

La distribución internacional de cortometrajes a través de catálogos autonómicos. El caso de Kimuak¹

International distribution of short films through catalogues of autonomous regions. The case of Kimuak

Nekane E. Zubiaur

Iñaki Lazkano

Ainhoa Fernández de Arroyabe

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

In the present context of globalization, culture must be taken into account in order to measure the presence of a country beyond its own borders, and audiovisual production is definitely one of the most important forms of cultural representation. In recent years, Spanish short films have been widely shown in festivals all over the world thanks to their distribution by different autonomous regions' catalogues and selections. This paper explains the origin, work and evolution of the pioneer of those programs, Kimuak, created in Euskadi in 1998. It also analyzes the effect of Kimuak's good results on short film production in the Basque Country and on the national image promoted by its government. The program is not only an action of cultural politics carried out by the Basque government, but also an important strategy of nation branding.

Key words: Kimuak, short films, film distribution, nation branding.

En un contexto de globalización como el actual la cultura ha tomado fuerza como indicador de la presencia y el posicionamiento de un país en el exterior, y la producción audiovisual se erige en una de las manifestaciones culturales más relevantes. El cortometraje español ha gozado en los últimos años de una notable exhibición mundial a través del circuito de festivales y gracias al apoyo de los catálogos de difusión amparados por diversas autonomías. El presente artículo expone los orígenes, funcionamiento y evolución del pionero de esos catálogos, Kimuak, nacido en Euskadi en 1998, y analiza el impacto que sus resultados han tenido tanto en la producción de cortometrajes en territorio vasco, como en la imagen de país que su gobierno ha promovido. El programa no es sólo uno de los puntales de su política de difusión cultural, sino una importante acción de nation branding.

Palabras clave: Kimuak, cortometrajes, distribución cinematográfica, nation branding.

En 2001 Guillermo Adams, presidente de Nearco,² recordaba que “el sector cultural no puede permanecer, en la consideración pública, como algo irrelevante. Es imprescindible abrir el debate, no tanto un debate sobre qué podemos hacer por el sector cultural, sino un debate estratégico sobre lo mucho que su cuidado puede hacer por nosotros. Es aquí donde una globalización extraordinariamente competitiva y la potencia de nuestra cultura reclaman para la acción internacional un lugar central, porque las batallas decisivas en el campo de la cultura serán globales” (Adams, 2001: 83).

En efecto, la cultura y todas sus manifestaciones, incluidos el cine y la producción audiovisual en general, representan un sector estratégico para valorar la proyección exterior de un país. Así lo ha entendido también el Real Instituto Elcano³ en la elaboración de su Índice Elcano de Presencia Global (IEPG). Este índice “no mide directamente el poder o la influencia ejercida por los estados en la escena mundial, sino que mide el posicionamiento internacional de los distintos países (tanto de su sector público como privado) en diversos ámbitos, que es lo que a continuación les facilita ejercer ese poder o influencia (Oliví y Molina, 2011: 33-34).

Los ámbitos de presencia exterior que el IEPG toma en consideración reflejan tanto los tradicionales elementos duros, Economía y Defensa, como los blandos (siguiendo el concepto de *soft power* acuñado por Joseph Nye), representados por las áreas de Migraciones y turismo, Cultura y ciencia, y Ayuda al desarrollo.

La presencia cultural no deportiva de un país en el exterior se valora en función de las exportaciones de servicios audiovisuales —las producciones cinematográficas, los programas de radio y televisión, y las grabaciones musicales— y se evalúa a través de los datos disponibles en la edición más reciente de *International Trade Statistics*. No obstante, los propios responsables del Índice sostienen que el declive de la exhibición cinematográfica en salas ha provocado que los datos de taquilla no sean suficientes para establecer la presencia cultural real que un país puede alcanzar en el exterior a través de su cine.

De hecho, el cortometraje, no sometido a las veleidades comerciales y más asequible en cuanto a costes de producción, es probablemente uno de los sectores de la industria cinematográfica española que mayor difusión mundial ha obtenido en la última década, quizá no en cuanto a ventas pero sí desde luego en exhibición, gracias a un circuito de festivales internacionales en constante crecimiento. Los programas de difusión que distintos gobiernos autonómicos del Estado español han puesto en marcha como parte de sus políticas culturales han impulsado, junto a agencias de carácter privado como Agencia Freak o Promofest, la distribución de estas piezas fílmicas por todo el mundo con notables resultados, tanto cuantitativos como cualitativos. Por poner un ejemplo: de los siete cortometrajes españoles candidatos a los Premios del Cine Europeo desde el año 2003 sólo uno (*El cerco*, de Ricardo Íscar y Nacho Martín, 2006) no pertenece a uno de estos catálogos.

Existen en la actualidad ocho programas públicos dedicados a distribuir los cortometrajes producidos en sus correspondientes autonomías: Kimuak (Comunidad Autónoma Vasca, 1998), Catálogo de Cortometrajes Andaluces (2002), Programa Curtas en Galicia (2003), Hecho en Castilla La Mancha (2004), Madrid en Corto (2005), Catálogo Jara en Extremadura (2006), Canarias en Corto (2006), Short Cat (2008) y Curts Comunitat Valenciana (2008). Kimuak⁴ fue el pionero que instauró el modelo imitado por los demás y el que mejores resultados y mayor prestigio internacional ha alcanzado no sólo para el propio programa, sino para los cortometrajistas cuyas obras ha difundido.

En las siguientes páginas expondremos las razones que dieron origen al proyecto, su filosofía y forma de funcionamiento, así como su historial de resultados a lo largo de quince ediciones, a fin de valorar en qué modo y medida la actividad de Kimuak ha influido en el sector de la creación de cortometrajes que pretende promover. Todas las cifras y datos que se ofrecen a continuación han sido facilitados por el propio programa, para lo cual hemos entrevistado a su responsable, Txema Muñoz,⁵ y a su fundador, José Luis Rebordinos. La investigación se ha completado con entrevistas en profundidad a 20 directores y productores cuyos trabajos han participado en Kimuak: Koldo Almandoz, Asier Altuna, Telmo Esnal, Luiso Berdejo, Borja Cobeaga, Jon Garaño, Jose Mari Goenaga, Tinieblas González, David González, Isabel Herguera, Ione Hernández, Nahikari Ipiña, Igor Legarreta, Izibene Oñederra, Emilio Pérez, Koldo Serra, Oskar Santos, Bego Vicario, Nacho Vigalondo y Haritz Zubillaga.

ORÍGENES Y SEÑAS DE IDENTIDAD DE KIMUAK

De acuerdo con los datos aportados por José M. Velázquez y Luis Ángel Ramírez (2000: 19), entre 1990 y 1999 Euskadi fue, con un total de 44 títulos registrados en el ICAA, el tercer centro de producción de cortometrajes del Estado después de Madrid y Catalunya. La calidad de algunos de esos títulos estaba además avalada por el Goya al Mejor Cortometraje de Animación que Bego Vicario había obtenido por su obra *Pregunta por mí* (1996), el galardón concedido a *Por un infante difunto*, de Tinieblas González (1998), en la Semaine de la Critique de Cannes o la programación de *Razielen itzulera* (Koldo Almandoz, 1997) en la sección Zabaltegi del Festival Internacional de Cine de Donostia/San Sebastián.

Estimulados por este halagüeño panorama, Amaia Rodríguez, directora de Creación y Difusión Cultural del Gobierno Vasco, y José Luis Rebordinos, representante de la Unidad de Cine del Patronato Municipal de Cultura del Ayuntamiento de Donostia/San Sebastián (Donostia Kultura), mantuvieron diversas reuniones a lo largo de 1997. De dichos encuentros se extrajo una conclusión determinante: “Las subvenciones a fondo perdido para la producción de cortometrajes ayudaban a su realización, pero no garantizaban su distribución” (Angulo, Rebordinos y Santamarina, 2006: 172). Tras el esfuerzo económico que suponía la realización de la película, a los productores apenas les quedaban medios para invertir en su difusión, por lo que la escasa presen-

cia y la repercusión internacional de los cortometrajes vascos no eran dignas de la notable calidad que en algunos casos acreditaban.

Con ánimo de revertir esa situación y basado en dos fórmulas de distribución similares, Unifrance y New Zealand Film Commission, nace en 1998 el programa Kimuak. Desde sus inicios la labor de Kimuak se ha basado, en palabras de su responsable Txema Muñoz,⁶ en tres pilares fundamentales: la promoción de los cortometrajes que representa, y la de sus autores; la difusión de esas obras fílmicas tanto a escala estatal como internacional; y la distribución de las películas a lo largo y ancho del mundo a fin de garantizar los objetivos anteriores.

El programa recibe una dotación económica anual del Gobierno Vasco, que actualmente asciende a unos 127.000 euros, única fuente de financiación de la que se nutre, y dado el carácter público de estos fondos hay ciertas cuestiones que sus responsables consideran primordiales. En primer lugar, la filosofía de Kimuak se sustenta enteramente en el concepto de servicio. Su propósito es ofrecer un servicio integral tanto a los beneficiarios directos (cortometrajistas y productores) como a los indirectos (festivales y posibles compradores o exhibidores).

En segundo lugar, y a consecuencia de lo anterior, el programa no puede tener de ninguna manera fines lucrativos, todos los beneficios que se derivan de la distribución de las obras seleccionadas revierten íntegramente en sus legítimos propietarios, los productores y directores.

En tercer lugar, esa vocación de servicio se basa en un principio de igualdad. Al tratarse de un programa público, la continuidad de Kimuak no está sujeta a una cuenta de resultados, por lo que todas las obras seleccionadas se tratan por igual, tengan estas mayor o menor éxito en su paso por los festivales. Este criterio de igualdad se aplica asimismo a los festivales y exhibidores que reclaman el catálogo, de modo que Kimuak procura atender a todas las demandas, provengan de un prestigioso certamen internacional o del aula de cultura de una pequeña población.

Finalmente, el origen público de los fondos que sostienen el programa obliga a una gestión totalmente transparente, alejada de cualquier tipo de especulación, y sobre todo a la optimización de los recursos con un único fin: la máxima difusión nacional e internacional de los cortometrajes vascos seleccionados.

FUNCIONAMIENTO DEL PROGRAMA

La única condición indispensable para que un cortometraje pueda formar parte del catálogo Kimuak es que su director resida o haya nacido en la Comunidad Autónoma Vasca (CAV) o que la empresa productora esté radicada en la Comunidad. A los directores nacidos en la CAV que actualmente no sean residentes se les exige que al menos hayan vivido en ella un mínimo de cinco años de manera continuada o diez de forma discontinua. Por otra parte, si el cortometraje es fruto de una coproducción entre una empresa vasca y otra u otras que no lo sean, se exige que la productora vasca sea propietaria de al menos la mitad de la obra, o bien que sea la propietaria mayoritaria (con un mínimo del 35%) si concurren más de dos compañías productoras. Desde 2009 también se requiere que el corto-

metraje presentado no forme parte de otro programa similar perteneciente a otra comunidad autónoma.

La configuración del comité de selección integrado por cinco profesionales del sector audiovisual varía de año en año, pero siempre está compuesto por sendos miembros de la Filmoteca Vasca/Euskadiko Filmategia, Donostia Kultura y el Festival de Cine Internacional de Donostia/San Sebastián, junto a otros dos profesionales reconocidos, habitualmente representantes de festivales de renombre. Durante estos años el número de piezas seleccionadas ha oscilado entre seis y nueve en función de las características y el volumen de la producción anual. Según José Luis Rebordinos, fundador del programa y miembro del comité de selección en varias ocasiones, los criterios por los que se rige la comisión siempre han de ser la calidad de los trabajos (en cuanto a su factura técnica), su fácil comprensión fuera de nuestras fronteras y la posibilidad de obtener una considerable difusión internacional.⁷

El primer paso de la labor de distribución de Kimuak es la elaboración de sus carpetas, que han pasado de las 400 de la primera edición a las 2.000 de la última. Estas carpetas están formadas por un DVD que recoge todos los cortometrajes seleccionados con subtítulos en inglés, francés, italiano y alemán, y un CD con los materiales promocionales que los festivales interesados en los cortometrajes puedan necesitar para preparar sus programaciones: sinopsis, biofilmografías de los directores, fichas técnicas y artísticas, listas de diálogos, fotografías de las películas y los cineastas, etc.

El principal ámbito de actuación de Kimuak son los festivales puesto que, tras su práctica desaparición de las salas comerciales, estos se han convertido en el escaparate fundamental de exhibición para los cortometrajes y su hábitat natural de desarrollo y circulación. El programa realiza un envío más o menos masivo de las carpetas a distintos certámenes con los que Txema Muñoz ha establecido vías de contacto a lo largo de los años. Kimuak concede especial atención a festivales de relieve como Clermont-Ferrand (en cuyo mercado, el más importante del mundo en el ámbito del cortometraje, tiene *stand* propio desde 2009), Gijón, Sitges, la Semana de Cine Fantástico y de Terror de Donostia/San Sebastián, Zinebi, Dresde (Alemania), Interfilm (Alemania), Aspen (EE UU), etc. Los festivales que exigen el pago de un canon (*entry fee*) por derechos de inscripción (mayoritariamente norteamericanos aunque cada vez más en el resto del mundo) quedan fuera de los objetivos de Kimuak, en parte por razones financieras, dada la naturaleza pública del programa, pero sobre todo porque sus responsables consideran que el cortometrajista ya contribuye suficientemente a la realización del festival cediendo los derechos de exhibición de sus trabajos. Kimuak suele solicitar la exención del pago de este canon, pero no todas las competiciones la conceden. En tales casos Kimuak no concurre.

Por lo general, el programa procura que la carpeta llegue al mayor número de festivales posible. De ahí la ausencia de los cortometrajes de Kimuak en algunos festivales tan importantes como Berlín, Cannes, Venecia, Valladolid o Locarno. Estas competiciones imponen la condición de que las obras presentadas no hayan sido estrenadas internacionalmente. El primero de estos festivales, el de Berlín, se celebra en febrero, lo que supondría que los trabajos que quisieran

presentarse al mismo deberían estar parados desde septiembre, con el agravante de no tener asegurada la participación en el concurso. En todo caso, la última palabra sobre las estrategias de distribución de las obras siempre queda en manos de los productores.

Kimuak se encarga por tanto de obtener información sobre los festivales, de gestionar las inscripciones de los cortometrajes seleccionados y de enviar la copia final para la proyección. Aunque los derechos de explotación comercial quedan en manos de los productores, Kimuak también lleva a cabo labores de intermediación no remunerada. El programa facilita a las instituciones o asociaciones que lo soliciten copias de los cortometrajes para su proyección, previo pago de los derechos de exhibición (la tarifa varía en función del formato empleado). Después factura a los exhibidores estas proyecciones y envía un informe a los productores para que emitan una factura contra Kimuak por dicho importe. También suministra la carpeta a cadenas de televisión y otros posibles compradores, bien a través de envíos directos o bien mediante su presencia en mercados y festivales. Cuando una de estas entidades muestra interés por alguno de los cortometrajes el programa pone a las dos partes en contacto (productor y empresa), sin intervenir de ninguna manera en el proceso de compra.

Por consiguiente, Kimuak se hace cargo de la gestión de los derechos no comerciales de las películas, de manera que todos los beneficios económicos que el cortometraje pueda reportar en concepto de ventas de derechos de emisión a cadenas de televisión y distribuidoras internacionales, alquiler de copias para exhibiciones o galardones concedidos en festivales, quedan en manos de los productores. Asimismo, como propietarios de los derechos tanto comerciales como no comerciales de los cortometrajes, son los productores quienes tienen la última palabra sobre el recorrido de la obra, y el programa siempre les consulta antes de tomar una decisión en caso de conflicto entre festivales.

RESULTADOS DEL PROGRAMA

En sus quince ediciones el programa ha puesto en circulación 109 películas que, según los registros comprendidos entre 2001 y febrero de 2013, han obtenido 9.594 selecciones en festivales: 4.054 correspondientes a certámenes estatales, 3.356 a europeos y 2.184 del resto del mundo. Los cortometrajes de Kimuak han atravesado las fronteras de los cinco continentes, llegando a países tan distantes como Nigeria, Taiwán, Irán, Australia, Estados Unidos, Brasil o Corea del Sur, y han acumulado un total de 1.737 premios. Durante los dos primeros años la gestión corrió a cargo del Departamento de Cultura, que no designó a nadie específico para que se ocupara de tales labores y los resultados fueron escasos. El programa parecía abocado a su fin pero Rebordinos, convencido de que la causa del balance negativo radicaba en la gestión y no en el propio programa, propuso al Gobierno Vasco que Donostia Kultura se hiciese provisionalmente cargo del proyecto, hasta que en 2005 la Filmoteca Vasca tomó definitivamente las riendas. Fue en 2001 cuando la gestión del programa se estabilizó y empezaron a registrarse los datos relativos a la participación en festivales:⁸

EDICIÓN SELECCIONES FESTIVALES

	Total	FEST. España	FEST. Europa	FEST. Resto	PREMIOS
2001	274	141	78	55	73
2002	442	196	150	96	99
2003	800	381	266	153	133
2004	511	285	118	108	104
2005	1.378	587	431	360	323
2006	830	355	305	170	112
2007	1.022	435	369	218	175
2008	1.064	431	364	269	176
2009	984	354	366	264	124
2010	1.186	452	468	266	229
2011	876	336	369	171	127
2012	227	101	72	54	62

La progresión en cuanto a selecciones en competiciones ha sido en líneas generales ascendente. En 2001, fecha en que el catálogo empezó a despuntar, dos títulos, *La primera vez* (Borja Cobeaga) y *...ya no puede caminar* (Luiso Berdejo), acapararon 189 de las selecciones globales y 66 premios. Un año después, la participación en festivales prácticamente se duplicó y aumentaron de forma notable las selecciones en certámenes internacionales (sobre todo europeos). Aunque sobresalió *Tercero B* (Jose Mari Goenaga) con 128 selecciones y 45 galardones, al menos otros cuatro cortometrajes del catálogo rebasaron las cincuenta selecciones, números considerablemente superiores a los de la edición anterior.

El año 2003 supuso un punto de inflexión en la repercusión internacional de Kimuak, gracias en gran medida a la espectacular acogida mundial de *7:35 de la mañana* (Nacho Vigalondo), con 268 selecciones y 77 premios, y *El tren de la bruja* (Koldo Serra), seleccionado en 153 certámenes y premiado en 21 de ellos. Después de estos llamativos registros, los números de 2004 reflejaron un evidente descenso con un único título destacable, *El soñador*, de Oskar Santos, que obtuvo 141 selecciones y 64 premios.

Esta aparente tendencia a la baja, sin embargo, no se vio confirmada. Bien al contrario, 2005 fue sin duda el año de la confirmación internacional del programa. Por primera vez se rebasaron las 1.000 selecciones, todos los cortometrajes superaron las 100 participaciones en festivales, y *Éramos pocos* (Borja Cobeaga), *Sintonía* (Jose Mari Goenaga) y *El gran Zambini* (Igor Legarreta y Emilio Pérez), incluso las 200. Los dos primeros obtuvieron además una cosecha de premios inusitada: 80 y 88 galardones respectivamente.

A partir de esta edición los números del programa se han mantenido más o menos estables: alrededor del millar de selecciones y una centena de premios distribui-

dos de manera desigual entre las distintas piezas que configuran el catálogo, con cortometrajes que se distinguen de manera particular, y otros que pese a participar en un buen número de competiciones no tienen presencia en la entrega de galardones. Los índices demuestran además la creciente apertura de Kimuak al mercado internacional: en 2009 la presencia en festivales estatales estuvo por primera vez por debajo del 40%, superada por la participación en competiciones europeas, mientras que las selecciones en certámenes del resto de mundo rebasaron el 25%.

El catálogo de 2010 obtuvo los mejores resultados de Kimuak desde los insuperables registros de 2005, si bien es cierto que esta edición contó con tres cortometrajes más que aquella. El grueso de los premios se concentró en cuatro títulos: *Ámár*, de Isabel Herguera (29); *Artalde*, de Asier Altuna (32); *Daisy Cutter*, de Enrique García y Rubén Salazar (60); y *La gran carrera*, de Kote Camacho (66).

A la espera de lo que ocurra en el futuro, las dos últimas entregas parecen delinear una trayectoria descendente aún por certificar, ya que la exhibición de los cortometrajes no cesa con el fin del catálogo al que pertenecen, sino que algunos de ellos continúan años después tomando parte en diferentes certámenes e incluso obteniendo premios.

En términos cualitativos, entre los principales éxitos de Kimuak destacan:

- Cinco nominaciones al Goya: *La primera vez* (Borja Cobeaga, 2001), *La guerra* (Luiso Berdejo y Jorge C. Dorado, 2005), *La gallina ciega* (Isabel Herguera, 2005), *Zeinek gehiago iraun* (Gregorio Muro, 2011) y *Voice Over* (Martín Rosete, 2012).
- Dos candidaturas a los Oscar: *7:35 de la mañana* (Nacho Vigalondo, 2003) y *Éramos pocos* (Borja Cobeaga, 2005).
- Dos candidaturas a los Premios del Cine Europeo: *7:35 de la mañana* y *La gran carrera* (Kote Camacho, 2010).
- Una selección para la prestigiosa Semaine de la Critique de Cannes: *Belarra* (Koldo Almandoz, 2002).
- Dos premios en Clermont-Ferrand, el festival de cortometrajes más importante del mundo: *7:35 de la mañana* y *Máquina* (Gabe Ibáñez, 2006).
- Un Méliès de Oro al mejor cortometraje de cine fantástico europeo: *El tren de la bruja* (Koldo Serra, 2003).

Son varias las razones por las que incidimos de manera particular en el número de selecciones y galardones obtenidos en festivales estatales e internacionales. En primer lugar, porque los festivales son el ámbito de actuación fundamental de Kimuak. El cortometraje ha desaparecido de las salas comerciales de cine; la televisión no está especialmente interesada en la emisión de estos formatos;⁹ el DVD está en crisis y, salvo contadas iniciativas, nunca ha sido una vía de difusión al alcance de los cortometrajistas; y aunque actualmente existen portales como filmin o filmotech, que permiten la descarga y visionado previo pago de ciertos cortometrajes, las potencialidades de internet para la distribución audiovisual aún no han sido del todo explotadas y hacen difícil cuantificar el verdadero alcance de su difusión. Los festivales son, por consiguiente, el espacio propicio para exhibir y ver cortometrajes.

En su análisis sobre las políticas del organismo promotor de cortometrajes de la New Zealand Film Commission (fuente de inspiración de Kimuak), Emma

Blomkamp es rotunda al afirmar: “Their primary purpose is not to be sold; rather, NZFC-funded short filmmakers aim to gain entry into ‘A’ list festivals. According to the NZFC, the short film audience that matters the most consists of overseas festival programmers. (...) When it comes to the dominant framing of short films, festivals are the market and reputation is the currency” (2011: 348).

Los festivales ejercen además un importante efecto sobre los cortometrajes seleccionados: “Although festivals are also trade fairs, tourist attractions, and city marketing, (...) the primary success factor of the festival network is its ability to use these diverse forces to preserve a complex system that generates cultural value. By changing the parameters of evaluation from economic to cultural (aesthetic as well as political), the contours of a new type of cultural industry were created by film festivals as the obligatory points of passage for critical praise. Film festivals, in short, are sites of passage that function as the gateways to cultural legitimization” (De Valck, 2007: 38).

Los festivales legitiman a los filmes (de larga o corta duración) como productos culturales y, en el caso de los cortometrajes, dan a conocer a sus directores abriéndoles las puertas de la industria cinematográfica. Los premios, además, dan cuenta de la calidad de las películas y constituyen el único índice para calibrar su recepción a falta de registros de taquilla o de una crítica especializada que preste atención al cortometraje más allá de golosos logros puntuales (como las nominaciones a los Premios de la Academia de Hollywood), subrayados con fines promocionales por la industria cinematográfica. Dadas las dificultades para la venta de cortometrajes a cadenas de televisión o distribuidoras, y la disminución de los ingresos por alquiler de copias para otro tipo de proyecciones, el montante de los premios se ha convertido prácticamente en la única vía para recuperar la inversión realizada, y esto es de capital relevancia porque sólo la amortización del costo y la consecución de beneficios puede impulsar la creación de nuevos filmes, así como la formación de un tejido productivo estable, que permita que el cortometraje sea no sólo un producto cultural, sino también industrial.

VALORACIÓN DEL IMPACTO DEL PROGRAMA EN LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL VASCA

La gran mayoría de los cineastas que han participado en el programa coinciden en valorar de manera muy positiva el concepto y, sobre todo, su gestión por dos razones principales. La primera es el importante ahorro de esfuerzo, dinero y tiempo que supone para directores y productores poder delegar las labores de distribución en un gestor dedicado enteramente a ello. Bego Vicario, que incluyó sus obras *Pregunta por mí* y *Haragia* en las dos primeras ediciones, recuerda que antes de la consolidación de Kimuak a menudo era preciso “dejar a un lado la producción por la distribución durante un año entero si no dos”.¹⁰

El segundo beneficio que Kimuak brinda a los directores y que todos califican de esencial es la exhibición de sus trabajos en lugares a los que de otra manera habría sido imposible llegar. El hecho de comprobar que tras el esfuerzo realizado por todo el equipo el cortometraje no queda guardado en un cajón y además

se proyecta en distintos rincones del mundo anima a los directores a continuar trabajando. Algunos de ellos, como Luiso Berdejo y Koldo Serra, que han conseguido levantar largometrajes en industrias extranjeras,¹¹ reconocen incluso una relación directa entre la eficaz distribución internacional que Kimuak ha hecho de sus cortometrajes y las oportunidades profesionales de las que han gozado después merced a esos éxitos. En palabras de Berdejo: “Vivo en EE UU y mi carrera se desarrolla aquí debido a los cortometrajes que hice. Si no fuera por Kimuak, mis cortometrajes no habrían tenido la difusión que tuvieron y probablemente no estaría donde estoy. Cuando llegué a Los Angeles y empecé a mostrar mis cortometrajes, había gente que ya había visto *La guerra* en festivales internacionales”.¹² De hecho, a la amplia nómina de técnicos que han colaborado en la realización de los cortometrajes, y actualmente están asentados en la industria audiovisual (cinematográfica, publicitaria o televisiva), hay que sumar un total de 24 directores participantes en Kimuak que han rodado al menos un largometraje.

Se observa en este sentido un fenómeno llamativo e inusual hasta la fecha, que contribuye a revalorizar el formato corto: el regreso de ciertos directores al cortometraje tras haber debutado en el largo. Es el caso de Asier Altuna, Telmo Esnal, Jose Mari Goenaga, Jon Garaño, Nacho Vigalondo, Borja Cobeaga, Gregorio Muro, Miguel Ángel Jiménez, Mikel Rueda o Daniel Sánchez Arévalo, que entró en Kimuak con *Traumalogía* (producida por el donostiarra Koldo Zuazua) después de que su ópera prima *Azuloscurocasinegro* (2006) se alzara con tres premios Goya.

Koldo Almandoz, director que más cortometrajes tiene en el programa, considera que Kimuak es “lo mejor que se ha hecho en este país a nivel audiovisual en los últimos 20 años”, si bien señala que “el único problema que puede tener es que hay una selección y se queda gente fuera, en muchos casos gente muy valiosa. Y, por otro lado, ha tenido tanto éxito que parece que fuera de Kimuak no existe el corto vasco y eso no es verdad: hay muchos ejemplos de gente que ha llegado a Sundance sin pasar por Kimuak”.¹³

Aunque Kimuak ha servido de cantera del cine vasco, ese no era su objetivo primigenio. Rebordinos es muy claro ante las objeciones que el programa ha despertado debido a la reiterada presencia de algunos cineastas en sucesivas ediciones¹⁴ y al hecho de que algunos cortometrajes de calidad hayan sido excluidos por considerarlos excesivamente localistas: “Sus objetivos eran hacer una muestra significativa del cine vasco que sea exportable al exterior y ponerlo en circulación. Kimuak no está para descubrir nuevos valores, puede descubrirlos pero no está para eso”.¹⁵

Pese a tratarse de una iniciativa orientada íntegramente a la distribución, el éxito de Kimuak ha tenido notables consecuencias en la producción de cortometrajes en Euskadi: de los 44 títulos registrados en el ICAA en la década de los noventa, se ha pasado a los 93 entre 2000 y 2009 (Yáñez, 2010: 22). Es evidente que las tecnologías digitales han democratizado el acceso a la creación cinematográfica y que cada vez existen mayores posibilidades para la formación profesional en el sector audiovisual. No obstante, la distribución sigue siendo uno de los aspectos más duros y costosos del proceso de explotación de cualquier producto audiovisual, y las facilidades que Kimuak ofrece en este espinoso terreno han favorecido que tanto cineastas como productores se embarquen con mayor segu-

ridad en la creación de cortometrajes. Jose Mari Goenaga, director y productor, considera que Kimuak “actúa como dinamizador del mundo del cortometraje en Euskal Herria. Sin duda ha contribuido a que la gente se haya esforzado más para poder estar en su catálogo. Muchas veces, incluso, los cortometrajes se hacen teniendo en cuenta cuándo es la convocatoria de Kimuak”.¹⁶ Tras la eclosión del catálogo de 2005, cuyos registros en cuanto a selecciones y galardones fueron inigualables, el número de cortometrajes que concurrió a la convocatoria de Kimuak pasó de 18 a 42. Podría tratarse de una casualidad, pero la relación directa entre la aparición y el éxito de Kimuak y el aumento de la producción de cortometrajes en territorio vasco parece más que probable.

Este crecimiento en el volumen de producción ha ido además acompañado de una progresiva mejora en la calidad técnica y, según el realizador Haritz Zubillaga, en eso también ha influido el programa: “El hecho de ver que tus cortos son seleccionados en muchos festivales, que acaban acumulando una cantidad de audiencia bastante considerable, te anima e incluso eleva tu nivel de exigencia para el siguiente trabajo”.¹⁷ Frente al carácter casi *amateur* de algunos de los títulos que inauguraron el proyecto, la factura formal de las piezas seleccionadas ha ido perfeccionándose hasta obtener el acabado profesional que desde hace unos años presentan todas las cintas del catálogo.

La mencionada recurrencia de determinados cineastas en las diversas ediciones de Kimuak indica asimismo que a lo largo de los años se ha ido conformando en torno al cortometraje vasco, e influida por la repercusión del programa, una especie de estructura creativa y productiva cada vez más consistente, un modesto tejido *industrial* y artístico formado por técnicos y profesionales de primer nivel, que se ha extendido a todas las disciplinas que intervienen en la creación cinematográfica, lo que ha contribuido a la formación de redes de colaboración e incluso de equipos de trabajo prácticamente estables.

El principal pilar de esta estructura es sin duda el de la producción. Aunque es habitual que los cortometrajistas produzcan y financien sus propios trabajos obligados por las circunstancias,¹⁸ bien porque no encuentran un productor profesional que apoye su empresa, o bien porque prefieren tener total libertad a la hora de desarrollar sus ideas, se observan en los últimos años dos fenómenos que merecen ser reseñados. El primero de ellos es la intervención de algunos cineastas como productores de cortometrajes no dirigidos por ellos mismos, como es el caso de Emilio Pérez, que a través de la empresa Aprieta Fuerte ha producido *Máquina* (Gabe Ibáñez, 2006) y *La presa* (Jorge Rivero, 2009).

El segundo y más importante es la aparición de empresas productoras especializadas en cortometrajes, marcas estables, más identificadas con la producción de cortometrajes que con la de largometrajes (aunque no la excluyan), y que desarrollan una intensa actividad en este terreno en busca de cierta continuidad. Jara Yáñez define estas productoras especializadas como “aquellas que no nacen al amparo de un único proyecto para después desaparecer, sino que se originan con una cierta política de producción y objetivos empresariales que, en un lugar u otro, con mayor o menor implicación, contemplan el cortometraje como producto objetivo de su trabajo a largo plazo. (...) En todas ellas, y aquí es donde se ha producido un salto de calidad en los últimos años, se busca siempre una mayor

profesionalización tanto de los medios y los mecanismos de la producción como de los resultados estéticos y formales. Para ello se empiezan a manejar diseños de producción industrializados en los que se tienen en cuenta los posibles beneficios de un corto como arranque del siguiente. Un modelo de producción estable que se retroalimenta precisamente gracias a la continuidad” (2010: 172-173).

En Kimuak destacan cinco nombres que, en mayor o menor grado y de diversas maneras, responden a este perfil: Marian Fernández Pascal, Carlos Juárez, Arsénico P.C., Moriarti Produksioak y Koldo Zuazua.

Marian Fernández ha impulsado once cortometrajes seleccionados por Kimuak, primero a través de MK Filmak y más tarde de Txintxua Films (junto al director Asier Altuna). Su sello profesional parece ser la experimentación, producciones no demasiado grandes en las que priman las propuestas narrativas más arriesgadas, coincidiendo con los singulares universos poéticos, metafóricos o surrealistas de los directores con los que habitualmente trabaja: Koldo Almandoz, Asier Altuna y Telmo Esnal. También es productora de *La gran carrera*, dirigido por Kote Camacho a partir de una idea original del propio Altuna.

Carlos Juárez (actualmente socio de Basque Films junto al director Galder Gaztelu-Urrutia) es otro de los nombres que ha aparecido de manera constante a lo largo de los quince años del programa, promoviendo cortometrajes de diversos directores y géneros, y en colaboración con otros productores o en solitario. Cuenta con un total de nueve cortometrajes desde 1999 hasta 2011.

Arsénico P.C. y Moriarti Produksioak siguen un modelo similar puesto que ambas fueron fundadas por grupos de cortometrajistas con la voluntad de levantar, casi en exclusiva, sus propios proyectos. La primera fue constituida en 2001 por Nahikari Ipiña, Borja Crespo, Koldo Serra, Borja Cobeaga y Nacho Vigalondo, procedentes todos de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea. Es Nahikari Ipiña quien suele encabezar las labores de producción en esta empresa que se dedica fundamentalmente a poner en marcha las ideas (cortas o largas) de los directores que la integran y de algunos de sus amigos.¹⁹

Moriarti Produksioak también inició su andadura en 2001 a iniciativa de Jose Mari Goenaga, Jon Garaño, Aitor Arregi, Asier Acha, Xabier Berzosa y Jorge Gil Munárriz. Su recorrido hasta el momento se ha caracterizado por acometer preferentemente trabajos dirigidos por sus socios Goenaga y Garaño en distintos ámbitos y géneros: cortometrajes y largometrajes de ficción o documentales, y destinados a las salas de cine o a la pantalla de televisión.

Finalmente, la trayectoria de Koldo Zuazua, productor donostiarra formado en la ECAM y afincado en Madrid, es la que mejor sintetiza las particularidades señaladas por Yáñez respecto a las productoras especializadas. Zuazua montó junto a Mónica Blas la productora Common Films²⁰ para empezar con encargos de empresas externas. Gracias al margen de rentabilidad que les reportaban sus actividades en publicidad o videoarte se lanzaron a producir un buen número de cortometrajes con un claro propósito industrial: que los beneficios obtenidos con cada pieza sirvieran para realizar la siguiente. A ese fin, Zuazua, productor que más títulos tiene en Kimuak —doce—, ha apostado siempre por una producción cuidada y muy profesional que garantice las máximas posibilidades de distribución, transitando por todo tipo de géneros (desde la comedia ro-

mántica hasta el drama familiar) y alternando proyectos de directores noveles, como fue en su momento el caso de Luiso Berdejo (a quien ha producido tres de los cortometrajes que tiene en Kimuak), Manuel Calvo, Anartz Zuazua, Gorka Cornejo o Iván Caso, con otros de realizadores más experimentados con varios títulos a sus espaldas: Daniel Sánchez Arévalo, León Siminiani, Martín Rosete o Miguel Ángel Jiménez.

CONSIDERACIONES FINALES

En una industria cinematográfica como la vasca (endebles o directamente inexistente), en la que resulta tan complicado llevar a cabo un largometraje, Kimuak se erige en escaparate de la obra y evolución de aquellos creadores audiovisuales vascos que encuentran en el cortometraje la vía de expresión fílmica más accesible para sus inquietudes artísticas. Tal como los cineastas entrevistados han podido comprobar en su periplo por los festivales, ese escaparate se ha identificado mundialmente con la idea de calidad. Para Borja Cobeaga Kimuak “supone una institución por el nombre que ha ido adquiriendo con el paso del tiempo. No sólo en España, en todo el mundo la idea del catálogo de Kimuak es no sólo una colección de cortos sino un sello, a pesar de la variedad que tiene todos los años”.²¹ Otros cineastas han corroborado esa opinión empleando términos como “marca” (Emilio Pérez),²² “label” o “certificado de calidad” (Jose Mari Goenaga).²³ Los festivales aguardan con interés la colección anual de cortometrajes vascos, porque saben que es fruto de una selección previa, y eso ya supone una garantía de que el contenido de la carpeta será más que digno.

Esta *marca* asociada al programa y a los nombres de los cineastas a los que avala también ha beneficiado sobremanera al promotor del mismo, el Gobierno Vasco. Peter van Ham recuerda que la globalización y la revolución de los medios de comunicación han hecho que cada estado sea más consciente de sí mismo, de su imagen, su reputación y su actitud, en resumen, de su marca, con lo que los países han comenzado a construir sus marcas alrededor de su reputación siguiendo las mismas estrategias de marketing que las compañías comerciales (Van Ham, 2011). El País Vasco no ha sido ajeno a esta tendencia, y tratándose de un país pequeño es en los indicadores de poder blando donde mejores resultados puede obtener en cuanto a posicionamiento global. Para ello es fundamental explotar las estrategias de *nation branding*, “que persiguen crear o mejorar la imagen de un país entre los ciudadanos de otros países. (...) Acciones de promoción turística, de acción cultural exterior y otros” (Noya y Prado, 2012: 3).

La comunicación de una marca cultural bien definida es uno de los fundamentos para la construcción de dicha imagen. En este caso, una política de difusión como Kimuak, unida al impacto exterior del Festival de Cine Internacional de Donostia/San Sebastián, proyecta una imagen de Euskadi como territorio culturalmente avanzado y cosmopolita, creativo y productivo, y preocupado por la promoción del cine de calidad. La presencia de la entonces Consejera de Cultura Miren Azkarate en la comitiva que en 2004 acompañó a Nacho Vigalondo a la ceremonia de entrega de los Oscar, da cuenta del valor que el Gobierno Vasco

ha otorgado al programa y de su voluntad de explotar al máximo los frutos de él derivados. Unos frutos, a juzgar por las cifras expuestas anteriormente, más que jugosos en términos de imagen y proyección exterior por el más que razonable precio de 127.000 euros al año.

Nekane E. Zubiaur, Iñaki Lazkano y Ainhoa Fernández de Arroyabe son doctores en Comunicación Audiovisual y profesores de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea. Su línea de investigación se centra en el estudio del cine y las artes visuales. Además de participar en

numerosos congresos del área y en diversos libros colectivos, han publicado artículos en revistas como *Zer. Revista de estudios de comunicación; Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura; Área Abierta; Secuencias. Revista de historia del cine* o *Jakin*, en conjunto o por separado.

Notas

¹ Parte de este trabajo se ha desarrollado en el marco del proyecto “El audiovisual español contemporáneo en el contexto transnacional: aproximaciones cualitativas a sus relaciones transfronterizas” del Ministerio de Ciencia e Innovación (Referencia: CSO 2010 – 15798).

² Consultora especializada en posicionamiento corporativo, gestión de crisis y diseño de estrategias en entornos públicos orientada a personas, proyectos y organismos.

³ Fundación privada creada en 2001 para servir de foro de análisis y discusión sobre las relaciones internacionales de España.

⁴ Brotes’ en euskera.

⁵ Muñoz comparte esta labor con Esther Cabero desde 2011.

⁶ Entrevista personal (noviembre de 2009).

⁷ Entrevista personal (noviembre de 2009).

⁸ El programa no dispone de información sobre la vida comercial de los cortometrajes, puesto que Kimuak no se encarga de la gestión de estos derechos.

⁹ A excepción de TVE (con espacios como *Versión Española*), Canal Plus o las cadenas autonómicas (pese a que estas últimas los emiten a veces en horarios intempesti-

vos y generalmente obligadas por convenios con los correspondientes departamentos de cultura).

¹⁰ Entrevista personal (junio de 2011).

¹¹ Luiso Berdejo realizó en Estados Unidos su primera película, *The New Daughter* (2009), y el debut de Serra en el largometraje fue con *The Backwoods (Bosque de sombras, 2006)*, una coproducción entre Francia, España y Gran Bretaña.

¹² Entrevista personal (agosto de 2011).

¹³ Entrevista personal (marzo de 2011).

¹⁴ Koldo Almandoz es el más prolífico, con siete títulos. Asier Altuna tiene cinco (tres en solitario y dos con Telmo Esnal), frente a los cuatro de Borja Cobeaga, Luiso Berdejo, David González y el propio Esnal (dos de ellos con Altuna). Hay seis directores con tres títulos y otros catorce con dos.

¹⁵ Entrevista personal (noviembre de 2009).

¹⁶ Entrevista personal (mayo de 2012).

¹⁷ Entrevista personal (julio de 2012).

¹⁸ En el caso de Kimuak un total de 49 de los 109 cortometrajes seleccionados hasta la fecha han sido producidos por los propios

cineastas, en solitario o con la colaboración de otras empresas y productores.

¹⁹ *Pornografía*, de Haritz Zubillaga (2003); *Cirugía*, de Alberto González (2006); *Avant pé-talos grillados*, de César Velasco Broca (2006); o *El encargado*, de Sergio Barrejón (2008).

²⁰ Aunque también se ha embarcado en producciones en solitario bajo su propia marca, Koldo Zuazua P.C.

²¹ Entrevista personal (mayo de 2011).

²² Entrevista personal (mayo de 2011).

²³ Entrevista personal (mayo de 2012).

Bibliografía

Adams, G. (2001). “España, una potencia en potencia”. En: Bautista, E. [et al.] *España, ¿potencia cultural?* Madrid: Biblioteca Nueva, p. 79-112.

Angulo, J.; Rebordinos, J.L.; Santamarina, A. (2006). *Breve historia del cortometraje vasco*. Donostia/San Sebastián: Euskadiko Filmategia Fundazioa – Fundación Filmoteca Vasca.

Blomkamp, E. (2011). “Measuring ‘Success’ in Film Policy: Evaluating the New Zealand Film Commission’s Short Film Fund”. *International Journal of Cultural Policy*. 17(3), p. 341-355. Disponible en: <<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/10286632.2010.497839>>.

De Valck, M. (2007). *Film Festivals. From European Geopolitics to Global Cinephilia*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Noya, J.; Prado, F. (2012). “Marcas-país: éxitos y fracasos en la gestión de la imagen exterior”. Real Instituto Elcano. Disponible en: <[http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/imagen+de+espana/dt13-2012_noya-prado_gestion_marcas-pais_imagen-exterior)

[elcano/elcano_es/zonas_es/imagen+de+espana/dt13-2012_noya-prado_gestion_marcas-pais_imagen-exterior](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/imagen+de+espana/dt13-2012_noya-prado_gestion_marcas-pais_imagen-exterior)>. Consultado el 12 de febrero de 2013.

Oliví, I.; Molina, I. (2011). “Índice Elcano de Presencia Global”. Real Instituto Elcano. Disponible en: <http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/879eb180463ad9159aa6bbc4d090bb2e/EstudioElcano2_IEPG_Olivie_Molina.pdf?MOD=AJPERES>. Consultado el 12 de febrero de 2013.

Van Ham, P. (2001). “The Rise of the Brand State”. *Foreign Affairs*, 80 (5), p. 2-6.

Velázquez, J.M. Ramírez, L.Á. (2000). *Una década prodigiosa. El cortometraje español de los noventa*. Alcalá de Henares: Festival de Cine de Alcalá de Henares.

Yáñez, J. (ed.) (2010). *La medida de los tiempos. El cortometraje español en la década de 2000*. Alcalá de Henares: Festival de Cine de Alcalá de Henares.

