estudio: *Vía Tango*". Disponible en:

<https://riunet.upv.es/handle/10251/35394>

NO ENTRY FEE FESTIVALS. Disponible en: <https://noentryfeefestivals.com/>

PRIME THE ANIMATION! Disponible en: <http://primetheanimation.upv.es/>