laFuga

¿Para qué sirven los festivales de cine?

El efecto Rotterdam y estrategias de visibilidad

Por Gonzalo Maza

Tags | **Cine contemporáneo | Espectador - Recepción | Festivales | Crítica | Chile | Holanda**

Crítico de Cine. Mantiene blog Analízame.cl, profesor y guionista.

¿Qué clase de cine estamos teniendo si los festivales más influyentes de América Latina se obsesionan por premiar sólo primeras o segundas películas de directores? ¿Qué efecto empieza a tener eso en el cine que se hace en nuestro país?

¿Para qué sirven los festivales de cine? La pregunta puede llevar a un equívoco, lo sé. Pero convengamos que todas las preguntas corren ese peligro, hasta el momento en que empiezan a ser respondidas. O por lo menos, entendidas. ¿Para qué sirven los festivales de cine, esa instancia de exhibición intensa de películas que se hace anualmente en las más diversas ciudades del mundo?

Un festival de cine es primero una fiesta y luego, casi inmediatamente, una instancia de negocios. La fiesta viene denotada desde el nombre: juntarse a ver películas es de por sí un evento celebrable. La instancia de negocios viene a ser una consecuencia natural de esa fiesta. La experiencia nos indica que se habla con más soltura de proyectos y deseos en un lugar ruidoso donde apenas pueden escucharnos que en uno demasiado rígido. Es, además, en los lugares ruidosos donde nos llevamos una primera impresión de las personas. Una buena cantidad de negocios futuros (producciones, coproducciones, contratos de distribución, invitaciones a otros festivales, proyectos) comienzan a gestarse en los festivales. Los negocios son una estrategia de ocultamiento: permiten justificar de una manera adulta la asistencia a un festival de cine ante el resto de las personas. Pero también son un fenómeno cada vez más importante (y en algunos casos, lo más importante) dentro muchos festivales.

Lo curioso y casi increíble de los festivales de cine es que sus asistentes, a menudo, se olvidan de aquello que los convoca: las películas que se exhiben. Esto se explica porque buena parte de los asistentes a un festival de cine no ven películas; conversan con otros que hacen películas. Las películas las ven otros: los críticos, periodistas, programadores de otros festivales, cinéfilos duros y público en general (para no decir algo tan feo como “cinéfilos blandos”). También están los jurados, pero ellos alcanzan a ver solo las películas que les compete su labor de jurado, que habitualmente es intensa y deja poco tiempo para entrar a ver otras cintas.

Los periodistas y los críticos se llevan impresiones de las películas en competencia y las comunican a las audiencias; los programadores chequean aquella cinta de la cual le han hablado tanto o de aquel director o productor que conoció la noche anterior en un cóctel, y los cinéfilos acrecientan su colección de recuerdos cinematográficos con películas que -a menudo- se habrían hecho muy difíciles de ver de otra forma.

Hay algo muy perverso en toda esta lógica, y tiene que ver con la influencia que pueden tener los festivales en las políticas de producción y en los fondos internaciones de financiamiento para el cine. En la actualidad una película que gana un festival de cine no garantiza necesariamente su distribución o venta comercial (aunque existen premios en festivales que son precisamente eso: un contrato de distribución en un territorio) pero sí permite instalar (o reafirmar) el nombre de un director o película dentro de un ambiente cultural. El negocio de los festivales de cine es el negocio del prestigio:

los festivales se legitiman en cuanto premian películas que "prestigian" al festival, y las películas se abren en camino en cuanto logran premios o reconocimientos en festivales "prestigiosos".

Eso explica cierta obsesión de los festivales de cine por los nuevos talentos. Desde una perspectiva cinéfila e histórica del cine, son muy pocas las "primeras" o "segundas" películas de directores relevantes en la carrera de un cineasta. La madurez creativa de todos los grandes directores de cine la encontramos a menudo pasada la primera mitad de su carrera. El mito romántico del talento natural en el cine es eso, un mito, perpetuado por los festivales de cine.

Sin embargo, esta obsesión por las primeras obras es lo que podríamos llamar como el *"Efecto Rotterdam"* en referencia al Festival de Cine de Rotterdam que, desde 1995, pone en competencia solo a primeras o segundas películas. Es un festival que explora el nuevo talento no solo de Europa, sino que de países "emergentes" de Asia, Medio Oriente, Europa del Este, África y America Latina, algo que han incentivado a partir del Hubert Bals Fund, un fondo de financiamiento para películas provenientes de países de esas partes del mundo. A eso hay que agregar Cinemart, una instancia de búsqueda de coproducción para cintas de presupuesto bajo o intermedio, que ya lleva 25 años de funcionamiento.

La estrategia de Rotterdam, que le ha ganado un espacio muy influyente en el concierto de festivales del mundo en poco tiempo, apunta precisamente a descubrir talento "nuevo": o directores que hacen sus primeras películas, o que provienen de países fuera de la órbita Europa Occidental-Estados Unidos, o que siguen haciendo películas de bajo presupuesto. Los triunfos de esos nuevos directores, de alguna manera, se transforman en triunfos de Rotterdam, como ocurrió en año pasado con Cristian Mungiu, que obtuvo la Palma de Oro en Cannes con "4 meses, 3 semanas, 2 días". Este año, de hecho, seis de las diecinueve películas que están en la sección Una Cierta Mirada de ese festival o bien fueron apoyados por Hubert Bals o bien pasaron por Cinemart.

El *Efecto Rotterdam*, curiosamente, ha llegado con mucha fuerza a dos festivales muy cercanos a Chile: el Festival de Cine Independiente de Buenos Aires, BAFICI, y el Festival de Cine de Santiago, SANFIC. Ambos han adoptado una estrategia similar para sus competencia: primeras o segundas películas de directores, y han establecido instancias similares de apoyo a proyectos de nuevos talentos, como las competencias de Work in Progress (películas que no han terminado su postproducción) y encuentros para generar mercados de coproducción.

Por supuesto no hay nada malo en premiar al talento joven; pero tampoco me parece que se trate de acciones de filantropía cultural. El talento joven, como bien saben los estudiantes en práctica, es barato y esforzado. También, puede desecharse con la misma rapidez. Y si tiene éxito, si resulta, da prestigio. Sin embargo, que todos los festivales más nuevos en América Latina (como BAFICI, SANFIC y el reciente FICCO, Festival de Cine Contemporáneo de México) hayan caído bajo el *Efecto Rotterdam* puede tener consecuencias no buscadas en el cine de este lado del mundo.

Primero, estos festivales serán muy "independientes", pero no dejan de ser un circuito *kindergarden* para los festivales de "primera categoría", por llamar de alguna manera a las citas de Cannes, Berlin, Venecia, Locarno y San Sebastian, entre otros. Los directores jóvenes descubren con sorpresa que ya para su tercera película se espera que califiquen en alguno de estos festivales como una forma de seguir con una carrera de director. Si no lograron ingresar a una de esas "vitrinas", en el futuro se les hace más cuesta arriba conseguir coproductores, contratos de distribución, invitaciones a otros festivales.

Entonces, caemos en una dinámica cultural no exenta de histeria: un director tiene dos películas para demostrar que es "un autor" o tiene un cine "propio", o para hacer la suficiente cantidad de conexiones para ser apadrinado por alguien que ya está adentro del círculo de hierro del comercio del cine off-Hollywood.

Tenemos, entonces, que los directores deben hacerse notar con rapidez, y ello trae un riesgo que con rapidez se constatan en los festivales de cine. Para los realizadores deja de importar la exploración de estrategias narrativas, y empiecen a ser más importantes las estrategias de visibilidad.

O dicho de otra manera: ¿Qué clase de película debo hacer para hacerme notar?

Hasta el momento yo he sido testigo de por lo menos dos estrategias de visibilidad de parte de directores jóvenes en festivales de cine. Puede que haya más; estos son unos primeros apuntes sobre el tema.

Una primera estrategia de visibilidad es la definición de *backstory* , es decir, la historia que está detrás de la película. Hay películas que parecen hechas para definirlas en una frase que pueda contarse con rapidez en un pasillo, y que a menudo se relaciona con el método de producción de la cinta. Acá pesan no tanto los méritos de la producción sino que más bien, pesan los méritos de su making of.

Ejemplo: dos programadores conversan en el lobby del cine antes de ver una película. Uno le pregunta al otro qué va a ver hoy. El programador responde: "X, la que está hecha solo con cámaras de celulares". O bien, "Y, la que tiene un plano secuencia de 45 minutos". O "Z, que la filmaron en un día y revelaron la película con meados de yegua".

Estas películas son vistas y consideradas con un subsidio de parte de los espectadores de los festivales: el subsidio del mérito productivo. "Mira ese plano: es increíble lo que el pis de caballo hace con el magenta".

El *backstory*, entonces, predomina sobre el *story*; simplemente lo engulle. La narrativa se subvierte ante el anecdotario.

Una segunda estrategia de visibilidad tiene que ver con la creación de un red referencial. Una película puede hacerse visible en un festival si acaso hace una referencia al cine de un director ya consagrado ("se parece a..."), o bien, proviene de un territorio al cual ya se le han asignado méritos por el desarrollo de un cine nacional de cierta coherencia (como ha pasado con el cine iraní post Kiarostami). Ambas estrategias son útiles para un cineasta joven, pero son un arma de doble filo: la comparación con un corpus anterior puede clausurar la obra y ser fácilmente desechable si no está a la altura de los méritos del referente; o bien, puede ser bienvenida si establece un diálogo con ese referente de igual a igual y no se queda en el homenaje.

La comunidad cinéfila internacional que pulula en los festivales es difícil de predecir. Un festival puede premiar una película muy apegada a un referente, y simultaneamente otro festival de la misma categoría puede ignorarla por las mismas razones. Más complejo es analizar qué sentido tiene para un cineasta elegir una estrategia de visibilidad como esta, en cuanto está recién comenzando a probar sus armas expresivas. No quiero decir con esto que los cineastas hagan un frío calculo respecto a la conveniencia de hacer una película que pueda parecerse a otra; más bien, a menudo esas decisiones están en los más íntimo de sus convicciones estilísticas. Pero esas convicciones poco importan si sus esfuerzos son leídos y, especialmente, reducidos a su comparación con un referente que encasilla la película y -peor- las expectativas sobre las futuras obras de ese cineasta joven.

Existe una tercera estrategia de visibilidad, más pedestre pero efectiva y muy útil: el apadrinamiento que puede recibir un cineasta primerizo de parte de otro cineasta o productor de renombre internacional. Una película que viene recomedada por un padrino puede garantizar un estreno destacado en un festival, más allá de sus referencias estilísticas. El recomendado en este caso tiene mayor libertad para establecer su territorio fílmico, pero cae sobre sus hombros un pesado deber: cumplir con las expectativas generadas por quien lo recomienda. Un ejemplo cercano de esto Amat Escalante, asistente de dirección de Carlos Reygadas en **Batalla en el cielo** (2005), y quien se encuentra este año en la sección Una Cierta Mirada de Cannes con su tercer largometraje, *Los bastardos* (2008). No se trata con este comentario reducir los méritos fílmicos de Escalante, pero al mismo tiempo cuesta imaginar un lugar en el festival más importante del mundo sin la visibilidad que da ser un cercano a un director de renombre como Reygadas.

Entendidas estas estrategias, surgen dos preguntas: ¿qué queda para los cineastas que no toman ninguno de estos caminos? ¿Y qué implicancias pueden tener que los nuevos festivales latinoamericanos entren en esta lógica?

Un cineasta que no se inscribe en estas estrategias, pero que desarrolla una obra interesante en su cuarta película, no tiene espacio para obtener un premio, y por tanto, atención en estos festivales locales. Se vuelve un errante, a la espera de algún programador o un productor iluminado dispuesto a dar apoyo a un cineasta "poco conocido" porque no metió goles en los primeros quince minutos

del partido.

Desarrollar una carrera cinematográfica en este escenario, entonces, se vuelve un peligrosa carrera por hacer obras de brillo repentino, pero que corren el riesgo de apagarse si no vuelven a brillar de la misma manera con las películas siguientes.

Finalmente, algo muy parecido a los voladores de luces, que asombran a la primera impresión pero que volver a encenderse y encandilar para no apagarse definitivamente.

Yo me pregunto si una carrera cinematográfica puede desarrollarse y expandir su dimensión expresiva con tal nivel de exigencias de visibilidad.

Como citar: Maza, G. (2008). ¿Para qué sirven los festivales de cine? , *laFuga*, 7. [Fecha de consulta: 2026-11-25] Disponible en: http://2016.lafuga.cl/para-que-sirven-los-festivales-de-cine/304