

**Emilio C. García Fernández, Cristina Manzano Espinosa y Luis Deltell Escolar (2017). *Nuevos márgenes del cortometraje*. Madrid: Editorial Fragua, 244 pp. ISBN: 9788470748646. Reseña de Alejandro de Vega.**



Desde hace cuatro años investigo acerca del mundo del cortometraje en España para mi tesis doctoral y la bibliografía es escasa. Por eso cada libro o artículo publicado sobre el tema es recibido, para los que nos interesa este universo, como maná del cielo. Son pocos los que dedican su tiempo a investigar sobre un formato que, a pesar de que es un paso obligado para cualquier director o guionista en su carrera audiovisual, acaba siendo abandonado por los profesionales de la industria. Sin embargo, el cortometraje es mucho más que un mero

trampolín al largometraje o una tarjeta de presentación, como estamos acostumbrados a pensar. A lo largo de la historia de nuestro país hemos podido ver una cantidad enorme de obras que son el reflejo de nuestra sociedad, de nuestro humor y de nuestro imaginario colectivo. Nuestros cortometrajes nos han representado en los más importantes festivales de cine del planeta y es reconocido a nivel internacional como una de las cinematografías más potentes

en el cine corto. Hay pocas investigaciones verdaderamente profundas que aborden la situación del corto en España. Además que la mayoría de las investigaciones y escritos, y aquí incluyo mi actual tesis doctoral, estudian el fenómeno dando importancia a un tipo de obras: las de ficción.

En *Nuevos márgenes del cortometraje* existen tres aproximaciones al fenómeno: el corto de animación, el documental y el *Branded Content*. Cada una realizada por uno de los tres autores del libro. Así pues, el lector podrá encontrarse con un prisma variado y poco convencional de un formato abandonado desde las instituciones gubernamentales a lo largo de nuestra historia y también por nosotros, los académicos.

El capítulo “El cortometraje de animación como reflejo de la sociedad contemporánea”, centra su foco en los últimos diez años de producción cortometrajística de un género que se convierte en el fiel reflejo de nuestra sociedad y desde el que se abordan problemáticas como el acoso escolar o la identidad desde el punto de vista de los animadores españoles. La autora, Cristina Manzano, hace un recorrido completo de la animación, un mundo aparte dentro de la industria cinematográfica en el que los autores no juegan con las mismas reglas que el resto de creadores. No existen los “rodajes” tal y como los conocemos y los procesos de postproducción pueden alargarse años. Sobre todo en el caso de cortometrajes con producciones pequeñas, autoproducciones o realizados íntegramente, en muchas ocasiones, por una sola persona. Si la revolución digital ha abaratado los costes de todas las obras, en el caso de la animación ha abierto un mundo de posibilidades a un grupo de creadores que, en otro momento histórico, no hubieran tenido voz dentro del panorama cinematográfico. Es de agradecer que contemos con una generación interesada por este universo y también, que existan investigadoras como Cristina Manzano que ofrezcan visibilidad a estas obras fuera de las pantallas.

En su “Breve cartografía del cortometraje documental en España durante las dos primeras décadas del siglo XXI”, Luis Deltell sabe de lo que habla. Él también es un creador y se nota en su forma de escribir y retratar el cortometraje documental. Son obras que se mueven en circuitos marginales o, incluso, más marginales que el cortometraje de ficción, que ya es decir. El gran conglomerado de festivales de nuestro país centra sus esfuerzos en visibilizar el

cortometraje de ficción (esfuerzo sumamente loable, no se me malinterprete) quizá por ser el de mayor gusto para el público. Si ser cortometrajista es moverse en las sombras de la industria hacer documentales es el sinónimo de ser auténticamente *underground*. Sin un hueco en el circuito de festivales los creadores han encontrado otras ventanas para la distribución en la que se incluyen los museos. Quizá encuentren el público especializado al que dirigirse. Analiza Luis Deltell de una forma soberbia tanto las obras, como los festivales especializados y las nuevas ventanas de exhibición de los cortometrajes documentales de los últimos veinte años. Este capítulo del libro se convierte en la referencia obligada para cualquiera que quiera saber sobre este formato.

Emilio C. García Fernández analiza los nuevos formatos publicitarios/cinematográficos en “El cortometraje como formato de branded content en la comunicación empresarial. Lo importante es la historia y las experiencias emocionales”. El *branded content* es, dentro del universo publicitario, un mundo lleno de posibilidades por su capacidad de conectar emocionalmente con el espectador/futuro consumidor. Las agencias y las marcas dedican cada año una inversión mayor a generar contenidos de interés para las audiencias. Conociendo los problemas de financiación que sufren los creadores para poder afrontar sus obras, no es de extrañar el interés cada vez mayor que suscitan estas obras que fluyen entre la publicidad y el *storytelling*. Este tipo de obras son un dulce tanto para las marcas como para los profesionales ya que el *Branded Content* produce historias con una mayor duración que los spots tradicionales. Esto permite un desarrollo narrativo más parecido al cine convencional. Muchos de los grandes directores han comenzado su andadura cinematográfica rodando spots o se han dedicado a ellos a lo largo de su carrera. Muchas veces han recurrido a este formato publicitario por una cuestión económica pero otras veces hemos asistido a un auténtico ejercicio de estilo. Baste recordar el mítico anuncio sobre un futuro distópico de *Apple: 1984*, dirigido por Ridley Scott. El *Branded content* puede convertirse en un formato altamente atractivo, por su capacidad de narrar y emocionar, para los creadores, para las marcas y para los espectadores. Quizá el futuro de publicidad, que cada día genera más hartazgo, pase por aquí.