

TESIS DOCTORAL

**LOS FESTIVALES DE CINE EN LA ERA DE LOS *NEW MEDIA*  
UNA PERSPECTIVA LÚDICA SOBRE LAS FIESTAS DEL CINE  
Y SUS PÚBLICOS**

**Autora: Rosana Vivar Navas**

**Director: Dr. Domingo Sánchez-Mesa Martínez**



**PROGRAMA DE DOCTORADO EN CIENCIAS SOCIALES  
DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**

**Granada, noviembre de 2016**

Editor: Universidad de Granada. Tesis Doctorales  
Autor: Rosana Vivar Navas  
ISBN: 978-84-9163-169-9  
URI: <http://hdl.handle.net/10481/45941>

El doctorando / The *doctoral candidate* [ Rosana Vivar Navas ] y los directores de la tesis / and the thesis supervisor/s: [ Dr. Domingo Sánchez-Mesa Martínez ]

Garantizamos, al firmar esta tesis doctoral, que el trabajo ha sido realizado por el doctorando bajo la dirección de los directores de la tesis y hasta donde nuestro conocimiento alcanza, en la realización del trabajo, se han respetado los derechos de otros autores a ser citados, cuando se han utilizado sus resultados o publicaciones.

/

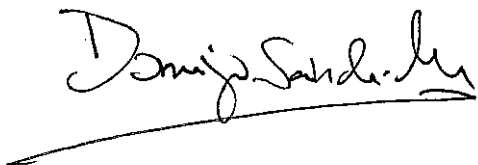
*Guarantee, by signing this doctoral thesis, that the work has been done by the doctoral candidate under the direction of the thesis supervisor/s and, as far as our knowledge reaches, in the performance of the work, the rights of other authors to be cited (when their results or publications have been used) have been respected.*

Lugar y fecha / Place and date:

En Madrid a 24 de noviembre de 2016

Director/es de la Tesis / Thesis supervisor/s;

Doctorando / Doctoral candidate:



Firma / Signed



Firma / Signed

## Resumen

Aunque cada vez más Internet y los nuevos medios ponen las pautas para el consumo de cine, los festivales siguen siendo importantes escenarios de consumo cinematográfico en el espacio público. Independientemente de las formas en las que cada festival organice y planee su propia celebración, un festival de cine es una gran fiesta en la que el público encuentra en el tema del cine un motivo de celebración y de congregación entusiasta. A pesar de todo, los festivales de cine apenas han sido estudiados como escenarios en los que los ciudadanos “educan su mirada” a partir de una relación festiva con el cine. Esta tesis doctoral se decanta por un estudio de los festivales de cine como experiencias particulares en las que intervienen elementos de creación de valor, de ritualidad, de comunidad y como fenómenos que recientemente compaginan su rol legitimador del cine arte y de calidad con la expresión de una empatía con lo social.

El objetivo de esta tesis es elaborar una metodología adecuada para el estudio de la experiencia cultural y social de los festivales de cine. Para ello nos aproximaremos al fenómeno de los festivales desde dos flancos. Por un lado el de las audiencias, de las que observaremos sus prácticas dentro y fuera del festival. Por otro lado el de las instituciones, asumiendo que la experiencia festiva del cine es parte de un fenómeno que hoy se concibe en el marco de las ciudades y que se encuentra regulado por las políticas culturales. Con el fin de conciliar la relación entre los festivales de cine y lo festivo en el campo de análisis de los estudios de festivales, partimos de la teoría de los “conceptos viajeros” de Mieke Bal (2006) para realizar una discusión crítica de los conceptos que sustentan las teorías de esta tesis (culturas del cine, audiencias, juego y fiesta). A partir de la discusión crítica de los fundamentos teóricos y su contextualización en relación a los festivales de cine y sus públicos, esperamos confeccionar un mapa conceptual con el que someter a análisis el festival escogido: la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián (SCFTSS).

A mis padres, por su generosidad sin reservas

A mi abuela, por su ejemplo

Para Marcus. Mi cariño y mis disculpas

## Agradecimientos

Desde que empecé a trabajar en el proyecto de mi tesis doctoral en 2012, muchas personas me han ayudado de muchas maneras. Aunque no es mucho lo que pueda decir de ellas aquí, al menos espero dejar constancia de su apoyo.

En primer lugar tengo que dar las gracias al Dr. Domingo Sánchez-Mesa por haberme animado a llevar adelante algunas de las ideas que le planteé allá en 2010, y que él mismo me ayudó a encaminar y a dar forma en un trabajo de fin de máster. Pocos días antes de la defensa, durante el festival Cines del Sur en Granada, conversamos sobre festivales, sobre la comunicación y la educación. Creo que sin que lo supiéramos, esa fue la primera tutoría de esta tesis. Aun cuando nuestras circunstancias particulares nos han mantenido a él en Granada y a mí en Madrid, en él he encontrado un gran investigador y un maestro. Todas las aportaciones que en esta tesis pueda hacer al campo de los festivales de cine se deben a su ejemplo.

El planteamiento de esta tesis doctoral, así como sus conclusiones, encierran parte de una historia académica y personal que empieza entre el Departamento de Comunicación Audiovisual y el Departamento de Humanidades de la Universidad Carlos III de Madrid. De mi tiempo de estudiante de grado y de máster en esta universidad conservo muy buen recuerdo, y debo a muchos de sus profesores mi interés por el cine y por la investigación.

Entre ellos se encuentra Roberto Cueto que ha sido un punto de referencia en mi acercamiento a los festivales de cine. A él le debo muchas cosas, pero una de las más importantes es que me introdujese en el Festival Internacional de Cine de Gijón y algunos años después, que me hablara de la Semana de Cine Fantástico y de Terror y de su singular audiencia. Entre tantas experiencias inolvidables en este festival, quiero recordar ahora cada una de mis conversaciones con los miembros de la audiencia de “la Semana” y agradecerles de todo corazón el haber compartido conmigo su peculiar forma de vivir su amor por el cine.

Mi más profundo agradecimiento a las personas que me han allanado el camino en el trabajo de campo y que han mostrado su entusiasmo en mi proyecto. En especial a José Miguel Beltrán, José Luis Rebordinos y Nacho Carballo por su cálida acogida durante estos años y por su generosidad extraordinaria. A José Luis Cienfuegos por su participación en la primera fase de la tesis, y a quien conocí en un

momento de particular migración a Sevilla. Mi más sincero agradecimiento a Carlos Plaza, Amaia Revuelta, Jon Sánchez, Alfonso López y María José Álvarez, por atender a todas mis consultas y peticiones siempre con una sonrisa y con gran profesionalidad. Sin duda, he tenido la suerte de que mi tesis se cruzara con ellos. También quiero expresar mi gratitud a todas esas personas que han respondido a mis consultas y que han contribuido de alguna manera al proceso de reflexión y maduración y de esta tesis: José Sánchez Montes, Casimiro Torreiro, Jorge Iván Argiz, Rubén Lardín, Rubén Hurtado y en especial mis amigas la Dra. Alba Montes y la Dra. Laura Montero Plata que además de arrojar luz al proyecto en sus diferentes fases me han alumbrado con su cariño.

También quiero dar las gracias a la Dra. Núria Triana-Toribio de la Universidad de Kent y al Dr. Chris Perriam de la Universidad de Mánchester, que me ayudaron a empezar a poner los cimientos de algo que me quedaba grande. En este recorrido personal debo una mención especial a Alberto Elena, que formó parte del tribunal de la defensa de mi trabajo de máster y a quien agradezco el gesto inagotable de escuchar. En sus palabras, en su trabajo académico, y en su relación especial con los festivales de cine, se encuentra el origen más remoto de esta tesis.

Pocas son las palabras para agradecer a mi familia lo mucho que han hecho por esta tesis doctoral. A mis padres y a mi hermano Jorge les agradezco su confianza sin reservas, su complicidad con mi trabajo y su candidez. Con ellos he podido hablar largamente sobre mis inquietudes y ellos, han sabido ofrecerme las palabras adecuadas en cada momento. Quiero aprovechar estas líneas para mostrarles mi más profunda admiración. Dudo que este trabajo pueda estar a la altura de su generosidad. Quiero también dar las gracias a mi tío Hipólito por su ejemplo erudito, y por ofrecerme desinteresadamente toda su ayuda que yo, con cierta testarudez, no he sabido compensar lo suficiente. A mis queridos José, Irene, Paula y Sergio, por su amistad incondicional. Sólo ellos saben lo mucho que han participado en esta tesis.

No puedo acabar sin expresar mi más profundo agradecimiento y afecto a Marcus, que ha tenido la generosidad de acompañarme con toda su paciencia y su cariño en este viaje. En su fuerza y su capacidad de ánimo fuera de lo común, he encontrado el aliento y el buen espíritu para sacar adelante este proyecto que considero común. Con estas palabras espero al menos hacerle saber lo mucho que él es parte esta tesis.

# Índice

<b>1. Introducción.....</b>	<b>9</b>
1.1 Justificación.....	13
1.2 Delimitación del objeto de estudio .....	15
1.3 El despegue de una disciplina: Film Festival Studies.....	16
1.3.1 Los festivales en el espacio global: la lógica del circuito.....	17
1.3.2 Festivales, espacio, tiempo.....	20
1.3.3 Festivales, prestigio cultural y excelencia artística.....	20
1.3.4 Festivales de cine e identidades de la diáspora .....	22
1.3.5 Los festivales y la etnografía .....	23
1.3.6 Los estudios de festivales en España.....	24
1.4 Métodos teóricos y prácticos.....	26
1.4.1 Herramientas conceptuales y aproximación analítica al estudio de festivales de cine: una metodología de los conceptos viajeros .....	26
1.4.2 Una etnografía de los festivales de cine.....	29
1.4.3 Caso de estudio: Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián .....	32
1.5 Estructura y organización de los contenidos de la investigación.....	34
<b>2. Política y economía de los festivales de cine. En torno a la necesidad.....</b>	<b>37</b>
2.1 ¿El fin de una era? .....	37
2.2 ¿Para qué sirven los festivales de cine? Entre la privatización y el proteccionismo .....	44
2.3 El festival de cine internacional en la reconstrucción de Europa .....	52
2.4 Cine y compromiso político. Los festivales como espacios para el descubrimiento.....	57
2.5 Los festivales como espacios de distinción cultural. En torno a la cinefilia.....	61
2.6 ¿Imágenes de Europa? Los dilemas de la especificad.....	72
2.7 <i>Festival Films</i> y las dictaduras del circuito .....	78
2.8 El circuito de festivales como fenómeno global.....	86
2.9 El festival como espacio de participación: “festivales de público” .....	92
2.10 Conclusión .....	101
<b>3. Audiencias conectadas. Derivaciones sociales y culturales del espectador en la era <i>cross-media</i> .....</b>	<b>104</b>
3.1 Las audiencias y sus contextos .....	107
3.2 Internet, <i>work in progress</i> .....	112
3.3 Sociedad y nuevos medios. El paradigma de la colectividad.....	118
3.4 El entorno cultural de los nuevos medios: las “culturas participativas” .....	123
3.5 Rutinas de consumo en la era <i>cross-media</i> .....	130
3.6 Retos una década después: festivales entre la economía de eventos y la economía de medios online.....	140



3.7 Conclusión .....	151
<b>4. Una teoría lúdica del espectador .....</b>	<b>153</b>
4.1 El pueblo es el público.....	153
4.2 El juego y sus presencias en la actualidad: estado de la cuestión .....	156
4.3 El juego entre el culto y la cultura: una aproximación desde la antropología y la sociología.....	164
4.4 Culturas lúdicas: del poder regio a los medios de masas.....	174
4.5 Gadamer y la “participación espectral” .....	185
4.6 Las revoluciones pasadas fueron fiestas: el juego entre el arte y la política ...	191
4.7 Los placeres del espectador audiovisual.....	199
4.8 Conclusión .....	207
<b>5. La ciudad como terreno de juego .....</b>	<b>211</b>
5.1 El cine y la ciudad .....	211
5.2 Ciudades lúdicas: la experiencia urbana en la postmodernidad .....	213
5.3 Ciudad, ciudadanía, cultura.....	223
5.4 De la “ciudad de la cultura” a las ciudades-evento .....	227
5.5 El festival de cine entre el turismo y la comunidad local.....	233
5.6 Ciudades creativas: el nuevo paradigma de la economía global.....	241
5.7 Jugar a contracorriente: el festival de cine como modelo de activación social	246
5.8 Conclusión .....	254
<b>6. Las fiestas del cine: del cine de atracciones al “cine de eventos” .....</b>	<b>256</b>
6.1 Festivales, las fiestas del cine .....	256
6.2 Festivales: una definición desde la antropología.....	260
6.3 Ritos de ida y vuelta .....	266
6.4 El festival entre el culto y la cultura .....	271
6.5 Cuando el cine era una fiesta. Formas de recepción en la era preclásica .....	286
6.6 La “eventualización” del cine.....	296
6.7 Conclusión .....	314
<b>7. Juego, fiesta y audiencias participativas en la Semana de Cine Fantástico y de terror de San Sebastián.....</b>	<b>316</b>
7.1 El ambiente de la Semana de Cine fantástico de Terror .....	318
7.2 Metodología: una aproximación etnográfica a las audiencias .....	320
7.3 La Semana de Terror como evento de culto .....	327
7.4 Un festival para los jóvenes de San Sebastián.....	333
7.5 La audiencia de la Semana.....	341
7.6 Humor, competición y contra-diálogo: el ritual de la Semana como inversión festiva .....	347
7.7 “¡Vete a Sitges!” Discriminación y academicismo en los aficionados al fantástico .....	354
7.8 Pervirtiendo el ritual. El juego de las mujeres en la Semana de Terror .....	359
7.9 Conclusión .....	365
<b>APÉNDICE .....</b>	<b>369</b>
<b>8. Conclusión .....</b>	<b>376</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>383</b>

## 1. Introducción

El trece de enero de 2012, centenares de gijoneses se concentraron a las puertas del Ayuntamiento de Gijón para protestar contra la destitución de José Luis Cienfuegos, director del Festival Internacional de Cine de Gijón (FICX) desde hacía 16 años. La protesta, además de ocupar las páginas culturales de diarios nacionales y locales, fue secundada por un sector de la cultura española e internacional, entre ellos cineastas como Pedro Almodóvar, Todd Solondz, Atom Egoyan, Víctor Erice, Montxo Armendáriz e Isaki Lacuesta, que animaron al público del festival a boicotear a la nueva dirección del certamen y que firmaron un manifiesto exigiendo a la Concejalía de Cultura la inmediata restitución de Cienfuegos. En noviembre de 2012, las cifras de público del festival descendieron a las del año 2003, asistiendo 13.760 personas menos que el año anterior.<sup>1</sup> El Teatro Jovellanos, sede oficial del certamen, emitió un comunicado semanas después reconociendo que el boicot había cerrado puertas al festival.<sup>2</sup>

Esta anécdota pretende ilustrar una de las proposiciones fundamentales de esta tesis: los festivales de cine son importantes eventos de la vida pública. Un festival de cine (algunos festivales de cine) es algo más que una selección de preestrenos que llena las salas de una localidad durante unos pocos días. Para muchas personas el FICX había sido un espacio formativo al que regresar cada noviembre; un lugar en el que ver películas y hablar de películas que tocaban celebrar de otra manera. Por eso, en los meses sucesivos en los que se gestionó el cambio de dirección no sólo fue la identidad del festival la que se vio amenazada, sino la identidad del público.

Me remito a mi experiencia. Buena parte de las películas que he visto a lo largo de mi vida en “la gran pantalla,” las he visto en festivales de cine, y algunos festivales como el FICX o el Festival Internacional de Cine de San Sebastián han sido importantes espacios de descubrimiento en los que he formado mi gusto por el cine. Desde que asistí por primera vez al festival de cine de Gijón en 2006 como miembro

---

<sup>1</sup> Datos proporcionados por la organización del festival.

<sup>2</sup> “Cienfuegos, posible director del Festival de Cine de Sevilla,” *El Comercio*, 23 de abril, 2012, <http://www.elcomercio.es/20120423/mas-actualidad/cultura/cienfuegos-201204231745.html>.

del jurado joven, mi afición al cine ha estado vinculada a una serie películas y cineastas (Lucrecia Martel, Carlos Reygadas, Shinya Tsukamoto, Aleksey Balabanov). Pero también a una serie de momentos que sólo puedo concebir en el espacio del festival: los coloquios después de las películas, llegar la primera a la cola (al menos media hora antes de que abran las taquillas), ver esa película que empieza a las doce aunque mañana quieras ver otra que empieza a las nueve (no quieres perderte ninguna de las dos), arrastrar el sueño de esta sesión, llegar tarde a la cola y rezar para que queden entradas para la película que querías ver, quedarse sin entradas y tachar, reescribir sobre el cuadrante de horarios hasta dar con la opción B, cruzarse con Bertrand Bonello o Ricardo Darín, hacer cola otra vez. Pero sobre todo, la sensación de que las proyecciones, los bares llenos, las colas que dan la vuelta de la esquina del Teatro Jovellanos (Gijón) o del Teatro Victoria Eugenia (San Sebastián), están rodeados de algo mucho más importante que tiene que ver con *hacernos en comunidad* en torno al cine.

Creo que encomendarse al análisis del estado de cine en la actualidad o a la cada vez más compleja tarea de hablar de cine, requiere hoy más que nunca acudir a los contextos, a los lugares en los que la cultura del cine se hace y se consume. Tengo la certeza de que nuestros “rituales” de consumo y las formas que tenemos de *hacernos en comunidad* en torno al cine pueden darnos pistas no sólo sobre las nuevas tendencias mundiales y los caminos que sigue el cine contemporáneo, sino también sobre cómo se están transformando las vivencias que el público tiene del cine. Así lo han visto toda una serie de críticos y académicos que especialmente en el ámbito anglosajón se han dedicado en los últimos diez años al estudio detallado de los festivales de cine como lugares de encrucijada en los que el cine convive con discursos de marketing local, de turismo, de la industria, de identidades de la diáspora, de activismo o de políticas lingüísticas, que lo cuestionan y lo ponen a prueba.

En estos espacios en los que el cine ha encontrado nuevas formas de habitabilidad es donde, desde mi punto de vista, se vienen jugando muchos de los cambios que afectan a la definición del cine como medio único y singular. Me refiero no sólo a las nuevas formas de producción o formatos a los que fuerza la “dictadura de los festivales” sino también a nuevos modelos empresariales y estrategias de financiación que surgen a la luz de algunos de estos eventos, a sus procesos de selección, al auge del “cine de festivales” como género (Falicov 2016), a la dependencia y la compleja relación con el uso de nuevas tecnologías, a la experiencia

del público, a la canonización de ciertos cines o a la cada vez más difícil categorización de los cines nacionales.

Desde el momento en el que hablamos de un fenómeno tan actual como los festivales de cine, este estudio no puede más que plantearse como un punto de partida en muchos aspectos. Primero, porque en él se tantean las posibilidades de empezar a definir qué son los festivales de cine desde una mirada social hasta ahora descuidada, y segundo, porque en el propio comienzo nos encontramos con que el estudio de los festivales de cine ha ido ganando terreno en los estudios académicos, algo que está corroborando la incipiente y prolifera disciplina de los Film Festival Studies. A esto hay que añadir la dificultad de enfrentarnos a un fenómeno no solamente de absoluta actualidad, sino que además se amplía, prolifera y aumenta en público al mismo tiempo que escribimos sobre él. La proliferación desreglada de festivales de cine en lugares sin una tradición cinematográfica visible, la sensación de que las ciudades responden a la tendencia cultural de tener un festival bajo cualquier coste y la llamativa falta de un cuerpo regulador en España que responda por sus acciones, es uno de los temas que más parece inquietar a los especialistas del medio, críticos y académicos. Sin embargo, el consenso que ha ido tomando forma entre las publicaciones divulgativas y especializadas acerca del “problema de la proliferación de festivales” (Mesonero Burgos 2008, 9),<sup>3</sup> no cuenta aún con una vía de investigación sólida que permita distanciar el tema del tono de protesta al que le han sometido los medios. Esto nos hace pensar que sea necesario sacar la cuestión de los festivales de cine de lo ocasional y consolidar en el contexto de la investigación académica en comunicación audiovisual un fenómeno cuya relevancia institucional, industrial, sociocultural y económica emerge en toda su dimensión cuando se aborda desde una metodología adecuada a su complejidad.

Comprobamos, además, que el estado del estudio de los festivales de cine se torna más problemático cuando al rascar la primera piel del problema descubrimos que a la pregunta de por qué hay (tantos) festivales de cine, se da casi siempre la misma respuesta. O que tal pregunta se formulan siempre desde la misma preocupación: la que se interesa por el mercado y la industria cinematográfica y da por sentado el papel bienhechor de los festivales de cine en su protección de un cine de calidad y sin

---

<sup>3</sup> Problemas a los que apunta Sergi Mesonero Burgos como la falta de profesionalismo, la constante inestabilidad financiera, la saturación de eventos en el calendario y consecuente superposición de certámenes, la reproducción de los mismos estándares y conceptos o la dependencia de subsidios.

posibilidades de acceso al público. La entrevista que la edición española de *Cahiers du Cinéma* (*Caimán. Cuadernos de Cine* desde 2013) le hace en septiembre de 2008 a los directores de los cinco grandes festivales de cine españoles, es muy sintomática de la presencia de una serie de ideas y máximas que se repiten cuando toca hablar de festivales de cine en el medio profesional:

Cahiers du Cinéma: ¿Qué papel piensa que debe jugar un festival de cara a la difusión, valoración, crítica y puesta en valor de ese cine “invisible” que no encuentra hueco en las pantallas comerciales?

Los festivales, debemos convertirnos, sin complejo de ningún tipo, en la antesala de un gran circuito alternativo de distribución.” (Claudio Utrera, Festival Internacional de Cine de Las Palmas de Gran Canaria)

Sobre todo lo que tenemos claro es que estamos formando al espectador, buscando la educación de una mirada que trascienda. (José Luis Cienfuegos, Festival Internacional de Cine de Gijón/FICX)

Los festivales funcionan como un elemento corrector del sistema de distribución permitiendo que un determinado tipo de películas pueda encontrar cabida en las salas comerciales, al ser adquiridas por distribuidores independientes. (Mikel Olaciregui, Festival Internacional de Cine de San Sebastián/ Donostia Zinemaldia)

Los festivales deben descubrir ese cine “invisible,” crear debate en torno a él y situarlo en el contexto, pero deben de ser también foros de presión para que ese cine consiga salir del circuito de festivales. (Ángel Sala, Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya. Sitges)

Se estrenan con el sello de Seminci lo que a ojos de consumidores de ese tipo de cine es una garantía de que la película que van a ver no es cine vacío ni barato y sí un cine que merece ser visto. (Javier Angulo, Semana Internacional de Cine de Valladolid/Seminci) (Herederó y Reviriego 2008, 48–52)

Tendremos que poner bajo examen estas declaraciones, que ponen de manifiesto algunos de los criterios y principios siempre discutibles a los que se adscribe el circuito de festivales. Por último, parece que no sólo las razones que argumentan el *por qué*, el *para qué* y el *para quién* de los festivales de cine son dadas por supuestas, sino que la presencia frecuente de estos certámenes en el calendario de festividades del programa cultural de determinadas ciudades los ha convertido en un fenómeno axiomático que prácticamente damos por sentado.

Con el fin de ofrecer una aproximación lo más fiel posible tanto al actual estado de los festivales de cine españoles como a los cambios (institucionales, empresariales,

de la crítica) que empezamos a percibir, vamos a trazar una aproximación lo más ilustrativa posible de los argumentos, las historias y las tramas que hasta hace bien poco han contribuido a construir la crónica de los festivales de cine como instituciones *necesarias*. Discursos de mercado, de cinefilia, de singularidad artística, de activación económica y turística, de marketing o de ciudadanía con los que los certámenes internacionales, respaldados por sus respectivas instituciones públicas, se han presentado a los ciudadanos, a las audiencias y a los públicos desde el pasado siglo. Un discurso que ahora se dirige a ciudadanos que ya no se conforman con presentarse en la vida pública como audiencias, sino que se pronuncian como usuarios, escritores, *bloggers*, *vloggers*, periodistas, informadores y expertos tanto en la imagen como en la comunicación en red. Auténticos expertos ciudadano-espectadores para quienes las pantallas han pasado a ser material para el continuo intercambio de información y para establecer con los otros usuarios una comunicación que no cesa. Estas audiencias son centrales al interés de estudio de esta tesis doctoral. Luego hay que enfatizar que el objeto de estudio es el nuevo contexto en el que los nuevos públicos o audiencias sitúan a los festivales de cine.

## 1.1 Justificación

El origen de esta tesis surge en buena medida de una conciencia de que el estadio actual en el que se encuentra el estudio de los festivales de cine necesita más palabras para explicarse. Palabras que en este caso forman parte del universo de lo social y cultural de los festivales de cine. El interés que para los investigadores ha suscitado la dimensión espacio-temporal abierta y porosa del festival y sus extensiones en los procesos macro-económicos de creación de identidad (Sassatelli 2008; Iordanova y Cheung 2010; Falicov 2016; Chan 2011; Triana-Toribio 2013; Czach 2004), no ha venido acompañado de un mayor reconocimiento del papel que el contexto participativo del certamen tiene sobre la experiencia social y (en muchas ocasiones) comunitaria del espectador, ignorándose un hecho inmediato que esta tesis considera prioritario: ante todo un festival de cine *se celebra y celebra* algo. Esta desatención ha llevado a también a sustraer la importancia de lo festivo, como instrumento-marco desde el que las instituciones públicas y privadas nos proporcionan una vivencia de la cultura. Quizás este hecho resulte tan evidente que ha sido demasiadas veces obviado, cediendo su lugar dentro de los estudios de festivales a otras preocupaciones no menos

importantes relativas a la faceta transnacional e industrial de los festivales en relación con la producción cinematográfica, distribución, exhibición, etc. Las dinámicas del circuito, la intervención de los festivales en la evolución de los *world cinemas*, su desafío constante a los discursos de prestigio cultural, o más recientemente la definición de los festivales como lugares que muestran una disposición cosmopolita (Sassatelli 2008). Con el fin de soslayar este vacío de atención, esta tesis parte del impulso teórico-conceptual que nos ofrecen la fiesta y sus conceptos afines para explicar las funciones que los certámenes cinematográficos tienen en la actualidad en nuestra sociedad.

Aunque el aspecto festivo de los certámenes cinematográficos no ha escapado del todo a la observación de los académicos (Rosenbaum 2000; Zielinski 2012; Elsaesser 2005c; Dayan 2000; Czach 2010; Schamus 2012), este no ha recibido la atención merecida como escenario que enmarca las condiciones de exhibición y que dispone unas formas concretas de acercarse al cine. Si bien es cierto que las prácticas y hábitos mediáticos de los nuevos públicos han despertado un interés creciente entre aquéllos interesados en la estética de los contenidos digitales (Manovich 2005; Darley 2002), en las nuevas prácticas y formas de consumo de los públicos (Harbord 2002b; Klinger 2006; Staiger 2000), o en la posición estratégica y participativa que el espectador disfruta en la era digital (Tubella y Alberich 2012; Roig 2009; Jenkins 2008; Jenkins 2006; Gillmor 2004), creo que la centralidad que en los últimos tiempos se le ha dado al consumo doméstico de cine y a la conquista del cinéfilo/fan/aficionado/espectador del ciberespacio, ha derivado en un desinterés hacia el consumo de cine en el espacio público en un momento en el que los ciudadanos parecen demandar a toda costa, experiencias cinematográficas que impliquen involucrarse en algún tipo de acontecimiento o evento social.

Creo además, que el consumo doméstico de audiovisual no sólo se ha percibido como una consecuencia de la penetración de las tecnologías digitales de la información y del entretenimiento en el hogar, sino como una suerte de abandono del espacio público y de la distorsión de la vida privada, que parece reflejar una continuidad lógica con el declive del hombre público apuntado por Richard Sennett (1978). En mi opinión, la calle y los espacios públicos como escenarios dedicados a la ciudadanía constituyen un territorio de lo más fértil para volver a prestar atención a la actividad del público cinematográfico. Desde nuestra perspectiva, la “vuelta” del espectador al

espacio público *como participante*, debe estudiarse en el marco simbólico y ritual de los festivales de cine.

A modo de denuncia de este panorama, en un texto precursor sobre el festival de Mar del Plata, Triana-Toribio (2007) llamaba la atención sobre el vacío de atención que en los estudios del cine han recibido las instituciones (públicas y privadas) como creadoras de cultura. Para expresar cómo esta tradición se extiende al estudio de los festivales de cine, escribe: “A pesar de su importancia, es fácil darlos [los festivales] por hecho y concentrarnos en las películas dejando que los árboles/las películas no nos dejen ver el bosque/los festivales” (25). Esta cita de Triana-Toribio expone muy acertadamente la necesidad de asumir en los estudios del cine una mirada mucho más panorámica que se atreva a contemplar con un interés primario los contextos de exhibición y las consecuencias de lo que en ellos ocurre para las culturas del cine, expresadas en las prácticas y los gustos del público. Adaptando a nuestro interés la metáfora de Triana-Toribio, nuestro punto de vista es que es *el festival*, fiel a su naturaleza festiva, el que no nos deja percibir —a los académicos— *la fiesta*, la exaltación y la apoteosis de esta macro-celebración a la que ni el cine ni el público son inmunes. No en vano, Johan Huizinga ([1938] 2007) escribió que “la ciencia, se desliza sobre la realidad de la fiesta como si esta no existiera” (38).

## 1.2 Delimitación del objeto de estudio

El objetivo de esta tesis es elaborar una metodología adecuada para el estudio de la experiencia cultural y social de los festivales de cine. Considero que esta metodología debe aproximarse al fenómeno de los festivales desde dos flancos. Por un lado el de las audiencias, de las que observaremos sus prácticas dentro y fuera del festival. Por otro lado el de las instituciones, asumiendo que la experiencia festiva del cine es parte de un fenómeno que hoy se concibe en el marco de las ciudades y que se encuentra regulado por las políticas culturales. Esta metodología pretende responder a la hipótesis central de esta tesis: la proliferación de festivales de cine y su perfil cada vez más participativo responde a una tradición-lúdico festiva en la que el cine ha sido el medio por excelencia desde el que lograr que la gente se involucre en la cultura, especialmente, desde que la cultura se concibe como cultura masiva, accesible a todos. Decir esto es reconocer que ser espectador, dominar las imágenes, es una de las formas cardinales que tenemos de participar en la vida pública, y participar a su vez, significa



salir de la condición de “meros espectadores” (a intérpretes que se implican) e implicarse de manera lúdica en los desafíos que la sociedad nos propone. A veces, esta participación se produce desde los márgenes de la cultura masiva, lugares-otros a los que como veremos, también se encuentra asociado lo festivo. como veremos, desde una posición lateral, o desde los márgenes de la cultura masiva.

A nuestra hipótesis, vinculamos una serie de preguntas que constituyen la base a partir de las que iremos poniendo los cimientos teóricos de esta investigación: ¿qué papel asume la ciudad en la imaginación del público del festival como comunidad cinéfila? ¿qué relación existe entre los festivales de cine, la ciudadanía y las políticas culturales españolas? ¿qué retos asumen los festivales de cine en el escenario de las sociedades en red y la mediación tecnológica? Estas preguntas nos sitúan en la confluencia entre disciplinas tradicionales (la antropología, la etnografía, la sociología), nuevas disciplinas en las ciencias sociales y la comunicación (los estudios de cine, los *media studies*, la investigación de audiencias) y tradiciones multidisciplinares como la hermenéutica, una posición fronteriza que se ve favorecida en el dominio emergente de los Film Festival Studies.

### 1.3 El despegue de una disciplina: Film Festival Studies

Como hemos dicho ya, el estudio académico que se ha dedicado a los certámenes cinematográficos es aún primerizo en muchos aspectos y por ello con muchos flancos por cubrir todavía. Aun con todo, los estudios dedicados a los festivales de cine están adquiriendo un nombre propio como práctica académica independiente en el panorama universitario europeo y al que investigadores procedentes de tradiciones disciplinares diversas están dedicando su actividad investigadora. Los estudios cinematográficos, los estudios culturales, los estudios de género, los estudios de turismo o los estudios de urbanismo son las áreas que han contribuido con sus métodos de forma más relevante. Pero también críticos, programadores y profesionales del medio han reflexionado desde fuera del ámbito universitario contribuyendo a ampliar el conocimiento de una materia que casi siempre queda, desgraciadamente, fuera del ámbito profesional de los investigadores. Es el caso de los trabajos realizados por Jonathan Gann (2015); Chris Gore (2009), Richard Porton (2009a), Kenneth Turan (2003), o Diego Galán (2002) entre muchos otros.

La nueva demanda de especialistas que impulsen y dinamicen el estudio de los festivales de cine en la investigación académica, ha dado lugar a la necesidad de reunir y poner orden al repertorio de artículos, monografías, antologías y capítulos en libros colectivos que se han escrito sobre el tema. Casi todo lo que se ha escrito sobre festivales de cine hasta la fecha, aparece reunido y categorizado en la página web del Film Festivals Research Network (FFRN),<sup>4</sup> una base de datos creada por Marijke de Valck (con base en la Universidad de Ámsterdam y responsable en buena parte de asentar las bases de los Film Festival Studies) y Skadi Loist. Esta bibliografía, actualizada en mayo de 2015, además de documentar el desarrollo de este dominio de estudio, sirve de foro de discusión entre académicos y de punto de contacto para establecer colaboraciones en congresos y publicaciones. La buena salud de los estudios de festivales se ha hecho patente en la presencia de paneles dedicados al estudio de festivales en el congreso de la *Society for Cinema and Media Studies* (SCMS) en 2011, 2013, 2014, 2015 y 2016; en la *European Communication Conference*, celebrada en Lund en 2013; o en el *Screen Studies Conference* en Glasgow en 2013. A continuación vamos a hacer un repaso por los trabajos más canónicos que se han declarado copartícipes del asentamiento de los Film Festival Studies, dedicando una atención especial a los trabajos que se han interesado por los festivales como contextos de exhibición con una considerable repercusión social y comunitaria.

### *1.3.1 Los festivales en el espacio global: la lógica del circuito*

Ante a dificultad de encontrar una definición que abarque la práctica cultural multifacética de los festivales de cine, toda una serie de estudios se han centrado en tratar de desentrañar el funcionamiento de los festivales. Estos trabajos, han optado por describir los festivales como piezas de un sistema complejo que responde a una lógica de red por la que circulan ideas, películas, personas, medios y capital y que son analizables desde las “grandes teorías” de los sistemas como las de Bruno Latour (De Valck 2007; Elsaesser 2005c) o Manuel Castells (Harbord 2002a; Stringer 2001). Entre los trabajos que han contemplado a los certámenes desde su particular carácter

---

<sup>4</sup> Marijke de Valck y Skadi Loist, *The website for the Film Festival Research Network*. Accedido el 20 de noviembre, 2016, <http://www.filmfestivalresearch.org>.

global, destacan los que han asumido que la función principal de los festivales es hacer de circuitos de distribución y de exhibición global (Iordanova 2009; Elsaesser 2005c).

En su primera aproximación al circuito internacional de festivales de cine en el texto *The Film Festival Circuit* (2009), Iordanova realiza una serie de apreciaciones que ponen en duda el consenso alcanzado por académicos y por la crítica de que los festivales forman una red de distribución alternativa de cara a Hollywood y al cine *mainstream* y que funcionan, por lo tanto, para corregir las fallas de un sistema de distribución mundial que se revela desigual, tal y como también reconoce Thomas Elsaesser (Elsaesser 2005c, 93, 87). Como alternativa, Iordanova propone una definición que contemple los festivales como eventos cuyo *modus operandi* no es parte de una red estructurada y que no es capaz de asentarse como una red de distribución alternativa ante las carencias de una cadena que ha demostrado ser ineficiente a la hora de trabajar como un sistema de dependencias e interconexiones.

Iordanova ha sido promotora del estudio de los festivales de cine desde la Universidad de St Andrews en Escocia, desde donde ha dirigido a un equipo de investigadores (Cindy Wong, Alex Fischer) en el proyecto *Dynamics of World Cinema: Transnational Channels of Global Film Distribution* (2008-2011), del que quedó constancia en unas conferencias celebradas en la Universidad de Granada en 2010 en el marco del festival de cine Cines de Sur. En este proyecto han colaborado una serie de investigadores que han participado con sus contribuciones en los volúmenes colectivos *Film Festival Yearbook* (Iordanova y Van De Peer 2014; Marlow-Mann 2013; Iordanova y Torchin 2012; Iordanova y Cheung 2011, 2010; Iordanova y Rhyne 2009). Estos libros han difundido las tendencias investigadoras en el ámbito de los Film Festival Studies y marcado el progreso en ámbitos como el archivo cinematográfico, el activismo, o las comunidades de la diáspora .

En línea con esta ambición por profundizar en la faceta “global” de los festivales de cine, en su texto *Global Cities and International Film Festival Economy*, Julian Stringer (2001) se pregunta qué función cumplen los certámenes internacionales en el espacio de la economía global. Para Stringer el circuito de festivales es una extensión del sistema de relaciones geopolíticas y por lo tanto, una alegorización del espacio y sus relaciones de poder. Mirado así, el circuito de festivales no se distinguiría tanto por celebrar la diversidad como espacios de intercambio cultural y promotores de los cines transnacionales, como por subrayar la hegemonía de unos festivales sobre otros, y como extensión, de unas ciudades sobre otras en el mapa económico global.

Visiblemente influenciado por las teorías de Manuel Castells (2004) sobre la ciudad global y los “espacios de los flujos,” Stringer identifica las ciudades como las atalayas de la economía global, e interroga a los festivales de cine por ser eventos que han contribuido a esta distribución supra-territorial en la que el espacio mundial no se prescribe en naciones o áreas geográficas aislantes, sino de acuerdo con una distribución en red liderada por las metrópolis y dirigida por su capacidad de negociación y de transacción con información y flujos transnacionales (a través del turismo, el comercio, las nuevas tecnologías, etc.).

Janet Harbord retoma esta cuestión en *Film Festivals: Media Events and the Spaces of Flow* (2002a) donde reflexiona sobre el papel que los festivales de cine tienen en la organización y materialización del espacio nacional y regional (61). En este caso, el interés crucial de la autora es designar el circuito de certámenes como un contexto que interviene firmemente en el espacio de circulación y de consumo del cine y que como consecuencia, contribuye a generar el valor social de las culturas del cine. Su énfasis reside en definir los festivales como fenómenos transnacionales y multifacéticos que acogen y hacen dialogar toda una serie de discursos, tradiciones y legados históricos del cine que poseen posiciones opuestas en el imaginario colectivo: discursos relacionados con las prácticas turísticas, el periodismo, el espectáculo de masas, la crítica, la evaluación filmica o las economías locales, encuentran un espacio común durante la celebración del festival (64).

La coexistencia de estos discursos en el espacio del festival, demuestra que la legitimidad cultural de los certámenes se sustenta sobre paradojas esenciales. Por un lado a través de su presencia anual y de su difusión mediática, los certámenes logran naturalizar una serie de oposiciones relativas a las tradiciones del cine-arte y el comercio. Por otro lado, los festivales invocan narrativas de resistencia de las naciones dentro del espacio desterritorializado y globalizado al que contribuyen los certámenes. Como explica Harbord (2002a) “los festivales de cine desde su nacimiento (Venecia, 1932), enlazan las culturas del cine dentro de la organización y la materialización del espacio nacional y regional” (61). La defensa de una metodología atenta a las variables, a los imponderables y a la complejidad estructural y humana del festival de cine, es posteriormente retomada por Marijke de Valck en el primer estudio publicado más completo en torno a los festivales de cine europeos, *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia* (2007).

### 1.3.2 *Festivales, espacio, tiempo*

En *Film Festivals-Time-Event* (2009) Harbord se adentra en la dimensión espacio-temporal del festival y en cómo el carácter periódico del evento, su corta duración, la saturación de su programación o su constante cobertura mediática se conjugan para que el festival sea vivido como un acontecimiento único, sujeto a la contingencia y del evento. Según Harbord, una de las funciones primordiales de los festivales de cine es dar constancia de lo accidental a través de la retransmisión de toda una serie de anécdotas y acontecimientos en los que se ven involucrados estrellas, profesionales y periodistas, y que permite hacer sentir a los asistentes que están participando en un acontecimiento “en directo” y en “el todo es posible.”

Así visto, el espacio del festival y su tiempo constreñido y arrebatado de la cotidianeidad, revalorizan la experiencia que el espectador tiene del cine por un lado en términos de capital cultural, e implican activamente al festival en la definición del espacio urbano. Como explica Harbord (2009), cada ciudad anfitriona “tiene que inventar teatro” (5). Esta bienvenida que el festival le da a lo anecdótico y lo accidental dentro del espacio altamente regulado del certamen, favorece a que el público sienta que su presencia favorece a que el festival se desarrolle. A la luz de esta última hipótesis, ese “momento señalado” que crea el festival para los ciudadanos y cinéfilos vendría ante todo a devolverle al cine su ya desgastado sentido de vivencia única y ocasión irrepetible: “La tarea de los festivales de cine es hacer que el tiempo tenga importancia, ofrecerle urgencia al visionado del cine en un contexto histórico en el que la difusión pública del cine ha dejado de ser un evento en sí mismo,” escribe Harbord (40).

### 1.3.3 *Festivales, prestigio cultural y excelencia artística*

En resonancia con las reflexiones de Janet Harbord, Thomas Elsaesser explica que la autoridad que los festivales tienen en el mundo del cine como creadores de valor cultural, se encuentra directamente relacionada con la singularidad que adquiere todo lo que ocurre durante su celebración. En *Film Festival Networks: The New Topographies of Cinema in Europe* (2005c), Elsaesser inaugura la tesis de que el circuito de festivales pueda constituir una alternativa viable a Hollywood (en continuidad con el conflicto histórico entre Hollywood y la industria de cine europea al

que ha dedicado incontables páginas) aún cuando existen características relativas a sus modelos de marketing y distribución que los sitúa en ligas diferentes (107). La consideración del circuito como un sistema interconectado de profesionales, películas, cineastas, prioridades políticas, pero también de normas y de “marcas institucionales” bajo las que se crea una cierta “cultura de prestigio,” es importante para entender los procesos por los que de acuerdo con Elsaesser los festivales de cine se erigen como creadores de valor y excelencia artística (96).

Elsaesser (2005c) parte de las teorías de Derrida en torno a la naturaleza del evento para explicar que el circuito de festivales, por presentarse en discontinuidad con la vida cotidiana, produce y legitima toda una serie de valores de excelencia fílmica y cultural que a su vez, confirma la importancia de los festivales de cine en nuestra sociedad. Esta autoridad cultural aparece representada dentro del festival a través de un sistema de premios, jurados, ceremonias, protocolo, pero también a través de una comunicación intensiva a gran escala y mediante la asistencia de público que al comprometerse con los códigos del festival, contribuyen a darle credibilidad cultural (96-7).

Marijke de Valck (2007) retoma la cuestión donde la deja su mentor, para profundizar en el papel que los festivales de cine cumplen como sistema de canonización del cine europeo. En concreto, buena parte de su hipótesis doctoral descansa en la problemática de enmarcar los festivales de cine en un espacio cultural al que se le ha atribuido la función de abanderar los estándares de la alta cultura, una problemática que De Valck estudia en festivales como Cannes, Venecia o Berlín. De Valck sostiene que aun presentándose ante la opinión pública como lugares exclusivos y de distinción cultural, estos festivales nacen de la confluencia entre el “cine arte,” las prácticas evaluativas de la programación fílmica, las estrategias de marketing y de mercado, el turismo y el espectáculo mediático. La contribución de De Valck a los Film Festival Studies se nos antoja especialmente importante en lo que se refiere a nuestra futura discusión sobre el papel de los festivales de cine en ofrecer continuidad y credibilidad a una cierta al legado histórico del cine de autor y de un cine que se enmarca falsamente fuera de los estándares comerciales y de la colonización americana.

### 1.3.4 Festivales de cine e identidades de la diáspora

Las cuestiones relativas a las dinámicas transnacionales que sostienen el circuito de festivales de cine no solamente han sido tratadas desde el punto de vista del espacio y la ciudad, sino que han sido plenamente desarrolladas en el marco del estudio de los cines nacionales/transnacionales y su circulación. En este ámbito, algunos académicos han llamado la atención sobre cómo el trabajo de programación, pero también aspectos relativos a la historia de los festivales, las jerarquías en sus políticas de selección, e incluso el azar, han contribuido a definir unos cánones del cine nacional (Triana-Toribio 2013; Chan 2011; Czach 2004). Así, en su estudio sobre el papel que el Festival Internacional de Cine de Toronto ha tenido como promotor de algunos cines canadienses, Czach (2004) concluye que “Si la programación ayuda definir y reflejar el estado de un cine canadiense, también puede retar ciertas ideas preconcebidas de lo que se define como cine canadiense” (86).

Esta problematización de la idea de los cines nacionales en un contexto marcadamente transnacional que cada vez se define menos en términos de lo nacional, muchos académicos han partido del circuito (o los circuitos) de festivales como un escenario en el que problematizar cuestiones relativas a la identidad, enunciada desde una diversidad de fronteras nacionales, sociales, religiosas, étnicas, sexuales, de género, etc. En cuanto a la función de los festivales de cine como mediadores de ciertas agendas políticas y de identidad asociadas a comunidades minoritarias, destacan los trabajos sobre festivales de cine gay y lésbico (LGBTQ) (Damiens 2015; Zielinski 2012; Loist 2012), festivales con preocupaciones supranacionales asociados a determinadas prácticas lingüísticas, culturas y localizaciones geográficas (festivales de cine árabe, iberoamericano, francófono, etc.) (Iordanova y Torchin 2012; Santaolalla et al. 2010; Triana-Toribio 2007; Kriger 2004), o bien festivales que promocionan determinadas agendas políticas vinculadas a etnias, como los festivales de cine judío (Segal 2010; Koven 1999b) o de género, como los festivales de mujeres (Armatage 2009). A los festivales de cine que reivindican comunidades de la diáspora se dedica el segundo volumen de la serie citada, *Film Festival Yearbook 2: Film Festivals and Imagined Communities* (Iordanova y Cheung 2010) en el que la teoría de las comunidades imaginadas de Benedict Anderson, se descubre como una herramienta fácil de acomodar al estudio de los festivales como territorios supranacionales en los que practicar la posibilidad de invocar y reinterpretar identidades lejos del lugar de

origen, así como para activar la afinidad entre los miembros asistentes quienes tienden a imaginarse como una comunidad en el marco ocasional del festival (12).

### *1.3.5 Los festivales y la etnografía*

Aunque en los estudios de festivales se ha hecho hincapié en la importancia de que el investigador se involucre de forma etnográfica en los festivales que estudia (Vallejo, 24), la etnografía, no ha sido la herramienta más usada a la hora de estudiar los festivales cinematográficos. Es más, sólo recientemente diversos académicos se han embarcado en estudios que conllevan el uso de cuestionarios, entrevistas en profundidad, grupos focales y toda una serie de herramientas para el análisis cuantitativo y cualitativo de la audiencia. Uno de los primeros trabajos que enfoca el estudio de festivales desde esta ambición etnográfica es *Looking for Sundance: The Social Construction of a Film festival* (Dayan 2000), en el que Daniel Dayan se enfrenta al reto de analizar la estructura social del Festival de Sundance. Dayan, como antropólogo, acude a Sundance en 1997 interesado en dar con los mecanismos que ayudan a que los asistentes del festival se comporten como una audiencia. Amparando su estudio en las teorías de los ritos sociales de Erving Goffman (1959), Dayan observa que el festival de cine se constituye a partir de una serie de guiones implícitos que el público, los profesionales jurados y asistentes interpretan en función de lo que se espera de ellos dentro del certamen. Por eso, Dayan concluye que el festival de cine se dedica fundamentalmente a producir definiciones de sí mismo, una actividad que en último término Dayan le asigna al material impreso de carácter efímero que circula por el festival y que “responde a preguntas de autodefinition, identidad y carácter” (45).

Si el estudio etnográfico de Dayan le lleva a valorar el papel del componente escrito, en estudios recientes, la etnografía ha venido asociada tanto al análisis de las estrategias de programación y la retórica del festival de cine (Stringer 2008), como al análisis de las audiencias del festival, su interacción con diversos elementos del certamen, sus motivaciones y sus modos de recepción (Dickson 2015; Martínez et al. 2015; Unwin et al. 2007; Van Extergem 2004; Ethis 2001), un ámbito en el que, como veremos más adelante, se enmarca esta tesis doctoral.



### *1.3.6 Los estudios de festivales en España*

A pesar de que en el mundo anglosajón la producción de artículos, libros e investigaciones acerca de las funciones de los festivales ha sido verdaderamente prolífica, en la universidad española las aproximaciones al tema han sido muy ocasionales. Además, en muchos casos las contribuciones son réplicas desde el punto de vista metodológico y temático de lo que ya se ha hecho en el mundo anglosajón, pero trasladado al panorama de festivales españoles. En el marco de lo que con esperanza podemos calificar como un despegue de los estudios de festivales de cine en España, hay que destacar el trabajo ya citado de Núria Triana-Toribio (2011) sobre la puesta en perspectiva histórica de la viabilidad del Festival Internacional de Cine de Gijón/FICX y Semana Internacional de Cine de Valladolid/Seminci, dos certámenes centrales del circuito español y, con el mismo énfasis histórico, el trabajo pionero de Valeria Camporesi (1994) sobre las culturas del cine español desde los años 1940, en el que dedica un capítulo al papel que el Festival Internacional de Cine de asume en la evolución de las políticas en torno al sector del cine infantil en España (105-15). También desde el hispanismo, Chris Perriam (2010), usa el contexto de Festival de la Luna de Valencia (Festival Internacional de Cine Gay y Lésbico de la Comunitat Valenciana) para explorar el papel de lo efímero como punto de partida para la elaboración de una narración alternativa de la historia española. Esta narración, debe nutrirse de la observación de toda una serie de momentos del día a día a primera vista irrelevantes, perecederos, anónimos, pero excepcionales, que “capturan el interior de la vida de la gente [ordinaria]” (291).

Por otro lado, hay que mencionar a una serie de investigadores jóvenes que han tratado de analizar el funcionamiento y las reglas internas del circuito de festivales español, desvelando cuestiones relativas al efecto que los festivales tiene sobre la consolidación de realizadores (Jurado y Nieto 2014), el funcionamiento de herramientas de financiación como Cine en Construcción y la visibilidad que estos productos pueden dar a festivales como San Sebastián (Campos 2013, 2012), o el impacto que los festivales tienen en la acumulación de valor de visibilidad internacional de algunas películas (Rodríguez Isaza 2014). Finalmente, queda nombrar toda una serie de tesis doctorales que están contribuyendo a ensanchar el interés académico por los festivales españoles en el marco hispanohablante como las de Campos (2016), Vallejo (2012), Binimelis (2011), Jurado (2006), y Devesa (2005). De

este creciente interés es muestra el número monográfico que la revista de cine especializada *Secuencias. Revista de Historia del Cine*, dedicó a los festivales en 2014. Asociadas a esta última publicación, nos quedan mencionar las mesas redondas celebradas en el marco del *Festival Internacional de Cine Documental Punto de Vista* en las que se abrió un espacio de reflexión sobre la función de los festivales de cine en el contexto definido por la diversificación de formas de exhibición y la accesibilidad de los usuarios al cine. Así mismo, hay que mencionar la atención que desde diferentes departamentos de universidades españolas se ha prestado al ámbito de estudio de los festivales de cine. En este contexto, no podemos dejar de citar el Seminario anual sobre festivales de cine organizado por el Observatorio de Cine en 2005, así como las jornadas *Cines del Norte, Cines del Sur* celebradas en 2010 en la Universidad de Granada en el marco del Festival Cines del Sur, articulado en torno a las conferencias de Dina Iordanova y Marijke de Valck, y en las que se reflexionó sobre la representación y visibilidad de los “cines del sur geopolítico,” en los festivales del norte.

A pesar del interés que los festivales de cine empiezan a suscitar como tema de estudio en el mundo académico español, nos queda llamar la atención sobre la inexistencia de trabajos que examinen el papel que la participación del público en los festivales de cine como un elemento que intervine en la formación de culturas cinematográficas y que tiene cada vez más peso en la toma de decisiones de directores. Esta carencia resulta llamativa teniendo en cuenta las transformaciones que en los últimos años el espacio y la vivencia del espectador están experimentando en los festivales, tanto en el marco de certámenes con una trayectoria, como en los festivales que nacen con el énfasis puesto en renovar las relaciones entre el cine y el público a través de fórmulas participativas en el marco de una comunicación abierta con cineastas y profesionales del medio. En este sentido, me gustaría destacar el trabajo de Cristina Pujol, *Fans, cinéfilos y cinéfiagos: una aproximación a las culturas y los gustos cinematográficos* (2011) en el que los gustos y prácticas cinéfilas de las audiencias, reciben una atención especial a la hora de elaborar una historia de las culturas del cine en España. Un punto de partida que debe de ser un referente para cualquier estudio que se proponga aproximarse a la experiencia de las audiencias de los festivales de cine españoles.

## 1.4 Métodos teóricos y prácticos

### *1.4.1 Herramientas conceptuales y aproximación analítica al estudio de festivales de cine: una metodología de los conceptos viajeros*

Localizar mi interés en el ámbito sociocultural de la fiesta, es decantarme por el estudio de los festivales de cine como experiencias particulares en las que intervienen elementos de creación de valor, de ritualidad, de comunidad y como fenómenos que recientemente compaginan su rol legitimador del cine arte y de calidad con la expresión de una empatía con lo social. En mi aproximación pretendo por tanto, definir estos conceptos en términos que me permitan desarrollar un estudio de los festivales como *fiestas del cine*. Esto nos debe poner ante una serie de consideraciones terminológicas y conceptuales que nos ayuden a conciliar aspectos y realidades que no acostumbran a encontrarse en el mismo campo de análisis.

Se tratan de palabras como juego, rito y fiesta, cuyas definiciones más provechosas nos vienen desde la etnografía, la antropología religiosa o la historia de las religiones. Distanciándolos de este marco mágico-religioso y supersticioso, son esos mismos elementos comunales, litúrgicos, los que acabarán desde mi punto de vista ofreciéndonos una definición de la experiencia social que el público tiene en el festival de cine. Desde este punto de vista, una aproximación superficial a las nociones de la antropología cultural nos ayudará a definir el festival de cine en relación con las costumbres propias de todo acto de socialización, de consolidación de una cultura, de sus usos y de sus fines. Nuestro punto de vista es que por muy lejanos que estos usos nos puedan parecer a una sociedad como la nuestra —una sociedad en la que los festivales son un pasatiempo habitual—, son los elementos comunales y litúrgicos los que acabarán ofreciéndonos una mejor comprensión de lo que consolida las prácticas del festival de cine.

*Festival* alude a todo esto. Está claro que podemos tratar esta palabra como un nombre más sin más denotación que la de ser un título que poco dice, que sólo indica un evento más de la industria cultural en una ciudad concreta. Pero para mis intereses, lo que connota esta palabra es esencial para dar unidad a los varios intereses que el fenómeno de los festivales de cine provoca. Pues no sólo es la devoción por el cine lo que da sentido a los festivales, sino que lo que consolida las prácticas es la afluencia de gente: si la gente abandona la práctica los ritos desaparecen, las fiestas desaparecen,

los dioses se olvidan. Llevado esto al contexto del consumo de cine, lo central de mi interés está ahí: cómo en el contexto del festival el uso lúdico-festivo de la cultura, de las identidades culturales, favorece la aparición de un público fiel y una expectativa que consolide el nombre de un festival de cine y su prestigio.

Dada esta premisa, Mieke Bal y su propuesta teórica de “hacer viajar a los conceptos” (2006), nos ofrece un espacio metodológico que puede ayudarnos a explorar las conexiones entre conceptos procedentes de distintas tradiciones teóricas y abordar un fenómeno tan contemporáneo como el de los festivales de cine, atravesado por discursos e intereses que a menudo entran en conflicto. En *Conceptos viajeros de las humanidades*, Bal encuentra viable pero también vital la práctica de un cambio metodológico en la forma que las humanidades tienen de abordar los objetos de la cultura, a menudo incomunicados en campos de especialización que educan a los conceptos a servir a determinadas “legislaciones metodológicas” (29). Como si el uso de una vieja herramienta justificara todos los pasos que da el investigador, estas “legislaciones” han condenado a los conceptos de distintas disciplinas humanísticas a una unidimensionalidad que puede dar lugar a una pérdida del valor crítico de las humanidades. A partir de aquí, Bal propone tratar los conceptos teóricos como *unidades que sostienen la metodología* y cuyo significado es imprescindible deconstruir a través de un “viaje” de los conceptos por las diferentes disciplinas, períodos históricos, contextos y culturas por los que han transitado y acumulado significados.

Como Mieke Bal, creemos firmemente que una práctica que indague en las capas más profundas y olvidadas de los conceptos puede evitar posiciones partidistas respecto al objeto de estudio o excesivamente apegadas a ciertos significados, y estimular la aparición de nuevas controversias y argumentos durante la investigación de los festivales de cine. Por ello, esta tesis pretende reivindicar el papel de los conceptos como herramientas imprescindibles en la interacción entre el investigador y su objeto estudio en la comunicación audiovisual. Partiendo de la propuesta teórica de Bal, aspiramos a poder abordar el estudio de los festivales de cine a partir de una discusión analítica de conceptos que va a preceder a cada capítulo y que serán relevantes en el desarrollo de cada tema. De este modo, los conceptos en sí, van a funcionar como “hoja de ruta” que defina las etapas de nuestra metodología por capítulos:

- (2) Las culturas del cine ----- Política y economía de los festivales de cine
- (3) La audiencia -----Derivaciones sociales y culturales del espectador en la era crossmedia
- (4) El juego ----- Una teoría lúdica del espectador
- (5) La ciudad ----- La ciudad como terreno de juego
- (6) La fiesta ----- Las fiestas del cine: del cine de atracciones al “cine de eventos”
- (7) Caso de estudio

Con este antecedente, la primera fase de cada capítulo consistirá en hacer conversar a los conceptos que sustentan las teorías de esta tesis (culturas del cine, audiencias, juego, fiesta) contribuyendo a establecer una suerte de “interactividad productiva” entre ellos, tal y como sugiere Bal (2006, 31). Una interactividad necesaria en la medida en la que puede sugerir relaciones que hasta ahora nunca se habían establecido entre determinados conceptos, así como entre éstos y el objeto de estudio. Así, por ejemplo, un concepto como el juego que recientemente han recuperado los Games Studies y los estudios sobre ludología, y que encontramos enmarcado en la historia de la religiones, los estudios teatrales o en la sociología del juego, dialogará con conceptos tan connotados de actualidad y aparentemente desprovistos de religiosidad como el espectador, el evento y la ciudad. Pero también con los escenarios tecnológicos, las políticas culturales o las culturas del cine.

El enfoque adoptado pretende desarrollar una metodología para el estudio de los festivales que se construya a partir de las aportaciones de diferentes disciplinas que se verán relacionadas según el método de análisis de los conceptos viajeros planteado por Mieke Bal (2006). Algunas de estas disciplinas ya se han visto implicadas en el estudio de festivales culturales con anterioridad. La crítica de la cultura (Debord, Benjamin, Méndez Rubio), los estudios sobre fans (Hills, Jenkins, Pujol, Roig, Gray), los estudios de cine (Bordwell, Stam, Metz, Gunning, Elsaesser), los estudios de audiencias (Staiger, Klinger, Barker), los estudios sobre cibercultura (Brea, Lévy) la sociología de la cultura (Dayan, Thornton, Sconce, Mancovich), la antropología y la historia de las religiones (Durkheim, Malinowsky, Geertz, Turner, Van Gennep, Duch), la filosofía del juego (Gadamer, Marcuse, Schiller), o la sociología del juego (Caillois). La sociología, en su faceta del estudio sociológico de la cultura, nos permitirá establecer un puente entre las disciplinas anteriores. Esperamos que esta última sirva por primera vez a un estudio cualitativo profundo de las implicaciones que el juego y la fiesta tienen en la vida cultural contemporánea y en la reunión y la gestión de los diversos niveles de participación en el festival de cine. Una cuestión que

esperamos ilumine los procesos de formación de las comunidades del cine en el estudio de caso final: La Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián.

#### *1.4.2 Una etnografía de los festivales de cine*

Alan Bryman (2012) describe el trabajo etnográfico como método de investigación en las ciencias sociales de la siguiente forma:

El etnógrafo/a se adentra en un grupo por un periodo de tiempo, observando su comportamiento, escuchando lo que se ha dicho en las conversaciones con otros y con él/ella mismo/a, y haciendo preguntas. (...) Típicamente, los observadores participantes y etnógrafos recogerán información a través de entrevistas y la recopilación de documentos. (432)

No es de extrañar que los estudios de festivales de cine hayan reivindicado recientemente las posibilidades de la etnografía en este campo. En un texto acerca de los problemas metodológicos que enfrentan los investigadores de festivales, Aida Vallejo (2014) reflexiona sobre las ventajas de usar la etnografía a la hora de obtener una visión integral del evento:

Esta metodología [la etnografía] implica la asistencia a los festivales donde están trabajando esos profesionales, observando en qué condiciones desarrollan su actividad, cómo se relacionan, cómo organizan su trabajo y, sobre todo, cómo las legislaciones vigentes (que son en principio conceptos un tanto abstractos) se concretan en marcos normativos concretos que favorecen o limitan unas u otras actividades. (25)

Por tratarse de espacios públicos de libre acceso, la asistencia a certámenes ha constituido la principal fuente para esta tesis doctoral. Aunque a lo largo del trabajo he tenido en cuenta mis primeras experiencias en el Festival Internacional de Cine de Gijón, las experiencias y ejemplos que vamos a describir, hacen referencia a las ediciones de los festivales celebradas entre 2012 y 2016.

Si en la fase final de esta tesis realizamos un estudio analítico de la Semana de Cine Fantástico y de Terror aplicando teorías y métodos analíticos propios de la etnografía en estudios de audiencias, esta tesis doctoral se hace eco de mis observaciones y mi experiencia en festivales de cine españoles, concretamente, en el Festival Internacional de Cine de Gijón/FICX, el Festival Internacional de Cine de San

Sebastián/Donostia Zinemaldia, y la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián. En el caso del FICX y de la Semana de Terror, he podido participar como acreditada, lo que me ha brindado la oportunidad no sólo de ver todas las películas de la sección oficial, sino también de participar en la celebración del certamen desde la inauguración a la clausura. Es decir, en esta tesis recogemos parte de los resultados de el estudio sincrónico realizado en el FICX entre las ediciones de 2012 y 2015, y en la Semana de Terror entre las ediciones de 2012 y 2016.

Partiendo de mis vivencias y de la discusión crítica de los conceptos elegidos, vamos a presentar ejemplos específicos basados en mis observaciones como participante, en material impreso que he ido recopilando a lo largo de mis visitas (material promocional, informativo, informes, libros, fanzines, revistas) y en los sitios oficiales que diferentes festivales españoles tienen en Internet, incluyendo algunas redes sociales. A continuación, hacemos un resumen de los métodos usados:<sup>5</sup>

a) Observación participante. Como explica Aida Vallejo Vallejo (2014):

la observación participante es una de las técnicas distintivas de la etnografía, que conlleva la participación del investigador/a en el hecho social que analiza, siendo testigo de las vivencias de los sujetos en el momento en que se producen, en vez de limitarse al relato retrospectivo de la entrevista. (25)

Aunque el concepto de la “observación participante” parece enfatizar que la observación como método principal de conocimiento del evento, como señala Alan Bryman, “en la práctica, los observadores participantes hacen algo más que observar” (432). Dado que nos enfrentamos a un evento en vivo que está ocurriendo mientras lo estudiamos, la observación participante ha sido imprescindible para tener testimonio de primera mano de lo que ocurre en el festival. En ambos casos, he adoptado una posición de *insider* a la hora de aproximarme al festival, asistiendo a las sesiones, involucrándome en actividades (exposiciones, ruedas de prensa, talleres, fiestas de inauguración y de clausura, encuentros, coloquios después de las películas, etc.), y entablando conversación con los miembros de la audiencia, invitados, periodistas y

---

<sup>5</sup> Dado que en el caso de la Semana de Cine Fantástico y de Terror se ha llevado a cabo un estudio en profundidad, en el Capítulo 6 dedicamos una sección a la explicación detallada de los métodos teóricos y analíticos usados en este festival.

organizadores del festival. Dado que las entrevistas en profundidad sólo han sido usadas en el caso de la Semana de Terror, tomar notas de campo ha sido de crucial importancia para analizar la información una vez finalizado el evento. Considero que dado el objeto de estudio, la escritura etnográfica ha sido de gran utilidad para salvar la falta de objetividad a la que expone la experiencia festiva e inmersiva durante el certamen, un problema al que han hecho referencia Stringer (2013) o Vallejo (2014).

b) Análisis de material impreso producido por el festival: En este caso, se ha recopilado tanto el material promocional e informativo producido para el público y los profesionales (catálogos, trípticos, programas, periódicos del festival) como fanzines, libros y números especiales de revistas creados por el festival o por sus colaboradores para su venta o su distribución entre el público, acreditados o abonados.

Aunque, como sostiene Vallejo, por tratarse al fin y al cabo de material promocional y por su tendencia a la automitologización, este tipo de material puede resultar problemático como fuente primaria de investigación, considero también que es material valioso por ofrecernos información acerca del tipo de retórica con la que el certamen se dirige a su público *durante la celebración*. Además, como ha señalado Zielinski, el investigador del festival no debe despreciar el valor del material impreso que el certamen produce en cada edición ya que por su carácter efímero, contiene información que en muchos casos desaparecerá o que será redundante al finalizar el evento. En este sentido, considero de especial valor los diarios del festival producidos por Donostia Zinemaldia y el FICX, que además de entrevistas con los invitados y reseñas de películas, contienen crónicas de lo ocurrido a lo largo del certamen que puede completar la visión personal de los acontecimientos. A esto tenemos que añadir los informes realizados por el festival después del certamen que en cada caso, fueron cedidos por la organización.

c) Análisis de los oficiales en Internet y redes sociales: más allá de funcionar como un espacio informativo veremos que las redes sociales (Facebook y Twitter) se han convertido en una vía de comunicación clave entre el certamen y el público, a la que el festival recurre tanto para lograr una presencia prolongada en la vida de los asistentes (ya fuera de la celebración del evento), como para obtener información relevante de sus seguidores. Además, veremos que las redes sociales han pasado a tener un papel central en la creación de anticipación previa al evento y como vía para motivar la



participación se los seguidores a través de toda una serie de estrategias (concursos, tests, preguntas tipo trivial, etc.). En este caso nos hemos centrado en los discursos del festival en las redes sociales, prestando especial atención a Facebook.

d) Análisis de la prensa diaria: La prensa diaria ha sido una fuente ineludible para valorar el alcance de los eventos a nivel nacional y local, así como para conocer la postura que los diferentes periódicos mantienen respecto al festival. La aproximación a la prensa diaria se ha hecho en función de las necesidades de cada momento. Por un lado hemos recopilado los diarios locales y regionales (*El Comercio* y *La Nueva España*, en el caso del FICX, y *El Diario Vasco* y *El Correo*, en el caso de la Semana de Terror) durante el periodo del evento. Por otro lado, hemos recurrido a los dossiers de prensa creados por el festival con el fin de acceder a toda la información publicada en torno a estos festivales a lo largo del año. Finalmente, hemos prestado especial atención a las entrevistas que directores de festivales han concedido a diferentes diarios. Estas entrevistas han supuesto una fuente primaria para la investigación ya que nos ha permitido analizar el discurso que los festivales esgrimen de cara a la opinión pública.

#### *1.4.3 Caso de estudio: Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián*

A partir de la discusión crítica de los fundamentos teóricos y su contextualización en relación a los festivales de cine y sus públicos, esperamos confeccionar un mapa conceptual con el que someter a análisis el festival escogido: la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián (SCFTSS). Veremos que a lo largo de sus veintisiete años de celebración, la audiencia de la SCFTSS ha ido desarrollando unas formas catárticas y festivas de recepción que entran en conflicto con los estándares de prestigio cultural que abanderan los festivales, y con el propio espacio institucional que subvenciona el festival. La razón por la que hemos escogido estudiar este certamen es porque en su forma subversiva y festiva de relacionarse con el cine (desde las subculturas del fantástico y el terror) ilustra algunas de las proposiciones más importantes de esta tesis: *el juego festivo, es la forma en la que la audiencia de la Semana de Terror negocia su posición privilegiada en el contexto cultural de la ciudad de San Sebastián*. A su vez, paradójicamente, este festival (pero también otros, que aparecen a lo largo de la tesis como el Festival Internacional de Cine de

Gijón/FICX), puede considerarse modelo por su forma de empatizar con el público a través de la organización de fiestas y actividades en las que la audiencia tiene una participación sin precedentes.

En los últimos años los estudios de audiencias se han inclinado sensiblemente hacia la etnografía, lo que ha dado lugar en los departamentos de cine de universidades anglosajonas a una proliferación de proyectos dedicados a interpretar fenómenos de audiencias asociados a películas y sagas, sobre todo en el marco de las audiencias devotas y de los fans. Estos estudios han popularizado técnicas como los grupos focales (*focus groups*) y las entrevistas en profundidad a la hora de indagar en las prácticas de los públicos, y han insistido en la importancia de que el investigador asuma una posición de participante que experimenta de primera mano el fenómeno en cuestión.

Pero sobre todo, el centro del debate teórico ha sido cómo llevar a cabo una “aproximación legítima” a los placeres, los gustos y los intereses de los públicos. La tendencia entre los investigadores de audiencias de crear patrones fijos de conducta que responden más a su intuición personal que a la experiencia real de los participantes, ha potenciado la autocrítica entre algunos académicos que empiezan a prestar atención a las cuestiones metodológicas a tener en cuenta a la hora de realizar una investigación de estas características. Martin Barker (2012) y Janet Staiger (2005) han criticado la falta de rigor académico a la hora de afrontar la comunicación con los miembros de la audiencia y la tendencia endémica a la mayoría de los investigadores de atribuir cualidades universales a audiencias heterogéneas que presentan diferentes motivaciones para ir a ver un film (Barker 2012, 189). A la hora de aproximarse a una audiencia, Barker (2012) expone que la posición ideal es la de un investigador que pone en duda todas sus preconcepciones y prejuicios y que se pregunta sobre cuáles son los espacios y tradiciones que condicionan a las personas y que facilitan su participación dándole forma (190).

Siguiendo de cerca los trabajos citados arriba, he analizado la Semana de Cine Fantástico y de Terror según una estrategia de estudio de caso que incluye el análisis sincrónico de las ediciones celebradas en 2012, 2013, 2014, 2015 y 2016, y que se ha llevado a cabo mediante trabajo de campo durante y después de la celebración del certamen. Además, esta fase adopta un enfoque sociológico de tipo cuantitativo y cualitativo que contempla la recopilación de información en el archivo local y a través de una variedad de fuentes como las páginas web del festival, la prensa local o el

material impreso distribuido en el festival. También se han realizado entrevistas en profundidad con los organizadores y autoridades locales implicadas para establecer cuál es el discurso crítico que la organización sostiene respecto a su audiencia. La audiencia, ha sido estudiada a través de cuestionarios con preguntas cerradas y grupos focales que se han realizado durante dos ediciones del festival. Hay que mencionar que esta etapa vendrá anticipada de un estudio preliminar de la historia del festival, así como de las características de la subcultura del cine fantástico y de terror definida, no sólo por las películas que se proyectan en el festival, sino también por los modos de recepción peculiares de las audiencias y por sus prácticas de consumo cultural fuera del certamen (lo que distancia *a priori* al público del academicismo cinéfilo, y lo conecta con el fenómeno fan y las formas “cinéfagas” de consumo).

### 1.5 Estructura y organización de los contenidos de la investigación

Esta tesis empieza con un intento de desentrañar las claves que ponen en pie la idea, promulgada por directores de festivales de que los festivales de cine son contextos *necesarios*. Veremos que los festivales de cine se han consolidado como espacios cotidianos y *creíbles* que cumplen un servicio para la ciudadanía y que merecen ser promovidos y mantenidos económicamente por Europa y por los estados miembros. En el Capítulo dos, vamos a respaldar la idea defendida por autores como Harbord (2002a) Elsaesser (2005) y De Valck (2007) de que los festivales de cine han podido desarrollar su actividad como eventos *necesarios* por salvaguardar una idea global y por tanto, fantasmal, del cine europeo. A partir de aquí revisaremos el debate surgido a raíz de las dinámicas competitivas y cooperativas de los certámenes, a menudo criticados por estar saturando el mercado europeo y por haber generado un sistema de exhibición cerrado que evoluciona y crece ajeno a la red de distribución comercial.

En segundo lugar, en la medida en la que el festival construye una relación espacio-temporal concreta entre público y el cine, vamos a considerar hasta qué punto la *necesidad* de estas citas cinematográficas se constituye en relación con unas formas de consumo doméstico del audiovisual que asumen la capacidad y la condición participativa del consumidor-espectador-ciudadano. En el Capítulo tres, después de revisar algunas nociones clave que pertenecen a la vivencia de los espectadores en la era de los *new media* (intermedialidad, transmedialidad, experiencias crossmedia), veremos que la actividad que las audiencias realizan en los festivales puede ser

múltiple e integrar formas de consumo y de recepción que no necesariamente se asocian a los modos “ideales” e hipnóticos de visionado y que integran en ocasiones las nuevas tecnologías de la comunicación (redes sociales, dispositivos móviles, etc.) En este sentido, las audiencias del festival integran estilos de vida propios de la globalización que a menudo colisionan con los principios trascendentales y “cultistas” que patrocina la cultura europea.

En el Capítulo cuatro, asumimos ya un estudio en profundidad de los modos de recepción e interpretación de las audiencias cinematográficas, a partir de la elaboración de una genealogía lúdica del espectador. En este caso, el juego es el hilo conductor que nos va a permitir contextualizar la relación histórica entre el espectador y el poder a través de la puesta en escena de lo festivo. En esta relación asimétrica en la que el poder ha hecho del pueblo “su público” a través de las imágenes espectaculares, vamos a presuponer que el espectador no es un sujeto pasivo sino que participa de forma lúdica en la interpretación de textos y en la producción de contextos y de formas de lectura colectivas. Para ello, vamos a recurrir a la hermenéutica gadameriana y a algunas teorías que desde el estudio de las audiencias y de los medios, han dado crédito al espectador como sujeto en activo que consolida su presencia en el mundo a través de la interpretación de imágenes.

El Capítulo cinco, pretende dar una continuidad a lo planteado en el Capítulo cuatro pero esta vez desde la posición que ser espectador ocupa en el programa cultural de las ciudades. Aquí haremos un repaso histórico a los procesos que desde el siglo XIX han avalado la conversión de las ciudades en espacios para el ocio y el espectáculo, un proceso del que los festivales de cine son hijos directos y que culmina con lo que Elsaesser (2005) (2005b) ha llamado las “ciudades programables” (86). Es decir, ciudades organizadas según una economía de la cultura en las que las autoridades metropolitanas impulsan escenarios para la celebración constante de eventos. Las teorías de la economía de eventos, nos serán de gran utilidad para revelar los imperativos económicos detrás de tales experiencias (Pine y Gilmore 2001). En este contexto, veremos que la ciudad puede también hacer de “terreno para el juego” a partir de escenarios-otros en los que el cine se consume de forma colectiva y fuera de las propuestas institucionales.

Si en el Capítulo cuatro hemos llevado a cabo un desarrollo de la genealogía lúdica del espectador, en el Capítulo seis asumimos un estudio de los *festivales de cine como fiestas*, en el que sostenemos que los certámenes y la experiencia lúdico-festiva

que le proporcionan a las audiencias, sólo se puede concebir en continuidad con una tradición cinematográfica que hunde sus raíces en las formas de recepción propias del cine de atracciones de la era pre-clásica. A partir de aquí, valiéndonos de algunas nociones de la antropología, vamos a llevar a cabo un análisis de la columna vertebral del festival de cine, como un conjunto de actos simbólicos que guían al público en su participación y que, en muchos casos, presentan una mimesis con las formas de la idolatría y del culto. Veremos que a pesar de la rigidez de su protocolo, la fiesta de los festivales proporciona unas condiciones ideales de comunicación entre los asistentes, que en los espacios anexos al festival, dialogan con los discursos presentes en las películas y en los contextos de visionado. Si la “cultura de eventos” es el objeto de estudio del Capítulo cinco, en el Capítulo seis veremos como esta fórmula de mercado se concreta en un proceso de “eventualización” del cine, que hoy toma forma a través de experiencias en las que el público asume una posición participativa que nada tiene que ver con la actitud silenciosa y solemne desde la que se ha imaginado al espectador “modelo.”

El Capítulo siete dialoga con lo planteado en los capítulos anteriores a través de el estudio etnográfico de la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián y sus públicos. En este caso, el objetivo es analizar *in situ* las formas en las que el público establece una relación afectiva con el cine de culto, que se convierte en objeto de devoción y de ejercicio ritual el festival. Veremos que en el caso de la “Semana de Terror” (como es conocida en San Sebastián). las formas catárticas e incívicas de recepción (en las que predominan la risa, el humor y la inversión carnavalesca), funcionan como un mecanismo de diferenciación y de rechazo hacia las formas de vida y de consumo “masivos.” En este último capítulo, reto algunas de las tesis recientes en torno a las subculturas del cine de culto, argumentando que este festival tiene un papel esencial en la cultura de San Sebastián como baluarte de unas culturas del cine que se enfrentan a algunos valores promovidos por las instituciones públicas. Por añadido, veremos que el juego que la audiencia desarrolla durante las sesiones, revitaliza el ritual y permite que se produzca un contra-diálogo que en ocasiones reta muchos de los valores conservadores e hipermasculinos que sostienen a las subculturas del cine de terror y fantástico.

## **2. Política y economía de los festivales de cine. En torno a la necesidad**

### 2.1 ¿El fin de una era?

La llamativa proliferación de festivales de cine por toda España ha pasado en un breve período de tiempo de ser una cuestión tratada ocasionalmente por la crítica de cine española y los directores de cine a ser un asunto de interés nacional que a finales de 2009 empieza a ocupar titulares de prensa. Nunca antes los festivales de cine españoles habían estado en el punto de mira de la opinión pública como lo estuvieron en el período que va de 2009 a 2012 y que abarca el punto álgido de la crisis financiera en Europa. Los festivales de cine, que habían sido presentados por políticos, directores, medios, administradores públicos como citas imprescindibles en la rutina de los ciudadanos, pasaban de ser indispensables a ser cuestionables en cuestión de semanas. Antes de que la sangre llegara al río, el Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA en adelante) daba a conocer algunas cifras de interés público: en 2009 se celebraban en España un total de 233 festivales de los cuales 59 se beneficiaban de ayudas directas del ICAA.<sup>6</sup> Fuera de estas cuentas quedaban un océano de semanas, ciclos, muestras y toda una serie de eventos centrados en el cine que en mayor o menor medida recibían el apoyo económico de las administraciones e instituciones públicas de su localidad anfitriona.

Los datos del ICAA no le eran nuevos a los profesionales del sector que tras haber logrado posicionar sus certámenes como eventos de influencia para la producción y exhibición del cine no comercial en España a lo largo de los años noventa, observan cómo nuevos eventos con frescos propósitos y presupuestos hinchados empiezan a proliferar a su alrededor amenazando con acaparar la atención de realizadores, productores y público. Este fenómeno que algunos han calificado de “avalancha,” se encuentra directamente vinculado con la expansión de la economía española desde 1995 y el progresivo incremento en los presupuestos en Cultura entre

---

<sup>6</sup> Gregorio Belinchón, "Guardans avisa a los festivales," *El País*, 15 de noviembre, 2009, 48. Belinchón ofrece los datos del ICAA, en los que se excluyen el Festival Internacional de Cine de San Sebastián, el Festival de Cine de Málaga y el Festival de Cine Iberoamericano de Huelva ya que el ICAA está en sus patronatos.

2002 y 2009, que propone entre comunidades autónomas, municipios, ciudades y el propio estado una psicología de prosperidad y de bonanza que se deja ver en la paulatina transformación de las ciudades y los municipios españoles en centros de la cultura en los que el calendario municipal se organiza de acuerdo con una incesante oferta de eventos y una programación continua de ocasiones culturales.<sup>7</sup> Embarcados en esta tendencia, la posibilidad de tener un festival parece quedar al alcance de cualquier ayuntamiento y comunidad autónoma, una situación que se acentúa a partir de los años dos mil cuando la oferta de festivales que ofrecen premios de más de un millón de euros empieza incluso a rebasar incluso a la demanda de público.

En este período de expansión, que va de 1996 a 2006, hasta diez festivales de cine llegan a inaugurarse anualmente de acuerdo con Montserrat Jurado Martín y Alberto Nieto Martín (2014). Sin ánimo de hacer una lista de festival prescindibles e imprescindibles, pertenecen a este período iniciativas públicas como el Festival Nacional de Cine de Zaragoza, (1996); el Festival de Cine Internacional de Orense (1996); Animac. Muestra Internacional de Cine de Animación de Cataluña (1996); el Festival Internacional de cine lésbico gay y transexual de Madrid (1997); el Festival de Málaga de Cine Español (1998); Festival Zemos98 de Sevilla (1998); el Festival de Cine de Terror y Fantástico de Ciudad Real (1998); Baff. Festival de Cinema Asiàtic de Barcelona (1998); Abycine. Festival Internacional de Cine de Albacete (1999); el Festival de cine alemán en Madrid (1999); el Festival Internacional de Cine de las Palmas de Gran Canaria (2000); FIB Cinema (2000); Animadrid, (2000); Fescigu. Festival de Cine Solidario de Guadalajara (2002); Almería en Corto (2003); Documenta Madrid (2003); el Festival de Cans de O'Porriño (2003); el Festival de Cine Europeo de Sevilla (2004); Cines del Sur (2006).

En 2007, un consenso acerca del problema de la abundancia y el exceso de festivales de cine en España empieza a tomar cuerpo entre profesionales del medio que expresan su desasosiego en una mesa redonda celebrada durante la Mostra Internacional de Cinema Europeu Contemporani de Barcelona (MICEC) donde se llega a la conclusión de que “hay demasiados festivales en España” (Mesonero Burgos 2008). De forma casi inmediata al encuentro la problemática de los festivales

---

<sup>7</sup> Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) elaborados por el periódico *El Mundo*, el presupuesto en Cultura pasa de ser 769 millones de euros en 2002 a ser 1.284 millones euros en 2009. Accedido 13 de julio, 2013. <http://www.elmundo.es/elmundo/2012/graficos/mar/s5/presupuestos.html>.

españoles pasa a ser motivo de investigación y de análisis académico en el artículo de Sergi Mesonero Burgos *A Festival Epidemic in Spain* (2008) en el que se hace el primer análisis serio de las razones y potenciales consecuencias de la saturación que experimenta el panorama festivos españoles. De acuerdo con Mesonero Burgos, la proliferación desreglada de festivales de cine que funcionan como meros nichos de exhibición para la audiencia o como excusas para extender la alfombra roja, la perversión de los principios competitivos, la falta de independencia y de criterio a la hora de programar, la inestabilidad y vulnerabilidad financiera, la ausencia de rigor técnico y objetivos industriales, y finalmente, la falta de un cuerpo regulador o coordinadora nacional que responda de sus agendas y necesidades ante las autoridades públicas, permiten concluir que en España vivimos una auténtica “epidemia” de certámenes cinematográficos que se hace necesario someter a juicio y a control exhaustivo. Una situación que se refleja en el continuo fracaso por construir una coordinadora que regule los festivales a nivel nacional, así como en la desaparición progresiva de plataformas que a principios de los dos mil nacían con esa intención como FILMAD en Madrid o Plataforma en Barcelona. Por otro lado a partir del artículo de Mesonero Burgos estas cuestiones toman por primera vez presencia en el ámbito académico nacional e internacional convirtiendo la problemática de los festivales de cine en España en un objeto de estudio potencial al que se sumarán contribuciones como las de Núria Triana-Toribio (2011).

Estas preocupaciones permanecen abiertas cuando la crisis económica golpea a España en 2008, un momento crucial en que la situación de recesión reaviva la cuestión que se había dado por sentada durante un buen período de tiempo: ¿por qué hay tantos festivales de cine? ¿por qué su proliferación sigue en alza? El revuelo mediático y la escalada de polémicas que se suceden terminan por enterrar la reputación de los festivales, que comienzan a percibirse como eventos innecesarios y nada ajustados al espíritu de austeridad con el que debe asumirse la actualidad económica y social. El golpe de gracia se produce el 15 de septiembre de 2009 cuando el director del ICAA, Ignasi Guardans anuncia la reestructuración inminente de las ayudas al circuito de festivales españoles argumentando que muchos certámenes presentan “criterios amorfos” que deben ser revisados de forma inminente. Las críticas apuntan a la mala gestión del calendario y los contenidos de algunos festivales notables como el Donostia Zinemaldia/Festival Internacional de Cine de San Sebastián, el Festival de Cine Europeo de Sevilla, o el Festival de Cine Iberoamericano de Huelva,



que no sólo se solapan en fechas con otros eventos sino que abarcan estilos, temáticas y funciones que ya aparecen representadas por otros certámenes del circuito (como la promoción del cine español, que según Ignasi Guardans, ya se encuentra bien representada por el Festival de Málaga de Cine Español) (Triana-Toribio 2011).<sup>8</sup>

Las noticias no pueden llegar en peor momento para los festivales cuya omnipresencia y opulencia empieza a ser observada con sospecha por un público que en 2009 sufre uno de los años más severos de la crisis financiera. En 2009 la tasa de paro alcanza la cifra récord de la economía española subiendo en más de un millón de personas respecto al año anterior, lo que supone un 34,87 por ciento más de parados que en 2008.<sup>9</sup> La progresiva precariedad en el empleo, la desaparición de los puestos de trabajo temporales, las sucesivas intervenciones en cajas de ahorros y bancos y el aumento del IVA general al 18 por ciento, terminan por sembrar la desconfianza hacia el Estado y las instituciones financieras habían financiado sin demasiado pudor certámenes de todas las formas, colores y tamaños. Con todo, la desaparición de festivales, muestras y semanas se hace inevitable en los años siguientes ante la falta de apoyo de los gobiernos autonómicos. Aunque las primeras clausuras se hacen efectivas en los años anteriores, el temido “efecto dominó” se inicia en septiembre de 2011 con la cancelación de la trigésimo tercera edición de la Mostra de Valencia, a la que siguen ese mismo año el festival de animación Animadrid (Pozuelo de Alarcón, Madrid) y a la Mostra de Cinema de Africà (Barcelona).<sup>10</sup> Otros festivales como el festival Punto de Vista de Navarra o el Festival de Ronda de Cine Político para el siglo XXI, pasan a ser citas bienales tras perder el apoyo de las administraciones que los respaldaban, mientras que el Ayuntamiento de Gijón se ve envuelto en enero de 2012 en un polémico caso de destitución de José Luis Cienfuegos y parte de su equipo, a cargo del Festival Internacional de Cine de Gijón/FICX desde 1995. A esto se añaden los sonoros “tijeretazos” que los gobiernos locales asestan a los presupuestos de muchas citas cinematográficas. Durante el período que va de 2011 a 2012 la revista *Caimán*.

---

<sup>8</sup> Gregorio Belinchón, "Guardans avisa a los festivales," *El País*, 15 de noviembre, 2009, 48.

<sup>9</sup> Instituto Nacional de Estadística, *Encuesta de Población Activa (EPA). Cuarto trimestre de 2009*, 29 de enero, 2010. Accedido 20 de junio, 2015. <http://www.ine.es/daco/daco42/daco4211/epa0409.pdf>.

<sup>10</sup> Algunos festivales que clausuran con la crisis económica: Festival Internacional de Cine de Comedia de Peñíscola en 2008, Festival de Cine Fantástico de Cáceres en 2008, Baff. Festival de Cinema Asiàtic de Barcelona en 2010, Animadrid. Festival Internacional de Imagen Animada de Pozuelo de Alarcón, en 2010.

*Cuadernos de Cine* hace recuento de algunos festivales que ven recortadas sus arcas por las administraciones que las llenaban pocos años antes con entusiasmo: La Semana Internacional de Cine de Valladolid/Seminci (de 2,5 millones de euros a 1 millón 150 mil euros), Gijón (de 850 mil euros a 800 mil euros), Las Palmas (de 1, 2 millones de euros a 700 mil euros), Cines del Sur (de 400 mil euros a 150 mil euros), el Festival de Cine Europeo de Sevilla (de 700 mil euros a 400 mil euros), La Semana de Cine Fantástico y de Terror (de 218 mil euros a 160 mil euros), o Documenta Madrid (de 400 mil euros a 200 mil euros) logran sobrevivir reduciendo la fórmula del evento cinematográfico a su mínima expresión. En la revista española *Caimán. Cuadernos de Cine*, Begoña Piña (2012) da cuenta de estas cifras en marzo de 2012 y hace un repaso de los festivales de cine españoles que desaparecen en el período que va de 2011 a 2012.

La ausencia de “los eventos que rodean al festival, y que le dan glamour y vida”<sup>11</sup> es otra de las carencias que según Javier Angulo, director de la Seminci, marcaron también su festival y que resume el espíritu de austeridad con el que los festivales afrontaron el 2011. La toma de decisiones drásticas, acordes con el dramatismo de los recortes, se salda en la mayoría de las ocasiones con las actividades paralelas del festival: talleres, conciertos, concursos, exposiciones, convenciones y todo lo que constituye, en definitiva, el grueso de las actividades con un carácter participativo, y que contribuyen también a afianzar al público. Otra de las actividades gravemente dañadas han sido las publicaciones especializadas que los festivales editaban con motivo del certamen y que en muchos casos se hacían en colaboración con editoriales de prestigio —DocumentaMadrid (Ocho y Medio), Festival de Málaga de Cine Español (Cátedra) o el Festival Internacional de Cine de Las Palmas (T&B)—. Estos trabajos anuales algunos de gran calidad, estimulaban las relaciones entre el festival, la crítica y el mundo académico y en el mejor de los casos, lograban una amplia difusión salvando tangencialmente el hueco que dejan las publicaciones cinematográficas en España (Cerdán 2007).

Las declaraciones de la alcaldesa del Partido Popular en Valencia Rita Barberá a propósito de la cancelación de la Mostra de Valencia, una decisión con la que “se va

---

<sup>11</sup> Javier Angulo citado en Yago García, “Los festivales de cine, en jaque por la crisis,” *Cinemanía*, 22 de octubre, 2011. Accedido 13 de junio, 2013. <http://cinemanía.es/actualidad/noticias/10280/los-festivales-de-cine-en-jaque-por-la-crisis>.

a ahorrar y se dedicará el dinero a otras cosas necesarias,”<sup>12</sup> no sólo son sintomáticas de una nueva condición que asumen los festivales de cine de cara a la opinión pública, sino también de un dramático cambio de actitud respecto al ánimo que dominaba en los ayuntamientos y concejalías de cultura años atrás, cuando ser localidad anfitriona de un festival de cine era una prioridad que asumir a cualquier coste. Estas declaraciones que vuelven a alumbrar la cuestión de la necesidad o el exceso de los festivales de cine, pero también de otras manifestaciones culturales, anuncian el espíritu de cambio del nuevo gobierno del Partido Popular en los asuntos relativos al cine.

La llamativa ausencia de propuestas para regular la industria del cine en los programas electorales de los partidos políticos mayoritarios antes de las elecciones del 20 de noviembre de 2011 son la antesala del lugar incierto que ocupará el cine y el audiovisual en las políticas culturales del gobierno popular presidido por Mariano Rajoy, que no se manifiesta al respecto hasta bien entrada su legislatura en abril de 2012 con el anuncio de un recorte del 36 por ciento en el Fondo de Protección a la Cinematografía y la aprobación definitiva de la polémica Ley del Cine que da ventajas a producciones con “prioridad industrial.”<sup>13</sup> A esto se añade la subida del IVA que septiembre de ese mismo año el Gobierno aplica a las actividades de la industria cultural, que asciende a un 21 por ciento en las entradas a conciertos, cine y teatros. Este golpe brutal para la cinematografía que consagra al famoso impuesto sobre las entradas como el más alto de la eurozona, se enmarca en el plan de austeridad en el que el gobierno popular embarca a las instituciones culturales en 2012: el Teatro Real (15 por ciento); la Biblioteca Nacional (14,2 por ciento); el Instituto Cervantes (5,4 por

---

<sup>12</sup> Rita Barberá citada en Cristina Vázquez, “Rita Barberá Suspende la Mostra de Valencia para ahorrar 1,7 millones,” *El País*, 28 de septiembre, 2011. Accedido 21 de julio, 2013. [http://cultura.elpais.com/cultura/2011/09/28/actualidad/1317160804\\_850215.html](http://cultura.elpais.com/cultura/2011/09/28/actualidad/1317160804_850215.html).

<sup>13</sup> Mariano Rajoy citado en María Ramírez y Luis Martínez, “Bruselas desbloquea las ayudas para el cine español,” 27 de enero, 2010. Accedido 21 de junio, 2015. <http://www.elmundo.es/elmundo/2010/01/26/cultura/1264529425.html>. Poco después de publicarse la Orden en el Boletín Oficial del Estado, la Comisión Europea rechaza la solicitud del Ministerio de Cultura de homologarla por el procedimiento de urgencia. Ante la solicitud de amparo del colectivo Cineastas contra la Orden, que representa la oposición activa de varios sectores de la profesión, Bruselas decide estudiar si la Orden se adecua a la legislación europea, lo que deja en suspenso las Ayudas al Cine para 2010. Finalmente, la Comisión Europea desbloquea la suspensión de la Orden Ministerial en enero de 2010 al considerar que se ajusta a lo que dicta la legislación comunitaria. Véase el Manifiesto de los Cineastas contra la Orden en el blog del colectivo: <http://cineastascontraorden.blogaliza.org/manifiesto/>.

ciento) y el Museo Reina Sofía (14 por ciento) experimentan los mayores recortes de su historia.<sup>14</sup>

La peor de las noticias para la cinematografía, no obstante, ha sido el descenso precipitado que ha experimentado el número de espectadores en salas comerciales que han pasado de 143,92 millones de espectadores en 2004 a 78,69 millones en 2013 y 87,99 millones en 2014, lo que supone una pérdida del 38 por ciento de espectadores en salas en diez años.<sup>15</sup> Aunque no se ha llevado a cabo un estudio concluyente, se han hecho todo tipo de especulaciones acerca de los motivos que han acelerado el proceso de fuga de espectadores de las salas. Entre otras razones, se ha apuntado a factores socioeconómicos como la crisis financiera, la subida del precio de las entradas y la entrada del euro, así como a factores socioculturales y tecnológicos que afectan al cambio de prácticas de los espectadores y la temida emigración del consumo audiovisual a Internet. De acuerdo con la Encuesta de hábitos y prácticas culturales de 2010 y 2011 realizada por el Instituto nacional de Estadística, casi el total de la población declaraba ver la televisión casi a diario (el 96,9 por ciento), mientras que el 52,5 por ciento de la población española encuestada reconocía usar Internet de forma habitual y como forma de entretenimiento. A excepción de la asistencia al cine, la asistencia a eventos culturales y espectáculos aumentaba ligeramente respecto en años anteriores, así como otras actividades como el uso de videojuegos, que entre 2010 y 2011 era una actividad habitual para el 13,7 por ciento de los encuestados.<sup>16</sup>

No obstante, no sólo se siguen inaugurando festivales sino que año tras año los ayuntamientos contabilizan un aumento en casi todos los casos del número de espectadores.<sup>17</sup> De estos datos surgen preguntas que no dejan de mirar a los festivales

---

<sup>14</sup> Iker Seisdedos y Rocío García, “El cine español se lleva la peor parte del recorte de los presupuestos,” *El País*, 3 de abril, 2012. Accedido 30 de junio, 2013. [http://cultura.elpais.com/cultura/2012/04/02/actualidad/1333395117\\_112099.html](http://cultura.elpais.com/cultura/2012/04/02/actualidad/1333395117_112099.html).

<sup>15</sup> Para calcular este porcentaje no se ha tenido en cuenta el crecimiento de la población en edad de ir al cine entre 2004 a 2014. Datos del ICAA, *Boletín informativo de cine 2014*. Accedido 2 de agosto, 2015. <http://www.mecd.gob.es/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/bic/ano-2014/01-Introduccion-Graficos-Evolucion.pdf>.

<sup>16</sup> Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2010-2011. Plan Estadístico Nacional 2009-2013*. [http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/ehc/2010-2011/presentacion/Sintesis\\_2010-2011.pdf](http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/ehc/2010-2011/presentacion/Sintesis_2010-2011.pdf).

<sup>17</sup> Muestra de ello es la ola de festivales cinematográficos que desde 2007 se han inaugurado en España. Citamos a continuación algunos que siguen renovando sus ediciones: Cinemobile. Certamen

con cierto escepticismo dentro de la dilatada oferta de la industria cultural. El proceso de “festivalización” del cine como manifestación de la superioridad cultural de un país, no deja de ser un símbolo de opulencia que nos hace interrogarnos acerca de su viabilidad en un momento que ha sido diagnosticado de crisis cultural. ¿Qué explica que, en plena crisis, siga en alza el número de festivales? ¿Cómo es posible mantener esa sucesión permanente de certámenes? Más aún, ¿cómo mantener tal cantidad de producciones *el cine* de los festivales?

## 2.2 ¿Para qué sirven los festivales de cine? Entre la privatización y el proteccionismo

El revuelo mediático generado a raíz del cuestionamiento de los festivales de cine en España pone de manifiesto algunas realidades del actual panorama cultural y audiovisual español que son relevantes a la hora de interpretar la percepción que el público tiene de estos eventos.

En primer lugar, el modelo de festivales de cine que ha proliferado sobre todo a partir de mediados de los noventa se ha caracterizado por una gestión paternalista en la que ayuntamientos y comunidades autónomas eran los creadores y principales instituciones benefactoras de los certámenes. A menudo, eso ha dado lugar a la falta de independencia profesional y de gestión del equipo del festival que frecuentemente se ha visto supeditado a presiones políticas y a la intervención de las diputaciones provinciales y concejalías de cultura. Mientras que ya en los noventa las iniciativas de pequeños y medianos inversores se consolidan como fórmulas habituales para financiar certámenes en países como Reino Unido, en España, las alternativas de financiación aún se encuentran en período de pruebas en el mundo de los eventos. Por ahora, todo indica que la crisis económica ha contribuido al despertar de nuevos modelos de

---

Internacional de Cortometrajes Documentales y Discapacidad (Sevilla, 2007), Festival Europeo de Cortometrajes de Villamayor de Cine (2007), Festival de Cine Social de Castilla-La Mancha (2008), Xerrades en Curt (Valencia, 2009), Mostra de Cinema Periférico (A Coruña, 2009), CineEsCena. Festival Internacional de Cine Gastronómico Ciudad de La Laguna (2010), Primavera do Cine (Vigo, 2011), Festival Internacional de Cinéma D’Autor de Barcelona (2011), Valetudodvd Short Film Tour (Valladolid, Cuenca, Gijón, 2011), Cinema Lliure ala Platja (Barcelona, 2012), Muestra de Cine de Ascaso (Boltaña, Huesca 2012), Madrid Skate Film Festival (2014) o Filmadrid (2015). A estos se han sumado iniciativas que en forma de retrospectivas y ciclos han empezado a tomar fuerza a partir del 2014 en España. Clave de este fenómeno ha sido la apertura de cines y sesiones de reestreno que ofrecen proyecciones de películas clásicas y de culto a precios reducidos en ambientes participativos.

negocio que permitan a los festivales aflojar las cuerdas con la administración. Por ejemplo, nuevos festivales como Filmadrid, promovido por el colectivo Pasajes de Cine y que celebró sin ayudas públicas su primera edición en 2015, apuestan por la gestión privada en forma de cooperativa. Mientras que el *crowdfunding* o el micro-mecenazgo son estrategias que representan un pequeño porcentaje de los certámenes celebrados en España, una minoría de festivales como Cines del Sur contemplan nuevos modelos jurídicos como el de Fundación, que les permita sino prosperar económicamente al menos sí mantener cierta independencia financiera.<sup>18</sup>

En segundo lugar, hay que aclarar que las sospechas acerca de la verdadera función de los festivales y de su relevancia social, económica y cultural, germinan en un momento de crisis económica en el que el cine y por extensión la cultura dejan de verse como bienes necesarios y empiezan a percibirse como un lujo que el Estado no siempre se puede permitir. El discurso político de necesidad cultural que había caracterizado al período económico más próspero, contrasta con un cambio de opinión por parte del Gobierno respecto al estatus del cine que genera gran división y polémica entre la opinión pública. Las declaraciones de la ex-alcaldesa de Valencia Rita Barberá a propósito de la urgencia de dedicar los presupuestos municipales “a cosas más necesarias,” son ejemplares del encarnado enfrentamiento que transcurre entre dos posiciones opuestas: la del Gobierno, visto como el enemigo de la cultura, y la representada por empresas, agentes, asociaciones y gremios más representativos de la cultura, que reivindicaban el cine y los festivales nada más y nada menos que como un *derecho de los ciudadanos*.

¿Por qué de todos los ámbitos afectados por las políticas de austeridad ha sido el sector de la cultura —y en particular el del cine—, el que ha generado una mayor oleada de réplicas, objeciones, amenazas, sollozos, manifestaciones, manifiestos y puñetazos sobre la mesa? Es precisamente en esta invocación unánime del cine como *derecho* —que hicieron y siguen haciendo gremios, asociaciones, empresas y personalidades relacionadas con “el mundo de las artes”—, en la que creo imprescindible situar la cuestión de los festivales de cine y de su necesidad en la actualidad.

---

<sup>18</sup> Han apostado por el *crowdfunding* el Festival Internacional de Cine del Sahara; REC. Festival Internacional de Cinema de Tarragona; FCAT. Festival de Cine Africano de Córdoba, o muestras promovidas por Asociaciones de vecinos como la Muestra de Cine de Lavapiés y la Muestra de Cine de Ascaso.

Antes de seguir es necesario apuntar que cuando hablamos aquí de *cultura*, invocamos dos acepciones en el marco de las cuales debe interpretarse el debate actual en torno a la necesidad de los festivales de cine. Por un lado, con *cultura* nos referimos a unos contenidos culturales (cine, teatro, danza, música, literatura, folclore...) que se encuentran “circunscritos” a efectos de tutela por instituciones tales como el Ministerio de Cultura, y sus instituciones análogas: las Concejalías de Cultura, Casa de Cultura, Fundaciones de Cultura, Consejerías de Cultura (Bueno 1997, 236). Esta acepción, aunque toma el sentido descriptivo de un “conjunto de contenidos” que son jurisdicción del Estado, no es ni mucho menos neutra ya que a menudo estos contenidos se encuentran sujetos a una valoración subjetiva que los coloca en un sentido casi metafísico en lo más alto de la escala de los bienes públicos e incluso, de los valores humanos. Este axioma, o *idea* de cultura, es el que el filósofo y estudioso de la cultura Gustavo Bueno (1997) tiene presente cuando se refiere al *mito de la cultura*. Un “mito” que quiero argumentar, se encuentra implícito en las discusiones, controversias y comentarios que han formado parte del debate en torno a los festivales de cine en España y que estamos aquí tratando de reconstruir. De ahí que la polémica suscitada en torno a si los festivales son o no son necesarios, deba entenderse en el marco de un modelo público que considera los bienes culturales como un “tesoro” que debe ser salvaguardado y promocionado por las instituciones públicas.

El acostumbrado rechazo de la opinión pública hacia a la idea de “pagar por la cultura” o la defensa de “cultura gratis” (postura de la que se quejan tanto políticos como empresarios) deben interpretarse en el marco de una tradición que reconoce la cultura como un derecho connatural al ser humano cuyo amparo pende por tanto del reconocimiento de los “derechos culturales” formulados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos (Artículo 22, 10 de diciembre de 1948). Gustavo Bueno (1997) comenta que España es la nación donde más tempranamente aparecen en contextos políticos las ideas de cultura y de nación. En concreto la cultura adquiere el valor de norma constitucional por primera vez en la Constitución de la República Española de 1931 donde se la equipara con la familia y la economía (112). Ser ciudadano hoy lleva por tanto implícito el derecho de acceder a una amplia oferta cultural entre la que se encontrarían los festivales de cine. Este reconocimiento que reciben los festivales de cine en el imaginario social, no deja de ser el resultado de la transformación que experimenta la idea de la cultura en nuestro siglo al asimilarse como cultura masiva: en el nivel de la teoría, pero también de las prácticas reales, la

cultura pasaría a designar el conjunto de valores y hábitos propios de una clase privilegiada a designar un derecho institucional, indispensable para garantizar la dignidad y el libre desarrollo de la personalidad del ser humano.

Otro de los hechos que repercuten sobre la consolidación de los festivales de cine como eventos necesarios, es su origen. El festival de cine internacional es una institución que nace en Europa y como tal, ha sido desde sus comienzos estandarte de una larga tradición del servicio público europeo, del Estado de Bienestar y de la agresiva política de subsidios con la que Europa ha definido sus gruesas líneas de acción. El proteccionismo cultural con el que Europa ha pretendido defender los productos culturales de cada nación frente al imperialismo norteamericano ha favorecido a que los bienes culturales europeos se encuadren fuera de los imperativos comerciales y los designios del capitalismo. La estrecha relación que desde el siglo XVIII se ha tratado de mantener entre el Estado y la cultura no sólo ha dado lugar a lo largo del tiempo a un marco regulatorio basado en subsidios y en políticas económicas y legales de tinte proteccionista, sino que ha contribuido a que se siga viviendo con malestar que las artes se encuentren sujetas a estrategias de mercado, un proceso que viene ocurriendo de forma acelerada desde el siglo XIX.

Esta aversión a lo comercial muy vinculada a la cinefilia y a las culturas del cine que promocionan los festivales, choca de lleno con el papel que la cultura viene asumiendo hoy en la actualidad en los frentes económico y político: hoy en día la cultura se encuentra cada vez más vinculada al desarrollo económico, a la expansión de las ciudades, al desarrollo urbano y al turismo, áreas que desde hace tiempo dejaron de ser jurisdicción exclusiva del Estado y que se están expandiendo gracias a la iniciativa privada. Precisamente, la estrecha relación entre la economía y la cultura explica, según Thomas Elsaesser (2005c), la importancia estratégica de los festivales de cine en la actualidad (85). En los años ochenta la proliferación de festivales de cine parece ser un efecto natural al desarrollo de las ciudades y la emergencia de las “economías creativas” que van a ser el motor de la reconversión del espacio urbano en “ciudad-imagen.” Este proceso ha permitido, por ejemplo, consolidar el fenómeno de las Capitales Europeas de la Cultura, un título que otorgan el Consejo y el Parlamento europeo desde 1985, así como la tendencia a hacer de las ciudades “entornos programables” (lo que Elsaesser llama *programmed cities* o *programmable cities*) (86). Analizaremos con mayor detenimiento la relación entre la “culturalización” de la economía en las ciudades y la proliferación de los festivales de cine en el Capítulo 5 de



esta tesis, cuando profundicemos en la transición que las ciudades europeas de ciudades de la cultura a ciudades-evento.

En este sentido el festival de cine no sólo es el producto del movimiento global hacia la inversión en cultura, sino que además representa un modelo de negocio que se está imponiendo en la producción de bienes culturales y que consiste en acuerdos entre el sector público, inversores de distintos tamaños, e instituciones financieras nacionales e internacionales. Un claro ejemplo de esta tendencia lo constituyen grandes festivales como el Toronto International Film Festival (TIFF) que en 2008 cerró un acuerdo con el Royal Bank of Canada (RBC) por el que el banco internacional invertiría en el festival al menos 11 millones de dólares a lo largo de diez años.

Seis años después de que Ignasi Guardans impusiera un ultimátum a los festivales, la falta de rigor y la desprofesionalización siguen siendo motivo de preocupación para la crítica cinematográfica, las instituciones públicas y los festivales. Estas preocupaciones se han hecho patentes en los esfuerzos que en los últimos años las partes involucradas en el conflicto están haciendo por recuperar la confianza de los ciudadanos, y sobre todo, por restablecer un diálogo entre instituciones públicas y festivales, castigados por el “mal hacer” de las legislaturas anteriores. En abril de 2012, el desaparecido Festival de Cine 4+1 de la Fundación MAPFRE, organiza un encuentro fundamentalmente dirigido a profesionales del sector bajo el nombre de *Festivales de cine: mirada al futuro*, con el objetivo de reflexionar sobre el estado del circuito, las claves de la recuperación y las secuelas de la crisis económica sobre los certámenes.

Una de las mesas redondas reunía a la entonces presidenta del ICAA Susana de la Sierra, con los directores de tres festivales clave del circuito español, José Luis Rebordinos (Donostia Zinemaldia), José Luis Cienfuegos (Festival de Cine Europeo de Sevilla) y Josetxo Cerdán (Festival Internacional de Cine Documental Punto de Vista). La presencia de Susana Sierra no sólo propició al encuentro un aire institucional sino que suponía, tras tres años de “guerra fría” entre los festivales de cine españoles y el ICAA, una suerte de “reconciliación pública.” A su vez, sin abandonar un tono de auto-reflexión, el encuentro servía para poner sobre la mesa las nuevas condiciones económicas sobre las que restablecer relaciones. La alusión constante durante las mesas a la necesidad de considerar los festivales de cine eventos imprescindibles para la industria y para la educación del público, pone de manifiesto el esfuerzo por parte de las instituciones por corregir la dirección abandonada en los años recientes.

Este acuerdo incluía al ICAA que públicamente ratificaba el compromiso del Estado español por financiar los festivales con fondos públicos, aunque con reservas. De la Sierra, determinaba que “el apoyo público es necesario,” pero “son imprescindibles las sinergias entre fondos públicos y privados.” José Luis Rebordinos confirmaba esta actitud: “Una de las obligaciones de un director de cine es buscar financiación privada y mantener la pública.”<sup>19</sup>

Rebordinos, además de ser una de las personalidades más carismáticas de la industria del cine en España, ha sido probablemente una figura estratégica clave en el proceso de colaboración con el sector privado que recientemente han emprendido los festivales más mediáticos. Desde que en 2011 releva a Mikel Olaciregui en la dirección del Festival Internacional de Cine de San Sebastián, Rebordinos emprende una carrera mediática en la que trata de reconciliar al público con la idea de que un festival de cine necesita tomar decisiones estrictamente comerciales para conseguir celebrarse y para lograr cierto nivel mediático. De ahí que la estrategia de Rebordinos haya consistido en dejarse ver con total naturalidad cerrando acuerdos con patrocinadores privados y en potenciar la cobertura mediática de todas las acciones que impliquen la colaboración con el sector privado: La creación en 2013 en colaboración con Red Bull Media House de la sección no competitiva *Savage Cinema*, el acuerdo comercial con Gas Fenosa como patrocinador oficial desde 2011, o la colaboración iniciada ese mismo año con la marca de cerveza vasca Keler, son iniciativas que han contado con gran atención mediática y que han servido para promocionar un modelo de festival que apuesta por la independencia sectorial y que hace un uso responsable de los fondos públicos.

Por otra parte, las conversaciones grabadas durante las mesas redondas son testimonio de la habitual distinción que se hace entre lo privado y lo público cuando toca hablar de las responsabilidades del Estado hacia la cultura. La defensa a ultranza que Rebordinos hace de las fuentes de financiación privadas ha generado malestar entre sectores de la audiencia y de los medios que viven con incomodidad que un certamen como Donostia Zinemaldia, que es bandera en España de discursos de independencia artística, se deje contaminar por intereses comerciales que corrompen su

---

<sup>19</sup> “Los festivales de cine frente a la crisis. Festivales de cine: mirada al futuro. Festival 4+1,” vídeo de YouTube, 1:22:10, Mesa redonda celebrada en Fundación MAPFRE (Madrid) el 18 de abril, 2012, publicado el 25 de abril, 2012, <https://www.youtube.com/watch?v=6GWzUKzbIo8&feature=relmfu>.

“misión” de mantener el certamen acordonado en pie la separación. Este mismo discurso de “acordonamiento” del arte respecto al mercado, toma presencia en las mesas redondas en la propia pregunta de la moderadora, que con cierto ánimo de inculpación le preguntaba a Rebordinos si “no es horrible que los certámenes dediquen más energía a encontrar patrocinadores que a buscar películas.”<sup>20</sup> Esta querrela no sólo no encuentra resolución en el contexto de los festivales, sino que permite sustentar la pervivencia de valores y premisas que condicionan nuestra interpretación y nuestra vivencia del cine en ciertos espacios: por un lado, valores de lo artístico asociados a la reconfiguración de la experiencia del cine-arte en la ciudad y al entorno urbano como territorio de participación ciudadana por excelencia, por otro, valores de mercado, de privatización y de marketing que nos interpelan como consumidores-espectadores.

En febrero de 2015 y en continuidad con el espíritu comunicador y pedagógico con el que se iniciaron las conferencias celebradas por la Fundación MAPFRE, el Festival Internacional de Cine Documental Punto de Vista vuelve a plantear una pregunta que todavía está en el aire. ¿Para qué sirven los festivales de cine? Con motivo de la edición de un monográfico en torno a los festivales de cine editado por la revista especializada y de corte académico *Secuencias. Revista de Historia del Cine*, el evento organiza una mesa redonda en la que se trata de exponer las funciones económicas, sociales e industriales de los festivales españoles, esta vez, ante la audiencia especializada de un festival que en 2015 acogió a 7.122 espectadores.<sup>21</sup> De algún modo, este evento, marca un momento clave en varios sentidos: Por un lado, la conferencia afronta con cierto *hindsight* el papel que los certámenes afrontan como “circuitos alternativos de exhibición” y como promotores de “culturas del cine alternativas” en un momento de diversificación y dispersión de las prácticas audiovisuales del público. Por otro lado, las mesas suponen un primer ensayo por parte del mundo académico español de formar y concienciar al público sobre la relevancia de los festivales de cine. En este sentido, que sean profesionales de la universidad los que se encarguen de rescatar la susodicha pregunta sobre las funciones de los festivales

---

<sup>20</sup> Ibid.

<sup>21</sup> Datos publicados en la web del Gobierno de Navarra. “La última edición del Festival Punto de Vista de Navarra. La más concurrida, difundida e internacional,” *Navarra.es*, 18 de febrero, 2015. Accedido 28 de julio, 2015.  
[http://www.navarra.es/home\\_es/Actualidad/Sala+de+prensa/Noticias/2015/02/18/Punto+de+Vista+IX+edicion.htm](http://www.navarra.es/home_es/Actualidad/Sala+de+prensa/Noticias/2015/02/18/Punto+de+Vista+IX+edicion.htm).

(la renombrada cuestión de la necesidad) ante la audiencia, es del mayor interés para la futura investigación de los certámenes en España.

Hasta aquí nos hemos situado ante la actualidad más inmediata de los festivales y hemos tratado de esbozar brevemente las razones que han contribuido a debilitar su prestigio. Igualmente, hemos expuesto los atributos sociales y políticos que caracterizan la “necesidad” de los festivales, apuntando que el “estado de gracia” que han alcanzado en nuestra sociedad cobra sentido en un discurso público que se ha atribuido su tutela y que los ha presentado como parte de un sistema cultural que se debe preservar. Las constantes críticas hacia la proliferación de festivales, ha hecho que los directores tengan que rendir cuentas a la opinión pública, tal y como demuestran las palabras de José Luis Rebordinos poco después de asumir la dirección del Festival Internacional de Cine de San Sebastián:

Lo que estoy intentando hacer es hablar con mucha claridad sobre el Festival. Creo que no hemos hecho una labor pedagógica y hay muchos tópicos al respecto. Yo soy partidario de una transparencia absoluta, no oculto ninguna información excepto los detalles de la visita de la estrella a San Sebastián... Cuando la gente pregunta por presupuestos o por problemas yo no tengo ningún inconveniente en contarlo todo y creo que eso es bueno. Hay una idea equivocada, hay gente que piensa que el Festival es un lugar al que se viene a comer por el morro y a pavonearse por una alfombra roja. El Festival, a parte de ser una cita cultural importantísima, es un lugar donde se genera negocio y donde se genera riqueza y por eso creo que hay que explicar todo bien. Tal vez no lo hemos hecho suficientemente y vamos a intentarlo. Uno de mis objetivos es explicar mejor el Festival de puertas afuera. (Rebordinos 2011)

Puesto que, como demuestran los constantes esfuerzos de transparencia de la dirección de festivales, las funciones de los certámenes todavía permanecen en un área oscura, parece pertinente preguntarse qué discursos además del que presupone que los festivales de cine son eventos “de rango estatal” que deben tutelar los poderes de turno, han contribuido a consolidarlos como espacios que constituyen una práctica fundamental para las ciudades y para los ciudadanos. Si es que como se viene confirmando, los festivales son eventos necesarios, ¿qué discursos que circulan por la sociedad de consumo y por el espacio público así lo confirman? Y más importante aún ¿Qué otras funciones de los festivales de cine los convierten en instituciones necesarias desde un punto de vista industrial, social, económico y político?

Teniendo en cuenta que el festival internacional de cine es un evento que las industrias culturales vienen modelando desde hace setenta años, ¿qué historias han contribuido en todo este tiempo a afianzar la reputación de los festivales como *instituciones necesarias*? ¿Hasta qué punto la reivindicación que profesionales de la cultura, cinéfilos y directores de festivales han hecho de su necesidad no tiene que ver con la reivindicación de una *cultura canónica europea*? ¿Qué papel tienen los cines del mundo y los cines transnacionales en la reubicación de los festivales de cine como instituciones de *primera necesidad*?

Partiendo de la premisa de que discursos de necesidad, revelación y excelencia han contribuido a definir la especificidad del actual panorama de citas cinematográficas en España, es necesario ubicar tal especificidad en el espacio geográfico, político y cultural de Europa, es decir, en el espacio que se ha ido consolidando a lo largo del siglo XX como la cuna de un cine que es reconocido y reconocible en el mercado internacional bajo la categoría del *cine de autor*, del cine independiente, del cine no comercial y de toda una serie de denominaciones que hacen referencia a un cine hecho en alguna lengua no anglosajona, con ambiciones artísticas y que y que circula por festivales, filmotecas, cinetecas y salas de versión original.

En continuidad con esta línea de reflexión sociológica del cine, quiero proponer que la cultura del cine europeo y por extensión la *cultura de festivales*, deben observarse como categorías que vienen formulándose y modelándose desde hace siete décadas y como parte del largo proceso de reconversión del espacio social en espacio lúdico-festivo que tiene lugar a partir de la Segunda Guerra Mundial. ¿*Para qué sirven los festivales de cine*? Tratar de responder a la susodicha pregunta, pasa por reconocer las circunstancias históricas en las que los festivales empiezan a funcionar como marco dignificador del cine.

### 2.3 El festival de cine internacional en la reconstrucción de Europa

Tenemos, en definitiva, que empezar definiendo los festivales de cine como un fenómeno genuinamente europeo, o más concretamente, como un fenómeno que comienza con la esperanza de reconstruir Europa tras la Segunda Guerra Mundial y continúa hoy en el proyecto transnacional y sostenible de la Unión Europea. La mayoría de los autores que han tratado de ubicar históricamente las razones que se

encuentran detrás del surgimiento del *festival internacional de cine*, han acordado que emerge de un escenario geopolítico marcado por la tensión y la rivalidad entre las potencias europeas que recién salidas de la contienda, buscan estrategias que les permitan resurgir de sus cenizas. La proliferación de certámenes en lugares clave de Europa en el período que va de 1946 a 1955 simboliza la urgencia de diseñar estrategias que regeneren el tejido social, profundamente dañado por la guerra, y fomentaran la participación de la sociedad como punto de partida para crear un nuevo imaginario de estado-nación. Thomas Elsaesser (2005c), recuerda que hasta bien entrados los años setenta y mucho antes de que los festivales se transformaran en escaparates del cine europeo, los festivales de cine históricos eran fundamentalmente muestras del patrimonio cinematográfico nacional y funcionaban como plataformas para la diplomacia entre países (90).

En este sentido, los primeros certámenes como acontecimientos anuales en los que se articulaban ínfulas nacionalistas, no son muy diferentes de las grandes exposiciones internacionales celebradas en entreguerras en las que los distintos países desplegaban como pavos reales, su precioso patrimonio cultural y artístico ante el resto de potencias mundiales. El origen de la Mostra Internacional de Cine de Venecia, el primer festival internacional de cine reconocido, comienza precisamente bajo esta motivación ya que se crea en 1932 como herramienta propagandística del régimen de Mussolini para agasajar y favorecer a los países participantes pertenecientes a la alianza fascista. Otro certamen habitualmente citado como producto de pugnas políticas es el Festival Internacional de Cine de Berlín, inaugurado en plena Guerra para ser el nuevo enclave cultural del “frente occidental” y competir a nivel internacional con Alemania del Este y el eje comunista. Mientras tanto, el Festival Internacional de Cine Karlovy Vary (República Checa) nace en 1946 en la antigua Checoslovaquia, poco después de que el Partido Comunista ganara las elecciones y con el fin de representar la industria cinematográfica en el eje soviético (Harbord 2002a, 62).

No parece difícil relacionar el origen político y estratégico de los festivales en Europa con la centralidad que el cine tuvo en el siglo XX como *medio de masas*, y como instrumento para crear corrientes de opinión que reparasen las rasgaduras que los conflictos, guerras y crisis económicas y políticas habían dejado sobre el tejido social y sobre la imagen que la comunidad nacional tenía de sí misma. La imagen cinematográfica, elaborada en el corpus filmico que produce un país, es un instrumento

de persuasión, de sociabilidad y sin duda, de comprensión de la realidad que se ha mostrado en nuestro tiempo. Ni que decir tiene que en este proceso de recrear el territorio, las fronteras y los términos de identidad nacional, el cine ha sido el arte popular por excelencia del siglo XX, o lo que es lo mismo, el *arte para el pueblo*. Desde los panoramas urbanos a las pequeñas obras narrativas que captan escenas cotidianas como las obras documentales de Chomón; de las primeras fábulas sociales como *Broken Blossoms* (D.W. Griffith, 1919) hasta las fantasías nacionales como *El nacimiento de una nación* (D.W. Griffith, 1915), *Octubre* (Sergei Eisenstein, 1928), o *El triunfo de la voluntad* (Leni Riefensthal, 1935), el cine crea un espacio retórico para la construcción de las fantasías personales y nacionales.

Si los asuntos nacionalistas y las “políticas de guerra” fueron centrales en la articulación de un circuito de certámenes internacionales, en la mayoría de los casos, la regeneración social, económica y cultural se planifica a través de proyectos que contemplan el turismo como la nueva actividad económica. No es extraño, por ejemplo, que Cannes, Locarno, Karlovy Vary o San Sebastián fueran las ciudades que alojaron los primeros certámenes cinematográficos. Estas antiguas ciudades-balneario que habían sido destinos vacacionales de la aristocracia a principios de siglo, buscaban reestablecer su interés turístico y lograr reubicarse en el escenario internacional como enclaves vacacionales fuera de temporada (Elsaesser 2005c, 84). En su primera etapa, los festivales de cine no sólo ofrecían una visibilidad renovada a estas ciudades aburguesadas congeladas en el tiempo, sino que además las consagraron como “mecas del cine,” como potenciales destinos turísticos de alto *standing* escogidos incluso por la farándula para pasar sus vacaciones.

El suculento espectáculo de la industria cinematográfica inscrito en el rostro, las poses y los paseos de las estrellas nacionales e internacionales por la alfombra roja constituyeron sin duda la seña de identidad de los primeros certámenes, que se valieron de la élite social y la farándula para presentarse ante el mundo como naciones “de primer nivel” y exhibir su influencia cultural y económica. El contexto espectacular y ebrio de *glamour* de algunas localizaciones europeas escogidas para ser anfitrionas de eventos cinematográficos de peso internacional, vincula los discursos de calidad y de forma artística de los festivales con la opulencia de ciertos enclaves dedicados a alojar un *cine de élite*.

Existe una clara resonancia entre la emergencia de celebridades europeas en los festivales internacionales y la fabricación de estrellas en el sistema hollywoodiense.

Durante los años cincuenta tanto los festivales reconocidos por la Federación Internacional de Asociaciones de Productores de Films (FIAPF) dentro de la categoría “A” (festivales de cine competitivos), como los reconocidos dentro de la categoría “B” (es decir, no competitivos), eran lugares en los que política y espectáculo cinematográfico se mezclaban sin complejos. De esta combinación entre la élite social, la política y la farándula nos quedan, entre otras, las memorables imágenes del general Juan Domingo Perón y Evita posando junto a las estrellas en el Festival Internacional de Cine de Mar del Plata (República Argentina), fotografías de las que da constancia Clara Kriger (2004) en un texto sobre el uso propagandístico del cine en los primeros gobiernos peronistas.

Esta imagen de la farándula y la política que identifica a esa “primera etapa” de los festivales históricos, siguen siendo una parte importante de los festivales en la actualidad; o al menos, parte de un tipo de festival que le da nombre a los eventos de la industria cinematográfica. Aunque la carpa de festivales se ha transformado sustancialmente de acuerdo con los gustos del público, conviene tener presente que hasta los certámenes más modestos invocan en sus apenas diez días de ceremonias esta parte más apoteósica de la congregación entusiasta en torno a las estrellas. Incluso cuando el certamen busca distinguirse de los grandes actos solemnes, en mayor o en menor medida, termina representando ese hecho indispensable y forzoso del *star system*. Aunque muchos certámenes reniegan de la alfombra roja, de las galas, de las recepciones y de otros eventos que revisten el evento de pompa y glamour (como ha hecho en múltiples ocasiones el FICX), conviene tener presente que el mundo del cine es un fenómeno *popular* que se han construido *para el público* sobre un imaginario festivo-espectacular. Incluso hoy los certámenes que se celebran como parodia de la pretensión y de los protocolos de los grandes festivales, tienden a promocionarse a través de un elenco de “estrellas propias” que aun usando una narrativa humilde le ponen cara al festival y le otorgan cierto interés mediático. Así lo ha hecho el pequeño festival de cortos gallegos de Cans, que se celebra en la remota aldea de O’Potiño con el más aldeano de los despliegues, pero que tiene como imagen corporativa a Luís Tosar, de origen gallego y estrella del cine español que frecuenta el certamen.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> El uso ambiguo que el Festival de Cans hace de las celebridades en su discurso puede percibirse en el comentario de *El País* en referencia al paso de la actriz Emma Suárez por el festival: “Por los caminos empedrados de Cans desfiló Emma Suárez, un tanto estupefacta de que el menú del bufet para los vips, servido en otro galpón, consistiese en chorizo asado, lacón y callos, con una temperatura exterior de casi



Dicho esto, me gustaría proponer que las condiciones descritas más arriba nos sirven para observar el circuito de festivales internacionales como un fenómeno en el que los atributos de calidad incrustados en el cine arte europeo son absolutamente dependientes de la cultura de las celebridades, del derroche y la fastuosidad. O dicho en otras palabras, sólo la tradición de raigambre popular de las estrellas, el glamour y el espectáculo mediático, posibilita el acceso del público a los discursos elevados de forma y de calidad artística que abanderan los festivales. Discursos que el legado de la excelencia europea insiste en separar artificialmente del gusto por las formas de comunicación y producción populares, en las que *lo popular* es entendido como un modo de producción cultural inferior en tanto que modelo dominante y homogeneizante propio de las formas de producción capitalizadas (representadas, por otra parte, por Hollywood, el enemigo natural de la cultura europea).

En este sentido, podemos empezar a observar, como ha hecho Janet Harbord (Harbord 2002a), que el festival de cine invoca una representación del espacio que se sabe altamente mediatizada y que aprovecha la proyección del espectáculo, del marketing, del turismo y de los medios de comunicación masivos para promocionar el más solemne de sus propósitos: el de servir de engranaje a un sentir cultural y social que se sabe y se construye como privilegiado y exclusivo. Aquí es quizás donde encontramos la fase más conflictiva del estudio de los festivales como fenómenos sociales dirigidos a hacer y a legitimar la comunidad: en su tendencia por un lado, a ser un lugar en el que se impliquen de forma masiva público y medios y por otro a definir unos marcos rígidos, visualizar unas condiciones de acceso y administrar explícita e implícitamente una serie de discursos que van dirigidos a la formación de un canon y a la implicación con unas identidades concretas (nacionalismo, género, sexualidad, condición social). Desde esta perspectiva, el festival se encuentra constantemente realizando una tarea institucional de inclusión y de exclusión y por lo tanto, una lista de incluidos y excluidos que se traduce en una forma de ejercer un control moral sobre las películas, sobre su disfrute y sobre los que las disfrutan.

A continuación vamos a esbozar los discursos que cobijados por la tradición del *star system* y lo festivo, configuran los propósitos centrales de los festivales de cine a

---

40 grados.” Emma Suárez citada en Xosé Manuel Pereiro, “El agroglamour de Cans,” *El País*, 26 de mayo, 2006. Accedido 18 septiembre, 2015.  
[http://elpais.com/diario/2006/05/29/ultima/1148853601\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2006/05/29/ultima/1148853601_850215.html).

partir de los años sesenta. A grandes rasgos, el nacionalismo de los primeros certámenes da paso a nuevas voces y nuevas visiones del mundo que sensibilizadas con la realidad social, van a confrontar los esquemas políticos y culturales de entreguerras a partir del ideal artístico de la alta cultura y de la modernidad. Un ideal con el que el cine europeo pretende sobrevivir a la cultura masiva.

## 2.4 Cine y compromiso político. Los festivales como espacios para el descubrimiento

Hablar de los festivales de cine como instituciones *necesarias* pasa por reconstruir aunque sea brevemente, el camino que empieza con la revolución que emprenden las generaciones de jóvenes en los sesenta y las secuelas que su activismo deja en el sentir cultural del momento y de las siguientes décadas. Los años sesenta representan un momento de transición social y cultural clave que va a horadar la política de los festivales internacionales y va a impactar para siempre en las formas en las que el cine europeo será percibido. Un hecho decisivo, es la entrada al escenario de consumo de nuevas generaciones que llegan a las salas con nuevas expectativas promovidas por el cambio social y que verán en el cine un nuevo horizonte para la revolución cultural. El acceso a los *mass media* y una nueva capacidad de consumo les permite a los hijos del nuevo Estado de Bienestar disfrutar con cierta libertad de la industria del ocio y de los nuevos productos de la cultura popular: para esta juventud que se sentía más conectada al cine popular norteamericano y a los nuevos géneros de la música popular como el rock psicodélico o la música *beat*, los festivales de cine representaban —con sus alfombras rojas, sus ceremonias pomposas y sus excesos— la inmovilidad burguesa que recorría a Europa (Pujol 2011, 105-10).

Buena parte de lo que hoy entendemos como ese espacio cinematográfico llamado *cine de autor* o *cine arte europeo* —que ha sido técnicamente, formalmente, estilísticamente e incluso históricamente definido como un espacio en las antípodas del cine de Hollywood—, se constituye durante estos años de convulsión social en los que también se va a reformular la idea misma de Europa. Como muy bien han indicado Thomas Elsaesser (2005b) y Marijke de Valck (2007) en su recorrido por lo que fueron los años más convulsos del cine reciente, la escalada de revueltas sociales ocurridas finales de los sesenta en Europa occidental, los estados comunistas de Europa del Este

y Latinoamérica, se dejan sentir en el cine de la época que va a dar lugar a una serie de tentativas y de corrientes cinematográficas nacionales a veces incluso unidas a manifiestos abiertamente políticos.

En Checoslovaquia las películas sociales en contra de los regímenes comunistas de Europa del Este —entre ellas las de Milos Forman—abrazaban la experimentación y se alejaba del Realismo Socialista; en Reino Unido emergía el *Free Cinema* y proliferaban los dramas sociales ambientados en las grandes urbes industriales como *A Taste of Honey* (Tony Richardson, 1961) o *The Loneliness of the Long Distance Runner* (Tony Richardson, 1962); en España el cine de Carlos Saura, Jordi Grau o Víctor Erice esquivaba la censura franquista; en Italia el cine de Pasolini, Antonioni y Bertolucci abría una vía alternativa al neorrealismo; en Francia las películas de Rohmer, Truffaut, Chabrol o Godard esbozaban las teorías renovadoras del *nuevo cine* de los sesenta, y en Alemania, autores como Wenders, Fassbinder o Shlöndorff tomaban prestadas las bases ideológicas de la *nouvelle vague* e iniciaban sus propios actos a favor de un cine experimental en Oberhausen. Como suele ocurrir en los momentos de revolución y escisión política, para muchos de esos autores, el cine se convierte en una forma de expresar una postura de resistencia política que a menudo se identifica con los movimientos sociales de la época: el ecologismo o los nuevos feminismos, los derechos civiles, son ejemplos de temáticas que transitan el cine de la época.

A diferencia de lo que ocurre en los Estados Unidos, donde la revolución artística busca el impacto dramático, —una tendencia que se propaga en el arte a través de artistas como Pollock— en Europa, la revolución va a tener como aliado principal un programa intelectual con el que los nuevos cineastas amparan su autoridad para intervenir en la situación política. Como muy bien indica Cristina Pujol en sus observaciones sobre la “psicología” que pone en pie a la cinefilia, el nuevo crítico y cineasta asume la posición del *intelectual comprometido*, una postura que le capacita para confrontar cualquier situación política que se le presente (Pujol 2011, 74). Provistos con las teorías que dominaban el campo intelectual de la izquierda en occidente y con su integridad, los críticos/cineastas son personalidades multifacéticas que escriben, filman e intervienen políticamente en festivales de cine.

Esta idea del cinéfilo como espectador que toma parte activa y que exhibe una sensibilidad comprometida con el entorno social, no sólo se encuentra en el núcleo del cine de los nuevos creadores, sino que ha impregnado desde entonces la cinefilia como

opción cultural “implicada con los problemas del momento.” No obstante, la idea del cinéfilo *concienciado* choca de lleno no sólo con la realidad de muchos jóvenes que tras participar en la revolución terminaron retomando el negocio de sus padres o dirigiendo imperios capitalistas, sino también con el esnobismo y el ensimismamiento del que a menudo se le acusa al gusto cinéfilo. La ambigüedad política de la cinefilia queda muy bien reflejada en la reflexión que Bernardo Bertolucci hace en su película de 2003 *Soñadores (The Dreamers)*: la relación de fascinación entre dos jóvenes franceses y un estudiante estadounidense confinados en un piso en el momento álgido de los acontecimientos de mayo del 68 en París se ha convertido ya en un paradigma de la reflexión que muchos cineastas y autores nacidos en los años cincuenta han hecho posteriormente de esta “enfermedad” narcisista con la que se identifica la cinefilia y que ahora se intenta superar.<sup>23</sup>

Para gran parte de esta clase intelectual europea, los festivales de cine se convierten en escenarios donde adquirir visibilidad y poner en práctica su activismo. Si durante largo tiempo los festivales clásicos eran vistos como templos de la clase elitista, en los años sesenta la asistencia a festivales se convierte en una de las prácticas más comunes entre cinéfilos y más políticamente connotadas. En parte, el cambio de registro que experimentan los festivales se debe a que el circuito internacional de festivales experimenta una auténtica reforma de la mano de los directores de festivales que inician relaciones cada vez más dinámicas con las cinematografías de otros países no occidentales que por entonces protagonizaban el movimiento revolucionario: el *cinema novo* brasileño, los *nuevos cines* árabes y sobre todo los nuevos cines producidos en Latinoamérica, llegan a Europa al ser reconocidos por programadores que le dan un giro a las prioridades cinematográficas de sus certámenes y que contribuyen a confirmar el la actitud comprometida y activista que desde ese momento asumen los festivales europeos.

Este proceso por el que los festivales expresan su apoyo a los movimientos de liberación a través de la promoción de cines de corte reivindicativo, debe leerse no obstante, como un largo proceso de “apropiación” del espacio cinematográfico mundial con el que Europa va jugar en la guerra cultural que lidia contra el monopolio norteamericano. Por decirlo con claridad, además de abrir un espacio en las pantallas

---

<sup>23</sup> En torno al film de Bertolucci y sus interpretaciones véase el estudio de Sutanya Singkhra (Singkhra 2005).

europas para los cines producidos en el mal llamado Tercer Mundo —o el aún más eufemístico conjunto de los países *en vías de desarrollo*—, los festivales noveles como el Festival Internacional de Cine de Rotterdam (IFFR) y el Festival Internacional de Cine de Pesaro, contribuyen a que los países de la “periferia” se consoliden como espacio de dominio cultural de Europa.

El festival de Rotterdam, inaugurado en 1972 con una línea marcadamente experimental, y el festival de Pesaro, que celebra su primera edición en 1964 con una programación centrada en el nuevo cine militante que se realiza en Latinoamérica, son ejemplares del mapa prematuro de lo que vendrá a ser el actual circuito de festivales. Como se ha ocupado de comentar Marijke de Valck (2007), la entrada en escena de estos certámenes no sólo va a suponer una quiebra del monopolio de los grandes festivales que dominaban en espacio cinematográfico europeo, sino que más importante aún, va a ofrecer nuevas experiencias cinematográficas más acordes con las expectativas de las audiencias emergentes (174). Mientras que la mayoría de festivales se niegan a renunciar a los sistemas de premios y la alfombra roja, los nuevos certámenes sustituyen los símbolos de opulencia por mesas redondas, debates abiertos, sesiones de preguntas y respuestas con los directores (las llamadas Q&A) y actividades dirigidas a la formación y la participación del público.

Irónicamente, en pleno proceso de descolonización, las conquistas cinematográficas se convierten en una de las prácticas más distintivas y habituales de los festivales. Revelar los cines *ocultos* al público europeo ya había sido un recurso con el que los grandes festivales mostraron en los cuarenta y los cincuenta su hegemonía cultural frente a Hollywood: el caso de *Rashomon*, (Akira Kurosawa, 1950), primera película no europea galardonada con el prestigioso León de Oro en la Mostra de Venecia, ha sido muchas veces citado en las historias del cine por ser paradigma de cómo los festivales europeos impusieron a través de un séquito de críticos y profesionales avalados por los medios de comunicación un sistema eurocentrista de categorización del cine. Esta tradición europea, que terminan de institucionalizar los festivales en la década de los ochenta y los noventa va a suponer, como muy sagazmente apunta Alberto Elena (1999), un problema historiográfico de gran alcance que afecta a la manera en la que la sociedades euro-norteamericanas van a percibir a partir de entonces estas cinematografías (17).

Finalmente, este problema tiene que explicarse en el mismo centro de las funciones que en esta época empiezan a asumir los festivales de cine y en su ambición

por gestionar el cine mundial como si de un recurso se tratase. Hay que anotar que este tipo de prácticas no pertenecen a la historia lejana de los festivales sino que forma parte de la actividad habitual de los programadores siendo sustancial a la agenda de casi cualquier cita cinematográfica en la actualidad. Aunque cada vez más directores de festivales y críticos evitan nombrar las cinematografías no occidentales en términos de descubrimiento, los directores de festivales no dejan de sumarse para la opinión pública *hallazgos* y *revelaciones* con las que construyen sus peculiares y eurocentristas cartografías del cine. De hecho, uno de los rasgos más comunes del actual panorama de festivales de cine es una predilección por los cines que reivindican identidades socialmente marginales, agendas minoritarias o que pretenden concienciar de aspectos como la desigualdad social, la exclusión social o los Derechos Humanos o incluso la conciencia ecológica y el deterioro del medio ambiente. Prueba de ello es la proliferación de festivales con agendas comunitarias y políticas, festivales dedicados a la circulación y promoción de los cines del llamado del sur geopolítico, o festivales con fines pedagógicos que promueven todo tipo de causas sociales: la discapacidad, la inmigración, el asilo político o la amnistía son temáticas que recientemente han pasado a formar parte de la agenda de los festivales internacionales de cine.

## 2.5 Los festivales como espacios de distinción cultural. En torno a la cinefilia

Aunque autores como Marijke de Valck (2007) en el mundo anglosajón y Cristina Pujol (2011) en el hispánico han indicado que festivales como el de Rotterdam surgen de una despolitización de los grandes relatos de la posguerra y de la Guerra Fría, lo cierto es que la intensidad con la que los festivales se dedican a transferir a sus públicos revelaciones y descubrimientos cinematográficos traídos de países exóticos demuestra que a partir de los sesenta el circuito no hace otra cosa más que marcarse éxitos culturales y geopolíticos. La misma teoría de autores (conocida también en mundo académico como la “Gran Teoría”), que pone en pie lo que hoy conocemos como el espacio del cine-arte europeo, se escribe sobre una ambiciosa agenda política que no sólo busca dominar el estatuto de la imagen cinematográfica en tiempos de revolución, sino que aspira a dominar el espacio económico, político y cultural de la nueva Europa a través del cine, pero sobre todo, a través de sus públicos.

Avivado por el ambiente político de los sesenta, la seducción que el cine europeo ejerce sobre multitudes de jóvenes va a dar color al temperamento del cambio generacional: la sublevación política, el espíritu de la primavera y la avidez de consumo son las circunstancias clave que contribuyen a que el cine de autor se afiance como un movimiento social con su propio programa de creencias, dogmas y ritos que el nuevo público va a seguir con religiosidad. Mientras que, como indica Robert Stam (2001) en su teoría del cine, la cuestión de la autoría en el cine ya había sido anticipada en publicaciones americanas durante los años cuarenta (108), los miembros de la *nouvelle vague* encuentran una manera de conceder a la singularidad estética y narrativa de cada cineasta una dimensión política: armados de un arsenal de ortodoxia marxista, psicoanalítica y (post)estructuralista, los autores censuran que el cine se haya convertido en una forma de reflejar los aspectos esenciales de una nación y arremeten contra la ideología narrativa de posguerra que habían puesto de moda una serie de “estilos nacionales” de corte realista.

Para Francois Truffaut, Claude Chabrol, Eric Rohmer, Jean-Luc Godard y Jaques Rivette el cine de Jean Renoir, Visconti o Rosellini, premiado hasta la saciedad en los grandes festivales era también el cine representativo de las narrativas imperantes en la década anterior. Una de las claves de la nueva conciencia de autor es el rechazo que los críticos de *Cahiers du Cinéma* sienten hacia la concepción del filme como mercancía y como mero producto industrial concebido de manera inauténtica, fría e impersonal: la responsabilidad del joven cineasta es desarrollar a lo largo de su vida una auténtica obra personal y enfrentarse a la obra en calidad *autor* que imprime su marca personal y crea ejercicios de estilo que pueden leerse y reconocerse en distintos aspectos del film.

Esta “personificación” o encarnación del creador en el film, tiene consecuencias importantes en el ámbito de la recepción de la obra y de las prácticas cinéfilas: a diferencia del anonimato del cine de Hollywood, el cine de autor es susceptible de convertirse en “objeto de culto” al que admirar y al que encomendarse a través de toda una serie de prácticas y de ritos. Mientras que los trabajos dedicados a estudiar el *auterismo* se han dedicado a examinar los aspectos estilísticos, técnicos, narrativos y psicológicos que lo definen (Bordwell y Thompson 1979) a estudiar la política de autores atendiendo a cuestiones relativas a la industria del cine europeo (Rosenbaum y Martin 2011; Goss 2009; Elsaesser 2005b), o a examinar sus contextos de exhibición y consumo en la era digital (Balcerzak y Sperb 2012, 2009) lo cierto es

que apenas se ha prestado atención a las prácticas de las audiencias como activadoras de un sistema de devoción modélico que desde mi punto de vista, es una de las razones principales de que hoy podamos hablar de una cultura del cine europeo.

Que el cine elegido para representar “la cultura oficial europea” sea un cine que excluye a la inmensa mayoría de espectadores y al grueso de películas que se producen en Europa, se encuentra directamente relacionado con la tradición arraigada en Europa del *culto a la cultura* y de la firme convicción de que Occidente se sostiene sobre una serie de pilares que hay que preservar y salvaguardar por el tiempo de los tiempos. No deja de ser significativo que el mito del cine de autor sea originalmente un fenómeno francés, es decir un fenómeno que se gesta en el epicentro de una cultura que reverencia al *connaisseur* y que ha dejado su cultura y su organización social, su economía en manos del buen juicio y del buen gusto de los expertos.

En este sentido, puede decirse que el cine de autor se va a convertir en la quintaesencia de la moderna cultura europea. El *auteur*, como cineasta iluminado y tocado por el genio artístico, bebe de la tradición que académicos como Richard Dyer y Ginette Vincendeau (1992) han identificado como específicamente europea: la virtud de la razón, como símbolo de la modernidad y herencia de la Ilustración, no deja de ser el espacio moral sobre el que se sostiene la práctica de la tasación y de la canonización de obras y de autores como Rainer Werner Fassbinder, Wim Wenders, Bernardo Bertolucci, Pedro Almodóvar, Lars von Trier o autores de “descubrimiento” más reciente como Pedro Costa, Mia Hansen-Løve o Albert Serra. Que hoy podamos seguir sumando nombres a la lista, se debe a que hay un público que se decanta por estos creadores, que busca y reconoce sus nombres en las secciones oficiales, retrospectivas y sesiones especiales en festivales, semanas del cine, salas de reestrenos, filmotecas y cines de versión original. Igualmente, que hoy sigamos hablando, aunque en términos sustancialmente diferentes de cinefilia, confirma que todavía existe en nuestra sociedad una forma de afiliarse en torno al cine que se imagina con ventaja cultural respecto a otros espectadores. En este sentido, hay que decir que el programa que constituye el grueso de lo que Truffaut llamó la “política de autores” tiende fundamentalmente hacia un nuevo replanteamiento de las relaciones, no solo entre el cine y el cineasta, sino también *entre el cine y el público*.

Los esfuerzos dedicados a construir una cultura del cine europeo a partir de los años sesenta hace imposible desvincular el desarrollo de la cinefilia como práctica de nuestro tiempo, del trabajo de mediación cultural e ideológica de organismos e



instituciones culturales, entre ellos, los festivales. No obstante, en lo que se refiere a la historia de la cinefilia, lo cierto es que hasta hace apenas diez años el mundo académico no había reparado en el papel fundamental que casas de cultura, filmotecas, museos, salas de arte, academias de cine o festivales, desempeñan en la formación y difusión de determinadas culturas cinematográficas.

Julian Stringer (2003a), llama la atención sobre este hecho e insiste en la importancia de estudiar la labor que las instituciones culturales tienen a la hora de “transformar la historia del cine en patrimonio” (82). Con esta misma predisposición, Janet Harbord (2002a) es la primera en reflexionar sobre los dominios discursivos y las asunciones culturales a las que se encuentran expuestos el público de festivales; asunciones que no sólo se encuentran representadas en la selección de filmes y en las películas, sino en el propio espacio de la ciudad en la que se celebra el festival. Un espacio, por otra parte, connotado de historia y organizado a partir de discursos de regeneración urbana, de competencia con otras regiones y de comercio. Aunque como indica Harbord desde sus orígenes, el festival internacional promociona a la ciudad como atracción turística y la pone en competición con otras ciudades a nivel global (61), tanto el turismo o el marketing han quedado fuera de la imaginación del cinéfilo, para quien el festival ofrece la exaltación de la experiencia cinematográfica libre de los imperativos mercantiles que la contaminan. Harbord (2002a) lo explica en los siguientes términos: “There is a sense in which the festival has been a disinterested space of filmic judgement and appreciation, accruing a type of mobility in the sacrificial (and puritanical) comfortlessness of a film culture focused on the text” (68).

Estas asunciones puristas que alejan al festival de cine de su verdadera naturaleza polarizada e híbrida, son en realidad parte esencial del vocabulario que los directores de festivales esgrimen para los medios ante la pregunta –siempre latente– de para qué sirven sus certámenes. Aunque más adelante habrá que matizar que cada festival, debe defender ciertos principios y líneas de actuación que los vinculan a distintos gustos e identidades subculturales, bien es cierto que con excepciones, el circuito de festivales internacionales se ha aferrado con vigor a este mito del “cine auténtico” y como consecuencia, a una cultura de la excelencia que promueve una ruptura social entre audiencias.

Parece por tanto adecuado afirmar que los festivales de cine son espacios en los que aprender las *formas* y las *maneras* en las que manifestar en cada época este amor tan específico por el cine. Desde los sesenta los festivales se han confirmado como

lugares a los que peregrinar si se quiere vivir experiencias de visionado altamente ritualizadas ya que, ese gusto especializado por el cine, es en sí mismo motivo de celebración y de festejo. La devoción y la expresión de amor incondicional por determinadas películas, actores, actrices y por determinados creadores, no sólo no estaban mal vistas en el marco del festival y de ciertos contextos de visionado de la época, sino que se convierten en emociones esenciales para entender las formas de recepción que se inauguran con el cine de autor. Desde el punto de vista afectivo, el cinéfilo de entonces no es en realidad tan diferente del de ahora: vive el cine más allá del visionado, memoriza las películas, colecciona carteles, consume cine de manera compulsiva, espera impaciente el momento de asistir a un estreno o de un festival, e incluso escribe sobre cine.

Pero por encima de todo, para las primeras y segundas generaciones de cinéfilos el visionado del film y la espera que este momento único e irrepetible les depara constituye una de sus primordiales debilidades. El momento mágico en el que el cinéfilo se hunde en la butaca y espera a que el film aparezca ante sus ojos entre las tinieblas de la sala, ha sido motivo de narraciones como la de Thomas Elsaesser (2005a) que, en la guisa de la relación mágico-antropológica entre el espectador y la ficción en la pantalla de Christian Metz, reconstruye el momento casi trascendental del visionado por el que la ocasión, para muchos perfectamente ordinaria de ir a ver una película, se concibe como una experiencia única y casi sagrada en la que todo se presenta magnificado ante los ojos del espectador:

Cinephilia meant being sensitive to ones surroundings when watching a movie, carefully picking the place where to sit, fully alert to the quasi-sacral feeling of nervous anticipation that could descend upon a public space, how-ever squalid, smelly or slipshod, as the velvet curtain rose and the studio logo with its fanfares filled the space. (28)

En la anterior anécdota de Elsaesser, la sala se reconstruye como una experiencia memorable e irrepetible que se ansía aprehender y revivir mediante la narración. Es precisamente la disolución de ese instante que se agota en su presente, la pérdida de esta configuración mítica del momento sagrado del visionado y del descubrimiento de la imagen como momento de revelación cinéfila por excelencia, lo que lamenta Susan Sontag en su célebre artículo *The Decay of Cinema* (1996). La lamentación y el remordimiento por la pérdida de una práctica que se deja notar en los cierres de salas y

la supuesta migración de los cinéfilos a Internet, forman parte, en realidad, del propio espíritu nostálgico del cinéfilo que como muy bien expresa Elsaesser (2005a), se encuentra “siempre preparado para rendirse ante la ansiedad de la posible pérdida, para llorar la una vez sensual-sensorial plenitud de la imagen de celuloide, y para insistir en la irrecuperable y fugaz naturaleza de la experiencia filmica” (27-8).

Aunque en el Capítulo 2 nos ocuparemos de a revisar en mayor profundidad la importancia que la memoria y la nostalgia juegan en el debate en torno a los espacios y las prácticas de la clásica y de la moderna cinefilia, por ahora, hay que enfatizar el valor sin precedentes que adquiere el momento de visionado bajo las características espacio-temporales del festival. Podría decirse que el festival se concentra en ese momento aislado y singular en el que el espectador, en compañía de *una comunidad de espectadores* que como él probablemente han viajado durante horas para estar ahí, se entrega a la proyección. La forma en la que el festival escenifica esa pausa destinada en el calendario anual a rendirle culto al cine, a ver películas y a hablar sobre películas, ha permitido que a pesar de la del aumento de prácticas cinéfilas que entran en competencia directa con los certámenes, los festivales sigan siendo escenarios predilectos entre los cinéfilos contemporáneos, algo que se acentúa si leemos los festivales en términos de distinción social y como instituciones instigadoras de conocimiento cinematográfico y capital cultural. Incluso hoy, la nostalgia, forma parte esencial del sentir de la cinefilia, un sentir que por otro lado potencia la experiencia del festival como experiencia única e irrepetible que eventualmente se convertirá en memoria.

Si el festival es el lugar donde los nuevos cines y las nuevas olas *encuentran un público que los valore*, también es un lugar donde el público halla un espacio donde se deja ver en un ambiente cinéfilo y donde expone su gusto cinematográfico al juicio de los demás espectadores. Dicho esto, si hemos visto que la nostalgia y la afición forman parte del sentir característico de la cinefilia, no podemos excluir la idea de un sentir social en la cinefilia, es decir, un “sentirse parte de” una comunidad de cinéfilos que se diferencian del resto de espectadores menos exigentes. Incluso hoy cuando nos referimos a los cinéfilos, nombramos a una clase de espectador especialmente entusiasta que mantiene una relación más intensa y comprometida con el cine que la mayoría, un espectador que potencialmente lleva su interés por el cine más allá de la mera asistencia a las salas y cuyo gusto cinematográfico resulta más comprometido, más específico, más refinado, o más especializado que la del resto de espectadores.

En este sentido, la cinefilia, como identidad que se establece en los cincuenta y que va mutando a lo largo de las décadas siguientes, se construye sobre la idea de que los cinéfilos, por aproximarse al cine desde su bagaje intelectual, sustentan una posición de superioridad respecto a las demás audiencias. No sorprende, que la cinefilia se siga interpretando como una forma de hacerse en comunidad en la que el gusto por el cine funciona como medio de discriminación cultural. Que la mayoría de autores hayan optado por elaborar la cinefilia como una *categoría social* que descansa sobre discursos de clase, ha terminado por atar la cuestión a los debates surgidos sobre la alta/baja cultura en los que el concepto de *distinción* de Pierre Bourdieu (1979) ha desempeñado un papel crucial.

Un claro ejemplo de este punto de vista lo ha expuesto recientemente Cristina Pujol (2011) en su trabajo pionero en el mundo hispánico sobre el gusto cinéfilo y las manifestaciones subculturales en el cine en España. De acuerdo con Pujol, la afiliación de la cinefilia a una conceptualización del cine como arte, busca en realidad imponer una escisión social a partir de la asimilación del cinéfilo como erudito y por tanto, como poseedor de un estatus en el esquema social que lo ubica como una autoridad cultural. Esto es socialmente distinguible en el *habitus* del cinéfilo, que se involucra en actividades que lo relacionan con formas trascendentes de gusto y los distancia de otras consideradas frívolas y menos codiciadas culturalmente hablando.

Una consecuencia de esta conceptualización, ha sido la degradación de la figura del cinéfilo y en general de la cinefilia, que ya en los setenta empieza a percibirse como una identidad cultural ensimismada y pervertida por el narcisismo de los cinéfilos intelectuales que sólo buscan asignarse un estatus de mayor reconocimiento social. El estereotipo del cinéfilo intelectual que en los años setenta empieza a impregnarse de connotaciones negativas está vinculado a la mala reputación que entonces empieza a acumular su *alter ego*, el crítico de cine, que es visto como un personaje autocomplaciente, fascinado por su propia narrativa verborrérica y a cuyo gremio Umberto Eco se refiere como “los críticos del orgasmo.” Para entender la postura que la crítica viene sosteniendo respecto al intelectualismo en los últimos tiempos es imprescindible hacer alusión a un cambio de tono entre la crítica más reputada en España, o al menos a un evidente propósito de auto-censura a la hora de usar un estilo autocomplaciente y alejado de la realidad del nuevo cinéfilo-lector-espectador. Por ejemplo, en lo que se refiere a la labor de la crítica como testimonio de los nuevos caminos de la cinefilia, *Caimán. Cuadernos de Cine* ha expresado en

numerosas ocasiones la necesidad de superar los hábitos decadentes de la cinefilia que de acuerdo con Ángel Quintana (2015), “se ha convertido en una especie de espacio residual. [La cinefilia] no existe como especie en mutación sino como especie en peligro extinción” (6).

Dicho sea de paso, que la cinefilia como categoría social haya perdido prestigio desde los ochenta, se debe a la progresiva negación por parte de las humanidades de cualquier indicio del arte de masas que apunte a una conciencia de clase. Esta tendencia termina por definirse en la universidad con la migración del interés académico hacia los estudios de recepción (*audience research*), que promueve el estudio de otras categorías culturales que se basan en formas de consumo más afines a la cultura popular, como la de los fans o los llamados por Janet Staiger (2000) “espectadores perversos,” pero cuyos discursos y mecanismos de satisfacción son tan eruditos como los del academicismo cinéfilo.

Como es de esperar en los sesenta y los setenta los festivales de cine se convierten en lugares donde los cinéfilos practican un estilo de vida afín a sus ideales y consiguen sellar una relación en exclusividad con el resto de cinéfilos y con las películas que allí se proyectan. La mueca que la cinefilia de entonces le dedica al cine sin ambiciones intelectuales se encuentra representada en el sistema de juicio y de enjuiciamiento que ponen en funcionamiento los festivales, secundados por las nuevas publicaciones y las reseñas de los críticos de moda que los asistentes al festival leen con asiduidad (en España, principalmente *Film Ideal* y *Nuestro Cine*). En lo que se refiere al aspecto de confirmación social y cultural de la cinefilia, los festivales de cine han ejercido un papel esencial en la medida en la que se constituyen como espacios de mediación entre la práctica de ir al cine y ciertos esquemas socioculturales.

En concreto, por ser una institución dedicada a la tasación de películas y a la creación de cánones cinematográficos, los festivales de cine ocupan un lugar relevante en lo social como legitimadores de una serie de parámetros que nos orientan en nuestro gusto cinéfilo estableciendo lo que queda y lo que no queda dentro del *juego de la cinefilia*. Esta diferencia se corrobora en el papel de los certámenes como instituciones tasadoras, un papel que termina por establecerse a partir de 1972 cuando el festival de Cannes decide suplantarse los comités nacionales y el sistema de “países invitados a competir” por la figura del programador, que cambia las normas del juego. A diferencia de los delegados nacionales que se limitan a escoger títulos de entre el repertorio de películas producidas en sus países de origen, el programador, en calidad

de experto cinéfilo, aplica su criterio personal para proporcionarnos una selección destilada, procesada y argumentada de las películas.

Tal es la legitimidad que los festivales de cine tienen para el público que en ocasiones parece que su única función fuera la de ser garante de prestigio. Por ejemplo, Elsaesser (2005c) y De Valck (2007) sostienen que los festivales de cine alteran con su halo de exclusividad el contexto habitual de ver películas y haciéndolo, transforman su estatus de cara al público, a la crítica y al circuito. De Valck compara incluso los festivales de cine con *ritos de paso* o *ritos de transición*, usando la terminología del antropólogo holandés Arnold Van Gennep (1909). Van Gennep, observa que desde la antigüedad, la forma de revitalizar y de garantizar el cambio en una comunidad se viene gestionando desde la antigüedad a través de los *rites de passage*, ritos vitales que representan la posibilidad de transiciones y movilidad en el sistema social a lo largo de la vida de los individuos.<sup>24</sup> Siguiendo a Van Gennep, De Valck (2007) sostiene que los festivales funcionan como “espacios de transición” (*sites of passage*) para los film y sus directores que acumulan prestigio cultural a su paso por el certamen (36). Esta actividad en la que se han especializado los festivales y que se encuentra debidamente representada y marcada a través de actos simbólicos como el paso de los invitados por la alfombra roja, las ruedas de prensa, los premios, las sentencias de jurado o las galas de apertura y clausura, no sólo contribuyen a posicionar culturalmente a las películas y a sus directores en el mundo de los festivales (del que, por ejemplo, en el circuito de clase “A” Cannes ocuparía el más alto nivel), sino que contribuyen a legitimar el prestigio de los certámenes y su actividad en el mundo de la cultura y si cabe, en el espacio de la ciudad. Un sistema que por otra parte, no es ni transparente ni comprensible para el público y la prensa. La actividad de selección y de recompensas del festival se encuentra sujeta a decisiones que casi siempre quedan ocultas a los espectadores y a la crítica cinematográfica que a menudo muestra su estupefacción ante el palmarés.

---

<sup>24</sup> A través de una serie de actos simbólicos, los ritos de paso suelen representar la transición del individuo entre las etapas de la vida que más conmueven a la estructura social: el nacimiento, el paso a la madurez, el matrimonio o la muerte tienden a ser debidamente sacralizados en la práctica ritual de cada comunidad precisamente porque le permiten comprender a una comunidad el orden natural de las cosas.

Una película que ha sido premiada en distintos festivales es una película que no volverá a ser la misma para el público. Llevar inscrita la marca del festival, ser portadora del membrete de oro, no sólo la relaciona con el perfil del que el festival se hace eco, sino que además la circunscribe dentro de una cultura del cine que la hace garante de calidad y prestigio. A este propósito servirán los programas competitivos, jurados internacionales y premios, que distinguen y otorgan honor a una serie de películas respecto del grueso de producciones anuales (De Valck 2007, 210). Convertir el proceso de tasación en una auténtica ceremonia es lo que les ha permitido a los festivales confirmar su poder como instancias legitimadoras de las que se hace eco la crítica y de toda una serie de instituciones que aprueban desde la retaguardia las decisiones de los festivales para el público. Pero más allá de la repercusión que el festival como “espacio selecto” tiene sobre la vida y la reputación de los filmes y los cineastas, el sistema taxativo del festival tiene la función de *dar valor y dar sentido* a la experiencia del espectador. Si examinamos de cerca esta función, el festival de cine puede leerse fácilmente a partir las ideas sobre la distinción de Bourdieu en la medida en la que asistir a un festival pone de manifiesto una preferencia cultural concreta que será determinante para nuestro estatus y que pasará a formar parte, junto con otras prácticas, de nuestro *capital cultural*.

De acuerdo con la teoría de la distinción de Bourdieu ([1979] 2006), nuestras preferencias culturales son determinantes de un estatus que puede ser generado y mantenido mediante el capital cultural, que no se manifiesta necesariamente en la cualidad económica y social de los participantes —aunque las preferencias culturales y el *gusto* estén socialmente (pre)determinadas, y la cultura sea símbolo de opulencia—, sino en sus formas de mediar con los distintos tipos de cultura. Esto, según Bourdieu es distinguible en el *habitus* de las personas, que es a la vez principio social de clasificación por el que nos encontramos en condiciones de escoger unos estilos de vida, pero también de hacer de nuestro estilo de vida una declaración de diferencia, es decir, es también un sistema de juicio y enjuiciamiento que es capaz de dar sentido y valor a esas experiencias, situándolas en el “esquema social”: “...*habitus* [es] la capacidad de producir unas prácticas y unas obras enclasables y la capacidad de diferenciar y apreciar estas prácticas y estos productos (gusto)” (170).

Esta mediación, a veces adquiere forma institucional y se encarna en los expertos, que son los que nos proporcionan una selección ya filtrada, destilada, *procesada y argumentada* de algún objeto cultural. La crítica o los festivales de cine,

representarían formas institucionalizadas de mediación ya que ambos ocupan un *lugar relevante* en lo social como legitimadores de una serie de parámetros que nos guían en nuestra “formación del gusto,” estableciendo lo que está bien y lo que no; lo que es bueno y lo que es malo; lo que queda dentro o fuera del juego. Esto condiciona de manera determinante nuestra forma de intervenir que se ve —al estar el juicio ya hecho, la carne cortada—, limitada en su capacidad de argumentación, y opta por una actitud casi religiosa que se expresa devoción hacia ciertos objetos culturales.

Con todo, y regresando a las reflexiones de Janet Harbord (2002a) en torno al festival como espacio multidiscursivo, conviene no olvidar que el festival de cine por ser un evento de la ciudad y por subsistir (especialmente en el caso de España) gracias a la financiación pública, es una institución que juega “a dos bandas,” es decir, que tiene la función de preservar determinados discursos del cine arte y de distinción cultural, organizando, *ala vez*, un evento *accesible a todo el mundo*, capaz de ser cercano a sus ciudadanos y festejable, diríamos, por la mayoría. Esta doble virtud de los certámenes, ha estado muy presente en el discurso de directores como José Luis Rebordinos desde 2011, así como de otros directores que como José Luis Cienfuegos (2011a), han defendido la necesidad de organizar certámenes para un público que “exige otro tipo de películas.” Cienfuegos, ya como director del Festival de Cine Europeo de Sevilla, reflexiona sobre la tarea del programador y la necesidad de encontrar un equilibrio entre un cine más arriesgado y difícil para el espectador, y otro más accesible:

Me da la impresión de que en algunos festivales, no tanto en España como en el extranjero, se mira por encima del hombro al espectador a la hora de programar. Un festival debe de estar abierto y sin ningún tipo de barrera entre los directores y los espectadores, y debe mantener un equilibrio entre las propuestas más radicales y experimentales, y aquellas otras de cine industrial, más accesibles. Que no se convierta en un ghetto, ser generoso con el público, al que le gusta también tener momentos para poder relajarse (Cienfuegos 2014a).

En el Capítulo 5, donde nos implicaremos en la discusión de los festivales como fiestas altamente ritualizadas de las ciudades, reflexionaremos con mayor profundidad sobre este equilibrio que buscan los festivales y que los sitúa como eventos que adquieren sentido cultural en la medida en la que dan vida a una relación de exclusividad con el cine.



## 2.6 ¿Imágenes de Europa? Los dilemas de la especificidad

Hemos visto en grandes pinceladas qué es el cine de autor y cuál es su origen sociocultural. Ahora, es obligado que reflexionemos sobre cuál su relevancia para la actualidad de los festivales y como consecuencia, para el proyecto sostenible de la Unión Europea en el que estos últimos se enmarcan. ¿Cuáles son las razones culturales, políticas y sociales para que Europa siga invirtiendo en el cine de autor? ¿Sigue siendo el *auterismo* una cultura rentable? Entender la trascendencia política, ideológica y a nivel estratégico del cine de autor hasta nuestros días, es esencial para entender el papel cultural y político que sustenta el circuito de festivales a nivel europeo. Sobre todo, cuando a partir de los años cincuenta con el proyecto aún en pañales pero ya realizable de la Comunidad Económica Europea se presenta la cuestión de cómo integrar al conjunto naciones bajo un mismo esquema económico. Desde que Europa empieza a recorrer el camino hasta la abolición de las barreras comerciales y políticas en 1992, lograr que ese conjunto de fronteras sean potencialmente representables como una unidad política supranacional no sólo ha implicado la construcción de un entramado de alianzas, acuerdos y tratados sino sobre todo, la elaboración de un concienzudo programa cultural sobre el que depositar los valores europeos.

Con todo, aparece la cuestión de elaborar una marca cinematográfica que represente a Europa como comunidad global. Es precisamente aquí, en la reconstrucción de lo que es una comunidad política y cultural y de lo que debe ser para su pueblo (para los ciudadanos europeos) donde podemos ubicar uno de los dilemas que afectan de lleno al cine europeo, a las funciones de los festivales de cine y a los discursos de necesidad. Este dilema, empieza con la propia denominación de un cine que se hace saber *europeo*, pero que se encuentra formado por una acumulación de cines nacionales. Europa es un cuerpo institucional formado por diversas industrias cinematográficas que han llegado a la Unión Europea con historias diferentes y modelos audiovisuales diferentes y en distinto nivel de desarrollo, algunas ya integradas desde hace siglos en democracias, otras hace apenas una década (como España). ¿Cómo resolver bajo la marca del cine europeo las desavenencias y las variedades culturales del mosaico Europa? ¿Cómo lograr que la cultura sirva de nexo, de *manifiesto* y no de elemento de escisión? ¿Es posible que Europa sea algo más que

un conjunto de naciones estado agregadas y yuxtapuestas sobre el mismo lienzo, sobre la misma pantalla? En lo que respecta al audiovisual, la Unión Europea se ha esforzado por poner a su favor la disparidad entre las naciones europeas tratando de convertir la diversidad de sus cines en una ventaja competitiva. Esto sólo ha podido realizarse a partir de la “burocratización” del espacio cinematográfico europeo, regulado a través de toda una serie de mecanismos que funcionan a nivel supranacional. Los sucesivos programas MEDIA del Consejo Europeo, que han dado lugar a instituciones como EURIMAGES, Europa Cinemas o EDN (European Documentary Network), han sido esenciales para resolver y regular cuestiones relativas a las coproducciones, al copyright, a la digitalización de las salas, a la exhibición, pero sobre todo, para plantar los pilares de una nueva estructura de financiación del audiovisual que en los setenta y en los ochenta se encontraba fundamentalmente centralizada en los gobiernos de las distintas naciones europeas. El control que algunos estados europeos ejercían sobre la regulación del cine en los años ochenta se evidencia en España en el Real Decreto sobre la protección de la cinematografía española de 1983, conocido popularmente como Ley Miró (R.D. 3.304/198), cuyas políticas de subsidios directos a las películas de *especial calidad* y acuerdos de financiación permanente con Radio Televisión Española se dirigen a un cine con un perfil marcadamente histórico con el que reescribir a modo de denuncia los capítulos más vergonzosos de la España del periodo franquista y a promocionar a su vez un “nuevo cine español” que haga de manifiesto de las políticas regeneradoras del nuevo gobierno democrático liderado por el Partido Socialista Obrero Español (Triana-Toribio 2003).

Con todo, esta reconstrucción del marco legal, administrativo y económico del audiovisual europeo, resulta sobradamente insuficiente a la hora de integrar a la comunidad política de los ciudadanos europeos en una comunidad cultural. De ahí que la creación de un marco regulatorio venga acompañado de un replanteamiento de los *ideales* que hasta hacía poco confeccionaban la singularidad del cine europeo. En este contexto, la representación de lo nacional se corrobora como un territorio de lo más problemático: ¿Qué señas de identidad representarán al cine europeo como potencia económica y cultural en el mercado internacional? ¿Cuál pasa a ser el lugar de lo nacional? Dado lo tremendamente vago que resulta el concepto de *lo nacional*, es necesario aclarar que con él nos referimos a los rasgos específicos que identifican a las naciones europeas de la época moderna y que unen a los individuos en una comunidad

natural que sienten suya y que sienten común: el paisaje, la lengua, las costumbres, la cultura, la historia, etc.

Veremos, cuando entremos en materia cinematográfica que la idea de lo nacional varía en función de quién la observe, ya se trate de los propios ciudadanos que integran las naciones, o bien de los que la miran desde la extranjería. Si desde el siglo XIX la nación constituye una institución orgánica ideal y estable, capaz de ofrecerle al pueblo una imagen coherente de ciudadanía, a partir de la posguerra la nación se confirma como un conjunto inestable amenazado como forma de identidad social, política y cultural, tanto desde dentro como desde fuera: por un lado, la emergencia de otras “formas de pertenencia” políticas como los regionalismos y los nacionalismos dentro de la propia nación y por otro, la disgregación del poder hacia instancias más amplias representadas por organismos supranacionales, introducen incoherencias importantes en la vivencia de la nación. Un ejemplo de las incoherencias que lo nacional tiene como conjunto cinematográfico representativo de un país en las últimas décadas es el hecho de que una de las corrientes cinematográficas más representativas de la emergencia de “nuevos cines” en España durante los noventa estuviera encabezada por autores de procedencia vasca como Montxo Armendáriz, Julio Médem, Juanma Bajo Ulloa, Álex de la Iglesia, Imanol Uribe, Enrique Urbizu, Daniel Calparsoro o Pablo Berger. Con el agravante de que los miembros del llamado Nuevo Cine Vasco, retaban una visión en conjunto de lo nacional: ya fuera por su inclinación al *auterismo* (Julio Médem y Montxo Armendáriz), o por su afiliación al cine popular más *mainstream*, al cine norteamericano y al cine de género (Juanma Bajo Ulloa, Álex de la Iglesia, Daniel Calparsoro y Enrique Urbizu), las películas de esta generación de cineastas vascos reflejan de acuerdo con María Pilar Rodríguez (2002) “la falta de un proyecto común y la ausencia de una mirada utópica” (21).

Por otro lado, aunque no es el objeto de este capítulo detenerse en los aspectos que han perturbado la idea de nación desde el siglo XIX, siendo el cine el tema que nos ocupa no podemos sino mencionar el efecto que la globalización y las formas de consumo “globalizantes” han tenido sobre los referentes nacionales. Lo nacional y su representación en los medios de comunicación experimenta grandes cambios desde la posguerra cuando con la emergencia de nuevas identidades culturales, la privatización y el desmantelamiento del Estado de Bienestar, lo nacional (así como la nacionalidad, como instancia administrativa que puede cambiar) empieza a ser una forma secundaria de estar en el mundo. Las distintas opciones sexuales, el género, la procedencia étnica,

la religión, y toda una serie de identidades tribales y post-nacionales, comienzan a superar la relevancia de la nación en materia de identidad y como consecuencia, a demarcar un nuevo mapa de audiencias mucho más diverso. Fe de ello es el hecho de que la audiencia se siente por lo general más apelada a través de símbolos que hacen referencia a la cultura popular televisiva, a la moda, al diseño, o al cine norteamericano, que a través de referencias a una existencia común española, griega, alemana, británica, etc.

El cine, por tratarse de un negocio que aspira a ser internacional, tampoco ha tenido un papel definitivo a la hora de conservar y fomentar una imagen nacional para las audiencias domésticas, más interesadas en los *blockbusters*, el cine de autor o el cine que se proyecta en los cines de versión original, festivales y centros culturales de sus ciudades que en consumir el cine producido en casa, o como lo expresa Elsaesser (2005b), “nadie que va al cine tiene una cultura cinematográfica ‘nacional’” (38). Eso sin contar que la lista de directores y películas que internacionalmente forman parte de lo que se conoce como “cine español” apenas son reconocidos por las audiencias españolas cuando no, repudiados: Julio Médem, Alex de la Iglesia, Bigas Luna o incluso Pedro Almodóvar, forman parte de una lista de directores malditos en las pantallas nacionales, que sin embargo circulan bajo el sello español por festivales, ganan premios internacionales e incluso, como ocurre con Álex de la Iglesia, tienen fans y seguidores fuera de sus países de origen.

No obstante, aunque el cine nacional como género cinematográfico, prácticamente carece de interés para las audiencias, no podemos sin más dar por hecho que la nación desaparece de la agenda del cine y mucho menos de la televisión. El fenómeno comercial de franquicias como *Torrente* (Santiago Segura, 1998, 2001, 2005, 2011, 2014) o el *revival* de las comedias costumbristas al hilo del éxito de *El otro lado de la cama* (Emilio Martínez-Lázaro, 2014) o las más recientes *Ocho apellidos vascos* (Emilio Martínez-Lázaro, 2014) *Ocho apellidos catalanes* (Emilio Martínez-Lázaro, 2015), son una muestra de la eficacia que algunas deformaciones de lo nacional, sobretudo las que juegan con los arquetipos y las imágenes estereotipadas del típico español, el típico vasco o el típico andaluz, funcionan todavía como activadoras de ciertos vínculos y símbolos nacionales.

Otra de las cuestiones que cada vez tienen más presencia a la hora de analizar y de acordar los criterios que definen un cine nacional es la influencia innegable que el cine norteamericano ejerce sobre el público, sobre los cineastas europeos y sobre las

propias culturas del cine que se quieren europeas y que se encuentran fundamentalmente representadas en los festivales de cine. Un hecho que se opone a la idea ampliamente extendida y secundada por directores de festivales y académicos de que el cine europeo es el adversario natural del cine de Hollywood. Elsaesser, ha hablado largo y tendido de la contradicción cultural e histórica que supone hablar en esos términos de oposición del cine europeo, sobre todo, si se tiene en cuenta que el cine que hacen los mismos *auteurs* se encuentra en un espacio de representación contiguo a Hollywood. Que Chabrol, Truffaut o Rohmer, renunciaran a lo nacional como material ideológico desde el que articular una película es una consecuencia de la influencia que sobre ellos ejercieron Aldrich, Welles, Hitchcock, Fuller o Nicholas Ray desde el otro lado del Atlántico. Contradicciones similares surgen cuando pensamos en la audiencia del cine europeo y en los cinéfilos. Aunque la construcción simbólica de Hollywood como rival del cine europeo se viene forjando desde los propios orígenes del cinematógrafo en base a la supuesta evolución paralela de un cine con ambiciones espectaculares —el “cine de atracciones” acuñado por Tom Gunning (1986)— y otro de ambiciones narrativas, la brecha entre Europa y Hollywood se va ensanchando con el creciente dominio del cine norteamericano en la cuota de pantalla europea y con la inevitable “americanización” de los gustos del público. Esta sensación de “ahogo” ante la invasión de los productos comerciales norteamericanos, ha sido la base fundamental sobre la que Europa ha escenificado una separación más ficticia que real que le ha servido para robustecer la idea del cine europeo como un espacio emancipado, establecido bajo una fórmula internacional y cosmopolita que muestra una cierta homogeneidad cultural y que por lo tanto tiende a la unificación de criterios no sólo económicos bajo la fuerza burocrática de la Unión Europea, sino también estéticos.

En lo que se refiere a la hostilidad del cine Europeo hacia Hollywood, los festivales de cine se encuentran en el centro de la polémica. Por un lado, existe la extendida creencia secundada por críticos, directores de festivales, cineastas, académicos y demás miembros de la institución del cine-arte, de que el circuito de festivales constituye una red de distribución alternativa a Hollywood (Elsaesser 2005b, 88). Una posición que le ha permitido defender su presencia en el panorama cinematográfico mundial ante los medios y a la vez convertir los obstáculos económicos respecto a Hollywood en una ventaja competitiva para no dejarse engullir por su esfera de influencia. A este tipo de discursos contribuye la propia retórica de los directores de festivales de cine que aun aceptando que su programación debe ser

accesible al público mayoritario y al total de ciudadanos, presentan sus certámenes como respuesta a un proceso de americanización y colonización cultural. Así lo expresa José Luis Cienfuegos: “El cine americano utiliza unos referentes más cercanos al espectador de hoy, pero no los cineastas europeos, que demandan cierta complicidad por parte del espectador. No admiten un espectador acomodado y creo que eso es bueno” (Cienfuegos 2011b, 6).

Por otro lado, tal y como han apuntado autores como Julian Stringer (2003b), el circuito de festivales se encuentra en estrecha comunicación con toda una serie de discursos que ponen en pie la factoría Hollywood, tanto, que esta simbiosis viene afectando a la reputación de los festivales de cine como baluartes del antiamericanismo. La presencia en aumento de *blockbusters* norteamericanos en festivales de cine ha sido analizada por el propio Stringer (2003b), que concluye que estas grandes producciones sirven a menudo para atraer la atención de los medios y promocionar y publicitar el evento en cuestión (203), algo que termina casi siempre comprometiendo el estatus del certamen a ojos del público y sobre todo, de la crítica.<sup>25</sup> Aunque la creación de un circuito de festivales ha puesto en circulación la idea de que el cine europeo se mantiene en las antípodas del cine comercial y encarna por tanto una cultura del cine que potencia la autonomía estética y la originalidad creativa, la colonización progresiva del cine norteamericano en festivales de cine europeos como Cannes o Berlín ponen de manifiesto que símbolos tradicionalmente europeos como el autor o el festival internacional, no sólo han encontrado en Hollywood una forma de supervivencia, sino también una forma lograr prestigio internacional y de superar el estatismo cultural al que les se somete la designación europea, la herencia del viejo continente.

A lo que hay que añadir el tratamiento especial que Hollywood recibe en el marco de festivales europeos de categoría “A” a través de premios y sesiones especiales. De esta tendencia son muestra los estrenos comerciales como el film de Pixar *Inside, Out* (Pete Docter y Ronnie del Carmen, 2015) en Cannes; la larga lista de premios honoríficos a las carreras de estrellas norteamericanas en el Festival Internacional de Cine de San Sebastián entre las que se encuentran Anthony Perkins en

---

<sup>25</sup> Una reacción que sin embargo Stringer no detecta ante la presencia de los “viejos” *blockbusters* como *La jungla de cristal* (John McTiernan, 1988) o *Regreso al futuro* (Robert Zemeckis, 1985), o el cine clásico norteamericano.

1991, Al Pacino en 1996, Robert De Niro en 2000, Julia Roberts en 2010, John Travolta, Oliver Stone, Dustin Hoffman y Tommy Lee Jones en 2012, o Denzel Washington y Benicio del Toro en 2014; las Palme d'Or a *Apocalypse Now* (Francis Ford Coppola 1979), *Fahrenheit 9/11* (Michael Moore, 2004) y *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* (Steven Soderbergh, 1989), o el polémico Oso de Plata a Denzel Washington por *Malcom X* (Spike Lee, 1992) en la Berlinale. Todos ellos eventos que a pesar de haber sido leídos en términos de deslealtad a la cultura heredada, reflejan los nuevos términos hablan de la verdadera naturaleza de los festivales.

## 2.7 *Festival Films* y las dictaduras del circuito

Las contradicciones y polémicas surgidas en torno a la creciente “invasión” de la cultura popular norteamericana pone de manifiesto que hablar de la necesidad de los festivales en la actualidad pasa por enmarcarlos en el espacio altamente competitivo del mercado transnacional en el que Europa ya no puede pretender que la cultura nada tiene que ver con los bienes de consumo o con el mercado. Tampoco puede el cine de autor permanecer ajeno a estos cambios puesto que, como ha indicado Néstor García Canclini, “los valores tradicionales de la autonomía de lo estético y el individualismo de la creación artística ya no son necesariamente apropiados para las nuevas circunstancias en las que el cine y la televisión se han acercado a las culturas industriales comerciales” (Canclini, citado en Smith 2012, 65).<sup>26</sup>

Esta nueva situación va a afectar de lleno a la categoría del “autor” que no sólo se va a expandir geográficamente y a designar cines de regiones como Asia o Latinoamérica, sino que además se va a ensanchar para alojar los nuevos significados que en los ochenta se adhieren al cine arte, a su consumo y a sus formas de producción. Un claro ejemplo de esta tendencia es que el cine de autor empieza a usarse como concepto comodín o “cajón de sastre” para designar cualquier cine o cualquier nicho en el mercado que no sea clasificable en el espacio estético, social o económico que ocupa Hollywood. De ahí que el cine arte termine por designar prácticamente cualquier película rodada en alguna lengua no anglófona, con cierto sabor local o nacional, que potencialmente lleve consigo el sello de algún festival de cine y que por tanto sea

---

<sup>26</sup> Paul Julian Smith, cita de la presentación de Néstor García Canclini en el congreso “Mexican Cinema as Industry and Culture: Its Transnational Relocation,” celebrado en 2008.

definible a través de las categorías algo más laxas como el cine independiente, cine alternativo, o cine con ambiciones aparentemente “no comerciales.” Esta última, será una de las grandes contradicciones a las que se enfrente la nueva fisonomía del cine de autor ya que, a partir de los ochenta, que una película posea todos los ingredientes propios del cine independiente no va a estar necesariamente reñido con lograr el éxito comercial.

Aunque por ahora no vamos a detenerlos en la relevancia que el vídeo, la televisión y otras nuevas formas de visionado tienen sobre las formas de apreciación y de circulación del cine de autor en los ochenta, sí conviene reconocer que el autor como concepto de prestigio cultural, no sólo va a salir de ese círculo creativo subyugado al árido intelectualismo de las grandes teorías de los sesenta, sino que como explica Adrian Martin (2011) en el texto de referencia en torno a las nuevas tendencias de la cinefilia *Mutaciones del cine contemporáneo*, “el una vez santo (y a menudo inspirador) ideal del ‘cine de autor’ ha degenerado hacia el muy limitado acceso al cine mundial proporcionado por el circuito del ‘cine de arte y ensayo’ comercial” (44). Las “dificultades de acceso” a las que se refiere Adrian Martin son esenciales a la hora de explicar la pérdida de privilegios que experimenta el cine arte europeo cuando entran en juego nuevas fuerzas cinematográficas.

El alcance global de las comunicaciones y de los medios de comunicación masivos, la liberación del mercado, el aumento de los flujos migratorios o el crecimiento exponencial de los viajes internacionales con fines turísticos son algunos fenómenos transnacionales que van a favorecer a que las culturas (entendidas en un sentido antropológico) se internacionalicen, y con ellas, toda una serie de industrias del cine emergentes que permanecían dormidas a la mirada de occidente. Como decíamos, en el plano cultural la globalización de Latinoamérica, de los países de Asia oriental, de las regiones del Sureste asiático y de otras regiones consideradas “periféricas” va a desplazar significativamente a Europa como fuerza cinematográfica internacional, que empieza a perder la posición privilegiada que ostentaba respecto a (y junto a) Hollywood. El acceso al circuito comercial del cine iraní, brasileño, japonés, de Europa del Este, o el cine chino (que incluiría el cine taiwanés, el cine realizado en el continente, el de Hong Kong y el de las diásporas en los países de la región sureste), facilita que culturalmente estos cines sean reapropiados por los europeos como parte de la tradición del cine-arte y que empiecen a transitar por el circuito de festivales, acumulando a su paso prestigio como alternativas al cine que se hace en Europa.



Un claro ejemplo de esta “transnacionalización” en el panorama del cine de autor es la aparición del concepto de los *autores globales* (del que deriva la idea de la cinefilia global, o la cinefilia cosmopolita) que diferentes académicos han usado para nombrar a cineastas como Hou Hsao-hsien, Tsai Ming-liang, Wong Kar-wai, Abbas Kiarostami, Olivier Assayas, Pedro Almodóvar, Michael Winterbottom, Carlos Reygadas, Felipe Barbosa, Adirley Queirós, Lucrecia Martel, Isabel Coixet o Alejandro Iñárritu. *Lo global*, por tanto, no sólo se convierte en una categoría útil para definir las formas bipolares en las que hoy circula el cine, sino que se convierte en recurso para describir un estilo o un patrón de producción propio de autores que filman los resquicios de sus identidades nacionales y regionales a través del filtro de las imágenes globalizadas del turismo, el diseño, el lenguaje de la MTV, los géneros cinematográficos y televisivos y los medios de comunicación masivos.

Ante la necesidad de acuñar nuevas categorías que describan tales actuales circunstancias y tendencias, los estudios de cine, secundados por la crítica, empiezan a hablar de un cine nacional y transnacional. Como indica la palabra, el cine transnacional se usa generalmente para hacer referencia a un cine que *trasciende* fronteras culturalmente, ya sea por usar una narrativa que conecta “universalmente” con las audiencias, por viajar a través del circuito de festivales, o por tratarse de un producto manufacturado para ser distribuido en el mercado transnacional, como ocurre a menudo con las co-producciones. Pero también, lo transnacional, se presenta como una categoría útil para nombrar los efectos que la globalización tiene sobre la industria del cine desde un punto de vista cultural, social y económico. En este sentido, la idea de un cine transnacional abre un espacio terminológico estratégico que permite no sólo reelaborar el espacio del cine nacional, sino también permite “revestir” de optimismo cosmopolita los efectos homogeneizantes y culturalmente represores de la globalización.

De ahí que otra de las características que incorpora la idea de lo transnacional en el cine sea, más allá de propia idea de lo transfronterizo en un sentido geográfico y económico, una idea de superación de barreras étnicas, religiosas, de género y sociales, que comúnmente se incluyen también en un conjunto o “paquete” filmico de los *cines del mundo*. El interés que los departamentos de cine en las universidades adscritos a la tradición de los Estudios Culturales anglosajones viene mostrando por esta visión despolarizada de la cultura heredera de los estudios postcoloniales, ha contribuido a que los cines del mundo sean una categoría en expansión en el mundo académico.

Stephanie Dennison y Song Hwee Lim (2006) han llamado la atención sobre cómo esta forma de designar el conjunto de tendencias, estilos, prácticas y tradiciones cinematográficas que emergen en el contexto de la globalización se usa comúnmente para designar el “mundo” observado desde la mirada occidental y como explican Dennison y Song Hwee “en este sentido los ‘cines del mundo’ son análogos a las ‘músicas del mundo’ y las ‘literaturas del mundo’, en tanto que son categorías creadas en el mundo occidental para referirse a productos culturales y prácticas que no son occidentales” (Dennison y Song Hwee 2006, 1). Una tendencia o estrategia con la que se pretende comercializar identidades periféricas, sobre todo, las procedentes de países del Tercer Mundo.

Igualmente lo transnacional viene siendo un recurso útil para designar un marco cinematográfico europeo, cada vez más híbrido, y en cierto modo cada vez menos explícitamente “europeo” si tenemos en cuenta la naturaleza heterogénea y multinacional de las producciones que triunfan en el circuito comercial del cine independiente. Con cine transnacional, podríamos referirnos incluso a un “nuevo género” que circula con facilidad por festivales y en el que lo nacional como virtud a exportar, aparece vinculado a una idea de riqueza y de diversidad cultural que sólo es representable en relación con los *mass media*, el *marketing* global, el viaje internacional o la industria del turismo. Thomas Elsaesser (2005b) se ha referido a este tipo de películas como filmes en los que lo nacional adquiere un significado diferente en la medida en la que “no es ni esencialista ni constructivista, pero post-nacional, es decir, reintroducido para el uso externo” (70). Bajo esta premisa, lo nacional aparece en el film como una suerte de entidad borrosa y altamente estilizada, bien como telón de fondo o espacio fetiche, o a través de clichés y referencias postizas a emblemas locales que funcionan casi como un reclamo turístico en la experiencia del espectador internacional —la puerta de Brandeburgo en *Goodbye Lenin* (Wolfgang Becker, 2003), el *skyline* madrileño desde la terraza de *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (Pedro Almodóvar, 1988), o el Parque Güell en *Vicky, Cristina, Barcelona* (Woody Allen, 2008)—. Películas como *Amélie* (Jean-Pierre Jeunet, 2001) *Trainspotting* (Danny Boyle, 1996), o *Los crímenes de Oxford* (Álex de la Iglesia, 2008) y autores como el español Pedro Almodóvar o los británicos Danny Boyle o Michael Winterbottom, son ejemplos de esta reescritura sofisticada de lo nacional a través de los códigos estéticos de la publicidad, la televisión, el videoclip y otros los géneros de la cultura audiovisual digital.

Es imposible ignorar el papel que los festivales de cine han tenido en el afianzamiento de un “estilo transnacional” y de los cines del mundo como fórmulas de producción forzosas para acceder al circuito internacional. Paul Julian Smith (2012), Thomas Elsaesser (2005c) y Janet Harbord (2002) (2002a) han enfatizado el papel que los festivales de cine tienen como instituciones que imponen no sólo ciertos caminos a los realizadores, sino también ciertas formas de producción, formatos y estilos “transnacionales” a los que los realizadores están prácticamente condenados si quieren que sus filmes sean seleccionados. Un claro ejemplo de cómo los festivales de cine contribuyen a consolidar parámetros y criterios de producción es la creación de secciones como *Horizontes latinos* en San Sebastián, *Un Certain Regard* en Cannes la sección *Orizzonti* en la Mostra de Venecia, que han abierto un espacio de reconocimiento y de promoción para *los cines del mundo* en Europa. Otra de las líneas que están condicionando también las tendencias en el mercado del cine europeo es el espacio que recientemente los festivales dedican a filmes que en términos de producción son prácticamente réplicas unos de los otros. Se trata de co-producciones rodadas casi siempre en inglés, protagonizadas por estrellas internacionales, con presupuestos holgados que ambicionan convertirse en *blockbusters* europeo —lo que Paul Julian Smith (2012) llama, “la película de prestigio” (72)—: *Resurrección* (Javier Amenábar, 2015), *Un día perfecto* (Fernando León de Aranoa, 2015), *Los crímenes de Oxford* (Álex de la Iglesia, 2008) o *Babel* (Alejandro González Iñárritu, 2010) son emblemas de el espacio que los festivales le dedican hoy a la homogenización de criterios industriales y la promoción de un cine europeo globalizado, producido para ser distribuido fuera del perímetro de los festivales.

Aunque pueda resultar extraño que estas películas previstas para su comercialización en salas comerciales se proyecten e incluso planifiquen sus preestrenos en festivales de cine, la presencia de estos filmes viene acompañada de una importante campaña mediática que no solo favorece al festival en cuestión, sino también a la trayectoria de la película, cuyo estreno en el festival llamará la atención de públicos que no son habituales de los múltiplex. Laura Rodríguez Isaza (2014), caracteriza esta práctica como una actividad propia de los festivales “mayoristas” que frente a los eventos “minoristas” que funcionan como nichos de exhibición para el público, sirven para vender y promover películas entre intermediarios de la industria del cine (68). Por mucho que le pese a la crítica, el paso por el festival se ha convertido en una maniobra importante también para el cine comercial hecho en Europa, que a

pesar de guardar claras similitudes con el *blockbuster* anglosajón, se beneficia de la autoridad que el festival otorga todavía hoy como símbolo de calidad y se refugia en el canon tradicional de prestigio europeo.

En cierto modo, el circuito de festivales ha sido numerosas veces criticado por favorecer esta suerte de dictadura, por la que la necesidad de prestigio impone una serie de criterios sobre los filmes que terminan por condenar la originalidad y la independencia de los autores. Para muchos cineastas los festivales se han convertido en un objetivo en sí mismo ya que fuera de su circuito sus películas no son capaces de hacer frente a las etapas que normalmente debe superar un film hasta su exhibición. Entrar a un festival, aunque se haga por la puerta pequeña, significa tener la posibilidad de acceder a la mirada de un público o de los corresponsales de compradores —en los mercados, en los talleres de producción, en las pantallas— y de mantenerse en el circuito. Los festivales son siempre lugares de paso que anticipan el paso siguiente, que funcionan de “plataforma de lanzamiento” y que introducen a los cineastas en una onda expansiva y reflexiva de la que se benefician las películas y el circuito. Así los cineastas saben que el hecho de que exista una red tan extensa de festivales significa que su público no se reduce al de uno o dos certámenes, sino que la suma de todos esos públicos hace una audiencia considerable que le permitirá mantener cierto prestigio. En este sentido además de proporcionar un espacio en el que ciertas películas son competitivas, los certámenes juegan un papel esencial en el lanzamiento y la consolidación de las carreras de nuevos realizadores, una función que Montserrat Jurado y Alberto Nieto (2014) han estudiado en el contexto español. Un claro ejemplo del sistema retroactivo que generan los festivales de cine es el *autor* español Javier Rebollo, un cineasta joven cuyo perfil y reputación se han forjado en el circuito español de festivales y cuyo éxito entre la cinefilia internacional ha estado especialmente ligado al festival internacional de San Sebastián. Rebollo, además, es un cineasta que desde su vinculación al formato corto, acostumbra a manifestar públicamente su apoyo a los festivales como medio de darle un público al cine que no encuentra lugar en las pantallas.

Aunque su primer largometraje, nominado a la Concha de Oro en el festival de San Sebastián, se estrena en 2006 (*Lo que sé de Lola*), Rebollo pasea antes sus cortometrajes por festivales españoles (Alcalá de Henares, Bilbao, Seminci y Cinema Jove) y de todo el mundo (Clermont-Ferrand, Cracovia, Montreal, Locarno, entre otros), consiguiendo cierto reconocimiento internacional, sobre todo en Francia, país

con el que coproduce *Ce que je sais de Lola* (*Lo que sé de Lola*). A pesar de su juventud, distintos festivales dedican retrospectivas a sus cortometrajes (Festival Internacional de Cine de Brest, Francia, 2003 y Festival de Cine Español de Bruselas, 2004) y a sus documentales para televisión (Festival Internacional de Documental de Madrid DocumentaMadrid 2004). Hasta que en 2006 comienza a cosechar premios de prestigio con *Lo que sé de Lola*, especialmente de festivales que se caracterizan por programar películas de perfil social (Primer premio del Festival Internacional de Cine de Seúl). Esto le permite acceder al circuito con total soltura con sus películas *La mujer sin piano* (2009), Concha de Plata a mejor director en San Sebastián, y *El muerto y ser feliz* (2012) que se lleva el premio FIPRESCI en el mismo certamen tres años después. Podría decirse que Rebollo es uno de esos cineastas los que “han hecho los festivales.”

Este progreso que hemos descrito en las trayectorias de Javier Rebollo por el espectro de festivales, nos permite pensar en el circuito como un espacio altamente mediatizado y expuesto, que sin embargo se mantiene como una “zona protegida” respecto al mercado del cine comercial y en el que las películas son receptoras del prestigio y los discursos que el festival en cuestión abandera (relevancia social, logros estéticos, especificidad cultural, etc.). De ahí que desde hace un tiempo se haya consolidado el apelativo de las “películas de festivales” entre la crítica y el mundo académico para hacer referencia a un cine que nace con el proyecto de acceder a un circuito de certámenes cada vez más taxativo y que la crítica ha formalizado e identificado en una lista de profesionales fetiche —cineastas, actores, guionistas, directores de arte, de fotografía, etc.— así como de cualidades estéticas, narrativas, ideológicas y de producción.

En cierto modo, las dificultades que algunos filmes y realizadores tienen para salir del circuito de certámenes y conseguir amortizar sus filmes a través de los beneficios en salas, ha motivado que autores como Dina Iordanova (2009) y Sergi Mesonero Burgos (2008) nieguen que el circuito de certámenes funcione como un sistema de distribución alternativo eficiente. Iordanova, alega que en realidad, el circuito tiende a agotarse en sí mismo en la medida en la que las “películas de festivales” y sus cineastas rara vez logran adentrarse en los mercados de distribución nacionales (25). Un claro ejemplo de la incapacidad de muchas “películas de festivales” tienen de comercializarse fuera de las fronteras del circuito lo tenemos en España con películas que a pesar de cosechar premios en prestigiosos festivales como

Málaga y San Sebastián son rotundos fracasos de taquilla. Ejemplos de este fenómeno son películas como *Yo también* (Antonio Naharro, 2009) que pesar de irse de San Sebastián con la Concha de Plata al mejor actor (Pablo Pineda) y a la mejor actriz (Lola Dueñas), no logró un éxito equivalente en la cuota de pantalla española, o casos más recientes como la ópera prima de David Guzmán, *A cambio de nada* (2015) que fracasó en taquilla tras ganar la Biznaga de Oro en Málaga. La misma suerte han corrido en salas comerciales los filmes de autores españoles como Jaime Rosales, Mar Coll, Jonás Trueba, Isaki Lacuesta o Albert Serra.<sup>27</sup> El estudio del éxito de películas españolas en taquilla en relación con su paso por festivales es del mayor interés sobre todo si observamos el fenómeno desde la cultura de premios, a la que también contribuyen los premios Goya que otorga la Academia de Cine. Sobre todo, en lo que se refiere al festival de San Sebastián como instigador de la cultura cinematográfica española sobre los públicos menos especializados, sería de gran interés analizar casos como el de *La Isla Mínima* (Alberto Rodríguez Librero, 2014), que tras llevarse la Concha de Plata al mejor actor y el Premio de la Crítica a la mejor fotografía, fue en 2014 la quinta película española con mejor recaudación; un éxito que se confirma en 2015 con los diez premios Goya de la Academia.

En definitiva, resulta harto arriesgado establecer un estudio del fenómeno de festivales que considere con detalle los patrones que regulan el tráfico internacional de películas y que pueda descifrar el funcionamiento de un sistema de conexiones e interdependencias a diferentes niveles. En uno de los artículos más influyentes en el estudio de festivales, Iordanova (2009) reta el mito construido por autores como Stringer (2001), Elsaesser (2005c) o De Valck (2007), de que el circuito de festivales funcione como una “red” en la que se producen constantes transferencias de valor. Como alternativa, Iordanova propone un sistema menos coordinado de eventos que funcionan de forma discreta, ignorándose unos a los otros y que se muestran más sensibles a prioridades locales que a las agendas de otros festivales internacionales (24). No obstante, a raíz de la polémica, varios estudios incluidos el de Iordanova, han insistido en la relevancia que el circuito mantiene a nivel comercial como punto de

---

<sup>27</sup> En cuanto a la comprometida situación del cine español en festivales y en relación con el mercado y las salas comerciales se deberían buscar respuestas en otros ámbitos culturales y sociales a lo que aquí no podemos dedicar tiempo, como los gustos del público español y su relación con el cine de autor, los festivales, la Academia y la cultura de premios, una cuestión de gran interés científico que está siendo objeto de investigación en el marco del hispanismo por autores como Núria Triana-Toribio (2015).

encuentro entre cineastas y profesionales para quienes el festival brinda la ocasión periódica de practicar el obligado *networking*, afianzar antiguas relaciones y entablar nuevos contactos que en muchas ocasiones llegarán a buen puerto. Aida Vallejo (2014), por ejemplo, rectifica esta tendencia y comenta que “a pesar de no tratarse de un circuito de distribución en sí mismo —en términos de remuneración directa por la proyección de películas—, sí que se trata de un espacio que garantiza el acceso a la red de distribución comercial, gracias a la asistencia de profesionales de la industria” (35).

## 2.8 El circuito de festivales como fenómeno global

Esta tendencia termina por definirse en el panorama de festivales internacionales que en los años ochenta inician un periodo de expansión hasta configurar lo que se ha venido a llamar el circuito internacional de festivales. En este periodo el festival internacional se consolida como un fenómeno de la industria que representa una “cultura alternativa” y del que emergen cientos de réplicas por todo el mundo: la posición central que llegan a ocupar algunos festivales celebrados en Asia oriental, Oriente Medio y Latinoamérica, así como la emergencia de certámenes que alojan cines de la periferia y del tercer mundo (Pesaro, Huelva, Toulouse), constatan una nueva división global en la que como ha indicado George Yúdice (2003), la determinación por reescribir los límites geopolíticos aparecen como una respuesta a la globalización (85).

No obstante, la extensión del circuito de festivales como espacio de transacción en el que unas ciudades sobresalen por encima de otras, empieza muy pronto a ser reflejo de las ambivalencias del nuevo capitalismo transnacional: si por un lado, el festival de cine permite que la localidad anfitriona se confirme como punto estratégico en el tránsito mundial del cine, por otro, esta nueva visibilidad que el certamen le da a algunas regiones periféricas resulta en un sistema de soberanías económicas en el que, como ha sugerido Julian Stringer (2001) el festival de cine se impone como evento que subraya las diferencias y asimetrías entre regiones. Para Stringer, el circuito internacional de festivales que se inaugura en los años ochenta, se confirma como una extensión del sistema de relaciones geopolíticas y por lo tanto, una alegorización del espacio y sus relaciones de poder (138). Según esto, el circuito de festivales de cine no se distinguiría tanto por celebrar la diversidad de la que se jactan las películas de

festivales y los *cines del mundo*, sino por subrayar la hegemonía de unos festivales sobre otros y por extensión, de unas ciudades sobre otras en el mapa económico global.

Visiblemente influenciado por las teorías de Manuel Castells sobre la ciudad global y los “espacios de los flujos” (2004), Stringer (2001) argumenta que los festivales de cine en la actualidad son un fenómeno transnacional asociado a una distribución supra-territorial de los poderes políticos y económicos en la que el espacio mundial no se prescribe en naciones o áreas geográficas aislantes, sino a una distribución en red en la que las metrópolis son las nuevas atalayas de la economía global. En este sentido, el circuito de festivales ha contribuido activamente a favorecer el espacio de la ciudad como un espacio de en el que las negociaciones y las transacciones en torno al cine transnacional favorece al desarrollo del turismo, del comercio o más recientemente, de las tecnologías digitales de la información con vistas a mejorar los servicios urbanos, tal y como proyectan las *smart cities* o “ciudades inteligentes.”

En segundo lugar, en el momento en el que el circuito de festivales se constata como un modelo económico viable y empieza a concebirse como una auténtica “red de distribución” a escala global, la competencia entre eventos cinematográficos empieza a hacerse insostenible. Los ochenta y los noventa, verán florecer toda una serie de eventos que ya no buscan replicar a los grandes festivales de categoría A, sino que nacen para cubrir nichos de audiencias que proliferan también a la luz de la diversificación de la producción y de la explosión de los subgéneros cinematográficos como el cine de terror, el cine gay y lésbico, el cine de animación o el cine documental que en los noventa se confirman como nichos de mercado de especial afección cinéfila. Marijke de Valck (2007) ha llamado la atención sobre la importancia que el género adquiere en el mapa de festivales en esta época como categorías que se terminan imponiendo a la del cine de autor y que ensanchan el mapa de cines a través de películas que o bien se vinculan con alguna identidad política (cine latinoamericano, cine asiático, cine gay y lésbico, cines del sur, etc.) o con cualquier otra categoría que se acomode a alguna especificidad genérica o subgenérica (cine *indie*, cine fantástico, no-ficción, animación, vídeo, etc.). Identidades que se ponen en competición y que evolucionan con el circuito de festivales internacionales. Son de esta época festivales como el Festival de Cinema Fantàstic de Catalunya Sitges, 1968; San Francisco Gay and Lesbian Film festival, 1977; Brussels International Festival of Fantastic Film, 1979; o International Documentary Film Festival Amsterdam, 1988.



Mientras tanto en España, la transición al nuevo modelo de eventos se produce con relativo retraso respecto a Europa (que ya se consolidaban en los años setenta), coincidiendo con la entrada de España en la Unión Europea y la consecuente internacionalización y “apertura” de los gustos del público. En su análisis histórico del Festival Internacional de Cine de Gijón y la Seminci de Valladolid, Núria Triana-Toribio (2011) argumenta que es la transición de una mentalidad postfranquista a la “mentalidad europea” lo que contribuye a la aparición a partir de los años ochenta de toda una serie de eventos de menor escala financiados por los gobiernos autonómicos que proliferan con el apoyo de negocios locales (226). De ahí que la especialización de citas cinematográficas y la progresión hacia la tematización llegue a finales de los años noventa, poco después de que el festival de cine como modelo industrial empiece verdaderamente a tomar presencia en España. Un hecho que se deja notar en la explosión de pequeños certámenes temáticos que con presupuestos mucho más modestos que los grandes certámenes europeos se instalan en diferentes ciudades españolas siguiendo la estela del adelantado Festival *Internacional de Cinema Fantàstic* de Catalunya (1968): Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián (1990), Festival de Cine Fantástico Universidad de Málaga (1990), Festival de Cine de Terror de Molins de Rei (1990), Festival Internacional de Cine de Medioambiente (1993), Muestra Intencional de Cine Gai y Lésbico de Barcelona (1995), Mostra de Cinema Latinoamericà de Catalunya (1995), Animac. Muestra Internacional de Cine de Animación de Cataluña (1996), Muestra en Toledo de Cine Independiente y Fantástico (1997). La emergencia de certámenes que por primera vez le otorgan una posición privilegiada a audiencias que nunca antes habían contado con una representación de carácter público en España, se encuentra también directamente relacionada con el papel que los festivales de cine asumen a partir de los años noventa como espacios de encuentro y entornos en los que conectar de forma ritual con los otros miembros del público con los que es posible celebrar preferencias cinéfilas consideradas “anómalas” o incluso incívicas entre algunos sectores de la audiencia. Gustos, por otro lado, que han proliferado a través del consumo doméstico de audiovisual, la televisión y el vídeo. Es del mayor interés que sea precisamente el fantástico y el terror el evento con mayor presencia internacional, como ha sugerido Chris Gore (2009, 10). Sobretudo, si tenemos en cuenta que las audiencias del llamado “cine de culto,” que consumen subgéneros de lo más variado (desde los *bockbusters* de reestreno al cine de terror, pasando por distintos subgéneros de la serie B) se

caracterizan por exhibir un peculiar extremismo cinéfilo que puede definirse como una combinación entre el gusto extremo por el cine popular más *mainstream*, y el desprecio al refinamiento purista y la corrección política de la cultura del cine de autor.

Cabe añadir que para las nuevas audiencias aficionadas al videoclub y sumergidas en un sinfín de actividades que satisfacen y complementan su cinefilia (los fanzines, las revistas especializadas, el coleccionismo de vídeos y de DVDs) ver una película inédita o un preestreno ya no es suficiente aliciente para viajar a un festival. De ahí que los nuevos certámenes se especialicen en proporcionarle al público experiencias lo más inéditas posibles para competir con otras formas de consumo audiovisual. Esto implica que a partir los ochenta el festival de cine adquiere un nivel de sofisticación que va a repercutir en la profesionalización del sector y que va a requerir de profesionales que además de ser ávidos cinéfilos y conocedores de los gustos de las audiencias, sean también hábiles *managers*, capaces de el asumir un nivel de planificación y de gestión que exige cualquier evento cultural y a la vez de coordinar las relaciones con la industria. Las nuevas demandas marcan un relevo generacional en la dirección de los festivales que a partir de los ochenta, pasan a manos de jóvenes directores que se encuentran ante el reto de crear certámenes competitivos a nivel nacional y transnacional y de mantener a la vez un nivel de calidad que les permita destacar entre la marabunta de eventos cinematográficos. Esta etapa que Marijke de Valck identifica como la “era de los directores” ve la luz en España a principios de los noventa con la entrada en escena de jóvenes cinéfilos como José Luis Rebordinos, (que crea la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián en 1990), José Luis Cienfuegos (que releva a Juan José Plans a la cabeza del Festival Internacional de Cine de Gijón/FICX en 1995) o Ángel Sala (a cargo del Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya, Sitges desde 2001). La capacidad y sensibilidad de estos tres directores para saber leer los nuevos caminos de la cinefilia e incorporarlos a sus certámenes, el énfasis que ponen en la formación de los públicos en un cine arriesgado, su perfil mediático y su habilidad para darse a conocer a través de los medios de comunicación y finalmente, la renovación estructural que llevan a cabo en sus certámenes a través de actividades anexas que potencian la experiencia cinemática, les ha valido a estos profesionales una reputación entre la cinefilia española y la crítica que hoy todavía mantienen.

Propio de este periodo es también la sofisticación y la especialización de los festivales de cara a mejorar la vivencia del público, que ya no sólo encuentra en el

certamen la oportunidad de comunicar su pasión cinéfila y de ver películas, sino también de participar en encuentros con los directores y profesionales, y de disfrutar de la cercanía a la que contribuye el tamaño accesible de estos certámenes, que se extienden por los locales y los rincones de la ciudad anfitriona y se empapan en muchas ocasiones de un “sabor local.” Desde entonces, es habitual que la programación de secciones especiales, se combine con la organización casi obligada de toda una serie de actividades paralelas como conciertos, pasacalles, exposiciones, fiestas, cursos o actividades de creación colectiva como concursos de realización de cortometrajes, videojuegos o de fanzines que requieren diferentes niveles de gestión por parte del equipo del festival y que se incorporan de forma natural a la experiencia cinematográfica (De Valck 2007, 191).

Por otro lado, es imprescindible señalar que este periodo de expansión de los certámenes en España es hijo de la entrada de los estudios cinematográficos en las universidades españolas así como de la creación de escuelas de cine como el CECC en Barcelona, fundado en 1985 y la ECAM en Madrid, inaugurada en 1996. Esto, va a favorecer no solamente a la formación de las audiencias y de los equipos del festival, sino también al establecimiento de nuevas relaciones entre los festivales y el mundo académico, que se incorpora a la programación del festival a través de conferencias y cursos monográficos, o a través de las ya mencionadas publicaciones especiales firmadas por críticos, investigadores y profesionales del cine. FICX, Donostia Zinemaldia, el Festival de Málaga y Punto de Vista son certámenes que han hecho gala de una relación activa con la academia, de lo que dan constancia los ciclos celebrados en Gijón en colaboración con la Universidad de Oviedo durante la etapa Cienfuegos bajo el nombre de Universo Media; las colaboraciones entre Punto de Vista y la Universidad de Navarra y la emisión acreditaciones gratuitas para universitarios matriculados en centros públicos; el premio a la investigación en algún tema relacionado con el cine español promocionado por el Festival de Cine de Málaga; o el encuentro internacional de estudiantes de cine que Donostia Zinemaldia organiza desde 2001.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> En el marco de los Departamentos de Ciencias de la Información, los estudios cinematográficos se introducen como parte del programa académico en la Universidad Complutense (1971), la Universidad Pompeu Fabra (1971), la Universidad de Navarra (1971), la Universidad Autónoma de Barcelona (1971), la Universidad del País Vasco (1978), y se popularizan entre los 1990 y los 2000 dentro del grado de Comunicación Audiovisual en buena parte de las universidades españolas públicas y privadas: la Universidad de Salamanca en 1994, la Universidad Pontificia de Salamanca en 1996, la Universidad

A esto se añaden las demandas industriales que se incorporan a la gestión del festival en el momento en el que estos empiezan a constituirse como circuito comercial. El papel que en esta etapa asumen los festivales como eventos promocionales de películas y de nuevos realizadores, hace necesario afrontar acuerdos industriales que aseguren la viabilidad del festival como evento de la industria y que permita a los certámenes diversificar sus funciones y adquirir un papel más activo en el marco de la producción y la distribución. De acuerdo con Aida Vallejo (2014) los programas de financiación y distribución en el marco del festivales se extienden desde finales de la década de los noventa, instaurándose progresivamente iniciativas como las ayudas a la producción de películas promovidas por los propios festivales, como la Hubert Bals Fund de Rotterdam en 1998. En cuanto a los primerizos que buscan hacerse ver “ahí fuera” o que sus proyectos salgan a la luz, muchos festivales también ponen a su disposición talleres de producción y programaciones abiertas a los *work in progress*, que admiten películas aún en fase de postproducción o incluso de rodaje y que buscan financiación para cerrarse. Estos dispositivos que junto con los mercados, son herramientas con las que establecer un punto de conexión entre el festival se vienen practicando en España desde 2002 con el programa Cine en Construcción que funciona bajo un marco de cooperación entre los festivales Cinélatino, Recontres de Toulouse y Donostia Zinemaldia y que ayuda a la finalización de películas latinoamericanas en fase de postproducción, o el Foro de Co-producción Europa-América Latina, en el que se facilita la presentación de proyectos a productores en sesiones de *pitching* (Campos 2013). Los festivales, en definitiva, han pasado a ser algo más que un simple eslabón para las películas ya que también ponen las condiciones y las herramientas —financieras y promocionales— para que ese cine se haga visible, asumiendo un papel decisivo incluso en las fases de producción y desarrollo.

---

de Murcia en 2002, la Universidad Carlos III en 2003, o la Universidad de Granada en 2010. La apertura de las dos principales escuelas de cine en España contribuyen también a la formación de esta nueva generación de cinéfilos: El Centre d'Estudis Cinematogràfics de Catalunya (CECC), fundada en 1985 y la Escuela de Cine de Madrid (ECAM) fundada en 1996.

## 2.9 El festival como espacio de participación: “festivales de público”

No podemos ignorar que en todo este tiempo, sin exigir un público experto ni alguna clase de método los festivales se han convertido en citas obligadas dentro de larga lista de prácticas y de rutinas en las que se forma el cinéfilo contemporáneo, pero también en las que se está formando el ciudadano. En los párrafos anteriores definíamos los festivales como mercados que manufacturan un espacio de competencia para cines que antes no estaban representados en el mapa, y hacíamos hincapié en el papel decisivo que el público tiene sobre esta nueva visibilidad. Aunque antes citábamos a Javier Rebollo como ejemplo español de cineastas que se han abierto camino al público a través de los festivales, el caso de *Rashômon* (Akira Kurosawa, 1950) es uno de los más comentados en lo que respecta al papel que asumen los festivales de cine como plataformas de acceso al mercado mundial del cine y como ruta obligada para lograr cierta notoriedad. El León de Oro a *Rashômon* en la Mostra de Venecia en 1951, significó la puerta de acceso del cine japonés al mercado y el público occidentales: el film de Kurosawa obtuvo una visibilidad sin precedentes en la historia del cine en la medida en la que logró *entrar en comunidad*, es decir, en la medida en la que primero Venecia y después toda una serie de certámenes e instituciones occidentales (La Academia de Cine Norteamericana, los premios BAFTA o la National Board Review norteamericana) le ofrecieron un público que le concedió valor y una proyección futura que abría las puertas de occidente a toda una cinematografía “nacional” o geopolíticamente periférica a Hollywood.

Para los cineastas actuales el público de los festivales es esa comunidad *para quien ponen a disposición sus películas*: un público que las comenta, que hace colas para verlas y que posteriormente seguirá su pista, acudirá a las salas y probablemente se descargará sus películas de la red. Si la experiencia del nuevo espectador se define por la sensación de tener un dominio sobre las películas y el mercado, para el público del festival ese “poder” se hace evidente de manera especial. En ese tiempo de celebración durante el que toman la ciudad, los asistentes manifiestan con su *presencia* el deseo de ser razón —y testigos— del éxito o el fracaso de las películas y cineastas; de colaborar en hacer de ese cine motivo de reunión y festejo. Involucrándose en las actividades propuestas por el festival, asistiendo a los pases, acordonándose en torno a la alfombra roja y contagiándose del ánimo festivo, colaboran en la resemantización de las películas en objetos de gran valor cultural. Es en este sentido del público como

productor de valor, en el que encuentro la potencialidad del festival como *una experiencia participativa que da frutos*.

Llegados a este punto resulta oportuno localizar nuestro objeto de estudio en un tipo de festivales que se han volcado en la participación del público y cuyo *leitmotiv* son sus audiencias. Este tipo de certámenes se han dado a conocer en el mundo por la prensa y el mundo académico como “festivales para el público,” o *audience-friendly film festivals* (Porton 2009b; Peranson 2009) es decir, festivales de público, o afines al público, que no configuran tanto un espacio de intercambio para el negocio cinematográfico y los profesionales como un lugar de encuentro para el conocimiento, la diversión y si cabe, para la interacción entre el público y los directores e invitados al festival.

Desde nuestra perspectiva, este tipo de festivales manufacturan una experiencia para el público que es primordialmente participativa, altamente regulada y ritualizada en la que todo lo que ocurre es producto de la conversación colaborativa entre toda una serie de actores (público, ciudadanos, *festival-goers*, cineastas, medios, críticos, organizadores, etc.) que le van a proporcionar una nueva vida social al cine. Además, estos festivales no sólo facilitan el acceso del público reduciendo el precio de las entradas, sino que a menudo, incluye entre sus actividades una amplia programación formativa y festiva que atrae a todo tipo de públicos interesados en formar parte de ese periodo festivo y de indulgencia. La proliferación de certámenes de bajo presupuesto que se ciñen a una presencia limitada de invitados y profesionales, que se nutren en muchos casos de mano de obra voluntaria y que muestran un mayor preocupación por el entrenamiento y la educación cinematográfica de las audiencias, lleva a Mark Peranson (2009) a establecer que existen grosso modo, dos modelos de festivales de cine: un modelo que se centra en el negocio (*business festival*), y el otro, más reciente y prolífero, que atiende a las audiencias como su valor de producción principal (*audience festival*). Así, según esta tipología, los “festivales de público” se diferencian de los megaeventos como Cannes, Venecia, Toronto, Sundance o Pusan por encontrarse excluidos del mercado, por su menor tamaño en términos de audiencia, presupuesto y mano de obra, o por nutrirse, en esencia, de colaboraciones a pequeña escala en vez de por patrocinios. Peranson (2009) establece la diferencia en los siguientes términos:

Examples of the business festival, then, would be major festivals with markets or de facto markets (Cannes, Berlin, Venice, Toronto, Pusan), plus, to a lesser extent, the largest festival in a country, while examples of audience festivals would be the greater number of the world's festivals, the one in a city near you. (26)

Aunque en términos de distribución y funciones de mercado, suele hablarse de ambos modelos de festival como pertenecientes a “diferentes circuitos” y conectados en una relación de centro/periferia (Iordanova 2009; Peranson 2009), Peranson (2009), puntualiza que estos modelos tan sólo pertenecen a categorías ideales dado que “la mayoría de los festivales que se celebran en el mundo encajan en algún lugar en medio de estas categorías combinando elementos de ambos tipos” (26). En efecto, la dicotomía que separa de forma tajante los macroeventos de los festivales de público se desmorona en cuanto atendemos a la realidad del panorama de festivales actual. Sin ir más lejos, esta separación se pone en entredicho si pensamos en certámenes como el Festival de Sitges o el Festival Internacional de Cine de San Sebastián/Donostia Zinemaldia. Sitges, además de contar con el apoyo de patrocinadores de la talla de Gas Natural Fenosa, de participar y establecer colaboraciones con mercados como el de Ventana Sur, y de tener una presencia contundente en el circuito de festivales de cine de género —por no hablar del elevado precio de sus entradas—, tiene además el público más devoto de todos los festivales españoles, llegando a los 110.000 espectadores en 2014.<sup>29</sup> Por su parte, desde que José Luis Rebordinos entró a dirigir el certamen en 2011, Donostia Zinemaldia ha estado enmarcado en una doble estrategia que le ha permitido acumular éxito en el terreno ambos terrenos: mientras que no ha renunciado a ser un festival de alfombra roja y acumular cada año nombres propios que lo sitúe en el panorama mediático durante unos días, a su vez, el certamen ha combinado sus actividades de mercado y ayudas a la producción y la distribución, con un jugoso calendario de actividades dirigidas al público, así como estrategias más populares dirigidas a facilitar el acceso a las salas a los más jóvenes (entradas por un euro para las sesiones subtítuladas en vasco, 50 por ciento de descuento en entradas para todas las secciones del festival, y rifas). Eso sin contar con el papel que el festival tiene en la protección y promoción internacional del cine vasco. Poco después de

---

<sup>29</sup> Véase Sitges Film Festival. “Cifras.” Accedido 13 de septiembre de 2016. [http://sitgesfilmfestival.com/cas/patrocinadors/xifres\\_2](http://sitgesfilmfestival.com/cas/patrocinadors/xifres_2).

asumir la dirección de Donostia Zinemaldia, José Luis Rebordinos responde de la siguiente forma sobre algunos de los cambios que van a marcar la nueva etapa del festival:

El público va a notar que el Festival tiene más programación, que es una programación muy variada, que algunas secciones han crecido, que la oferta es mayor... Creo, además, que tenemos un buen año en el sentido de que son muchas las películas de directores importantes las que se van a poder ver en San Sebastián. Va a haber algunos aspectos más juguetones, más de fiesta como las sesiones de la noche, el tema de cine y gastronomía o las cenas temáticas; recuperamos las fiestas de inauguración y de clausura para las que hemos conseguido patrocinadores para una parte importante de su coste. (Rebordinos 2011)

La fiesta, es un elemento que no sólo tiene cada vez más presencia en el discurso de los directores de festivales, sino que presenta rasgos cada vez más populares cuando se trata de festivales de cine. Si el festival de San Sebastián ha ido paulatinamente incorporando elementos más populares a su programación y especializándose en la programación de actividades paralelas que ofrecen al público nuevas posibilidades de intervención, otros festivales como el Festival Internacional de Cine de Gijón/FICX, viene centrando su estrategia desde 1995 en congregar al público bajo los símbolos del cine independiente y de lo festivo. Es más el FICX nos permite hacer un retrato certero del tipo de experiencia que un “festival de público” manufactura para su audiencia. Si las rutas y posibilidades de participación que ofrece un festival a su público son absolutamente dependientes del tamaño, el trazado, las infraestructuras y las formas de vida de la ciudad, el FICX cuenta con las ventajas de tener una efervescente vida cultura vinculada en especial a la música y el teatro y con zonas de ocio centralizadas y accesibles que se extienden hasta el puerto y el casco antiguo, donde el festival encuentra una segunda vida en salas de conciertos y locales. En Gijón, la proximidad entre las dos sedes del festival (El Teatro Jovellanos, donde se programa la sección oficial y los Cines Centro, un múltiplex de cinco salas en las que se acumulan la mayor parte de películas y de público), permite que esas opciones de intervención queden más a la vista, más a mano y por lo tanto más accesibles. Separadas por unas pocas manzanas, las sedes se comunican por un entramado de calles y caminos intermedios plagados de pequeños locales que hacen las veces de lugares improvisados para



encuentros fortuitos y para la puesta en contacto entre profesionales, pero también entre ellos y el público.

El FICX es un festival en el que el diálogo sobre el cine se hacen fuera de la sala, en la calle, sobre el trazado de la ciudad y al calor de los bares. Pero si el festival ha sabido aprovechar la cordialidad local, su celebración se arroja también con una serie de eventos paralelos que la propia organización pone en marcha en los locales y las salas más populares de la ciudad. Desde que en 1995 José Luis Cienfuegos tomara las riendas de festival a la programación cinematográfica del FICX se anexa un programa variado de conciertos en directo y de fiestas en distintos locales y clubes que sin hacer sombra a las proyecciones de cine, se convierte en una de las actividades más demandadas cada edición, llegando a tomar un camino paralelo a la celebración del festival: “Un festival dentro del festival” es la presentación que el catálogo de la 45ª edición de FICX hacía del programa de noches en directo *Bandasonora*. Un programa musical que entre 2008 y 2009 toma el nombre de *La Fiesta* y que desde la quincuagésimo primera edición (2013) se reúne bajo la sección *Fiestas y Conciertos*.

Estas actividades que vinculan además el programa cinematográfico del festival con la nocturnidad de la fiesta y con la música adquieren un carácter protocolario entre las personas que frecuentan cada año el certamen.<sup>30</sup> La fiesta nocturna, por ejemplo en los conciertos de la Sala Albéniz y el Club Savoy o los locales del popular barrio de Cimadevilla como Bola Ocho, son parte de esa metodología a seguir que propone el festival.<sup>31</sup> Muy en especial, porque este pacto entre cinefilia y música alternativa parece ser un producto genuino de la ciudad de Gijón, una experiencia que no sólo es exclusiva de lo que muchos llaman el carisma de la ciudad, sino también de ese momento en el que se produce ese enlace multitudinario. Así lo confirma también la prensa local: “el festival de Cine de Gijón, un certamen que se ha distinguido precisamente por su ‘banda sonora’ en vivo.”<sup>32</sup> Al día sigue la noche y a la noche el día

---

<sup>30</sup> Además de su amplio programa de conciertos, entre la edición 39ª y la edición 46ª, el Festival de Cine de Gijón/FICX incluye en su programación el ciclo *Desorden y concierto*, dedicado al cine documental musical.

<sup>31</sup> Mientras que el Club Savoy, local “mítico” en el imaginario festivo y musical de Gijón cierra en 2011, el nuevo director del FICX Ignacio Carballo, toma el relevo en 2011, el Club Portobello se une al programa musical con conciertos gratuitos.

<sup>32</sup> J.B. Oviedo, “El Festival de Cine de Gijón pone ritmo con nueve días de música en vivo,” *La Nueva España*, 27 de octubre, 2011, 65.

en el festival de Gijón, por eso, la fiesta no sólo es una forma más de estar en el festival, sino que es la única forma de estar en él.

En este sentido, el FICX nos da pie a confirmar que en la actualidad, los festivales de cine a menudo proponen modos de recepción que incorporan elementos catárticos y festivos. Por añadido, aunque algunos festivales como Gijón se caracterizan por la “igualdad de condiciones” con la que se representan los lugares que el público y los profesionales ocupan en el festival, bien es cierto que existe una distinción entre la fiesta de la que disfruta el público y la que se prepara para los profesionales (cineastas, jurados, invitados, compradores, prensa, acreditados, etc.), que tendrá un carácter más exclusivo. Esto no deja de subrayar que incluso cuando el festival abre una puerta al público, le concede un espacio de participación, no deja de hacerlo marcarlo una jerarquía entre él y el resto de invitados. Y es que, como veremos en el Capítulo 6, la experiencia que el público tiene del festival bien podría compararse a la de una ceremonia religiosa, o a una gran celebración en la que la presencia de ídolos, llama al culto y a protocolos de carácter ritual. No es baladí que André Bazin llegue a comparar a los festivales de cine con las órdenes religiosas (Bazin 1955).

Por otra parte, todo lo dicho anteriormente nos hace pensar que cada vez es más importante para los certámenes sostener un discurso ante la opinión pública que los presente como espacios para la participación ciudadana y para la intervención activa del público; eventos, en fin, para el público y que *hace el público*. Este aspecto del festival, se encuentra íntimamente relacionado con la naturaleza del evento. Los festivales, son eventos que entrometen en la cotidianeidad de la experiencia cinematográfica la posibilidad de experimentar un *acontecimiento*, o al menos de devolverle al cine su capacidad de acontecimiento masivo en un espacio que nosotros identificamos con el entorno urbano y con ciertas ciudades clave del circuito (Cannes, Berlín, Venecia, Toronto o Pusan, entre los más mediáticos). Por qué no decir que ofreciendo un lugar y una fecha para su disfrute, los festivales empiezan a hacer menos monótona nuestra relación con el cine en un marco cultural en el que éste se constituye como una experiencia tremendamente cotidiana. Janet Harbord, que ha estudiado los festivales de cine en relación con sus cualidades espacio-temporales describe los festivales como eventos que re-actualizan la experiencia del cine asimilándola a un momento único que se vive en comunidad: “The task of the film festival is *to make time matter*, to give urgency to the viewing of film, and this in an historical context in

which the public release of film is no longer a necessarily event of itself” (El subrayado es mío) (Harbord 2009, 8).

Que el festival de cine se celebre bajo la urgencia del evento, favorece a que el público sienta que su participación es imprescindible. De esto son muy conscientes los organizadores de los festivales que se han especializado en dar constancia de que este “aconteciendo” en el que se desenvuelve el certamen, es fruto de la actividad del público y de su intervención activa en la celebración. Un claro ejemplo de esto es la incorporación de un *premio del público* así como la insistencia del festival en proyectar una imagen mediática del tránsito, de las calles abarrotadas, de los locales llenos y de las colas interminables. A este respecto, buena parte del trabajo de la identidad corporativa de un festival —especialmente a través de la web y del material impreso—, se centra en representar la asistencia, el número de visitantes, o incluso la calidad, procedencia o edad del público. Por ejemplo, desde que Ignacio Carballo se pone al frente del FICX en 2012, la cortinilla oficial de presentación del certamen que precede a las proyecciones, muestra no sólo elementos icónicos de la ciudad de Gijón, sino al propio público del festival, haciendo cola para conseguir sus entradas o llenando el Teatro Jovellanos, como se ve en los spots oficiales del festival de sus 51ª y 52ª ediciones (años 2013 y 2014 respectivamente). A esto hay que añadir la manera en la que los directores de festivales apelan a la audiencia o se refieren a ella como protagonistas y creadores del evento. Bastaría con hacer un repaso a las entrevistas que directores de festivales españoles han concedido a la prensa en los últimos cinco años, para darse cuenta de que buena parte de sus declaraciones se centran en representar a la audiencia como el primer motivo y razón por la que el festival se celebra, pero también como su *motor*. José Miguel Beltrán (Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián) y José Luis Cienfuegos (Festival de Cine Europeo de Sevilla), se han mostrado muy comprometidos con este discurso:

Siempre he pensado que las salas que programan cine de autor han de mimar a los espectadores porque son los que te van a garantizar la supervivencia. Y hablo no sólo de cines comerciales, también me refiero al circuito cultural. (José Luis Cienfuegos, Festival de Cine Europeo de Sevilla). (Cienfuegos 2014b)

El público de la Semana es el más participativo que existe en el mundo de los festivales, pero lo podemos superar haciéndolo creador. (José Miguel Beltrán, Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián). (Beltrán 2011)

Porque el público responde y Sitges es ante todo un festival para el público. Ni para los críticos ni para las revistas especializadas ni para los medios de comunicación. Para el público. (Ángel Sala, Festival de Cine de Sitges)<sup>33</sup>

La determinación de muchos festivales de cine por convertir al público en protagonista del evento se ha llevado en algunos casos llevado al plano performativo, especialmente en certámenes especializados en ofrecer experiencias participativas y con reputación de “darle cancha al público.” Al *premio del público* con el que ya cuenta prácticamente cualquier festival, habría que sumar toda una lista de propuestas con las que el certamen homenajea al público y sobreexpone su papel imprescindible: la creación de un jurado con miembros del público, la progresiva incorporación de voluntarios a la plantilla, la creación de secciones competitivas dedicadas a la proyección de cortometrajes creados por el público, o la extensión al público de la invitación a las galas y fiestas de clausura e inauguración, son estrategias que han ido destinando cada vez más responsabilidad y opciones de intervención al público. Por ejemplo, en el FICX, ser miembro del Jurado Joven no sólo significa tener acceso a los pases de prensa, sino también a las galas de inauguración y clausura y a las recepciones, en las que los miembros tendrán la oportunidad de verse con los cineastas e invitados. Pero además, ser miembro del Jurado Joven equivale a ser depositario de una responsabilidad que proporciona la categoría del jurado, y que conlleva un mayor nivel de participación —entendemos que a mayor responsabilidad, siempre hay una mayor capacidad de intervención—. ¿A qué mayor ambición puede aspirar el cinéfilo que asiste a festivales, que influir en el resultado del palmarés? Pero esa participación, además, viene soportada por toda una puesta en escena que emula, aunque a otro nivel, el protocolo al que está sometido el jurado del festival: las reuniones, la mención de sus miembros en el catálogo del festival, la gala de entrega de premios —que entrega un miembro del jurado joven— y el palmarés. Esta puesta en escena ritual con la que Gijón enaltece a su jurado joven, ha sido adoptada por otros certámenes que optan por escenificar la conversión del público en estrellas. Es el caso de la Semana de Terror, que en su vigésimo quinto aniversario invitó a su público a pasar por un improvisado *photocall* y ponerse, literalmente, bajo el foco de la cámara.

---

<sup>33</sup> Ángel Sala citado en Salvador Llopart, “El festival de cine de Sitges cambiará de piel en 2015,” *La Vanguardia*, 8 de octubre, 2014. Accedido 2 de septiembre, 2016.  
<http://www.lavanguardia.com/cultura/20141008/54416896215/festival-cine-sitges-cambiara-piel-2015.html>.

Como era de esperar, Internet ha abierto nuevas posibilidades en esta dirección, no sólo como herramienta promocional, sino también como espacio en el que “estrechar” las relaciones con el público. En concreto las redes sociales como Facebook, Twitter y otras plataformas que permiten compartir contenidos con otros usuarios como Instagram, están adquiriendo cada vez más presencia como medio de comunicación con el público antes, después y durante el certamen, pero también como recurso que permite escenificar el evento como “puesta en común.” Es el caso de Donostia Zinemaldia y FICX que tanto en la víspera del festival como durante su celebración animan a sus audiencias a construir colaborativamente la imagen del festival premiando con un abono las mejores fotos que las audiencias suben a Instagram (Donostia Zinemaldia) y a Facebook (FICX). Por su parte, la Seminci implica a su público en la elección del cartel para cada edición del festival animándolos a votar el mejor cartel a través de Facebook. Con este tipo de propuestas los certámenes no sólo juegan a intensificar la sensación de espera que acompaña a la fiesta, sino que se benefician del fervor con el que las audiencias participan en las redes sociales. Queda por mencionar el papel que las redes sociales están teniendo como medio por el que actualizar de forma constante al público y en particular, como medio por el que visualizar y retransmitir cada fase, incluido el proceso de puesta en marcha, y que comienza en el caso del FICX con las imágenes del equipo en su primer día de trabajo en las oficinas del festival y un mensaje que inicia la cuenta atrás y dramatiza el regreso: “ya estamos trabajando a tope en las oficinas.”

Finalmente, que parte de las audiencias que asisten a festival tengan también un actividad frenética en las redes sociales, implica que su experiencia personal del festival se convierta potencialmente en material para compartir y para hacer visible en la red. Aunque en el Capítulo 3 comentaremos con más detalle cómo se gestionan en el marco del festival las tensiones entre la economía de los eventos y la economía de los medios sociales online (*social media*), me gustaría sugerir que lo que las audiencias hacen en la red y en los festivales de cine forman parte de una misma experiencia de participación y de consumo cultural. Si las redes sociales son el dominio en el que buena parte de las audiencias elaboran y comunican su actividad cinéfila, parece lógico pensar en los nuevos servicios de comunicación social como plataformas en las que los festivales de cine también toman presencia.

## 2.10 Conclusión

En este capítulo hemos tratado de presentar los festivales de cine como eventos en auge, multifacéticos, participativos y de gran alcance mediático, que se han presentado en nuestra sociedad como habituales y necesarios. Si la cinefilia al igual que cualquier identidad cultural es una forma más de estar en el mundo en la que se busca un vínculo con los otros, los festivales de cine ofrecen un lugar y un tiempo de encuentro para un grupo de personas con un gusto y unas aficiones si no similares, sí comunicables, donde esa comunicación cobra sentido gracias al marco del festival. En un momento en el que el consumo de la imagen cinematográfica y audiovisual se encuentra deslocalizado en toda una serie de prácticas que se sostienen en la mediación tecnológica entre “usuarios,” *los festivales habilitan la posibilidad de una experiencia comunitaria en torno al cine localizada en un lugar concreto y durante una fecha marcada en el calendario*. Si participar en un evento ya supone de por sí un escape de la rutina, los festivales incorporan a la experiencia de ir al cine toda una serie de situaciones “extracinematográficas” que están cambiando las rutinas y las formas de recepción en las ciudades. En concreto, Harbord observa que en el *espacio del festival* confluyen al menos cuatro discursos que configuran *la cultura de los festivales de cine* y que se cruzan con las trayectorias del espectador: los discursos de los cineastas independientes y productores; los de la prensa; discursos relativos al negocio del cine y finalmente, discursos relativos al turismo que proveen un intertexto entre el evento filmico y la localización (Harbord 2002b, 60). Si consideramos como Harbord que los festivales son experiencias híbridas y multifacéticas en las que intervienen diferentes niveles discursivos, reconstruir la experiencia particular de las audiencias de festivales pasa por reconstruir la mirada del espectador en relación a tres discursos que considero esenciales y que abordaremos en los capítulos que siguen: el de la ciudad, filtrado por las políticas culturales y los discursos de marketing y el turismo; el del propio espectador y sus hábitos y formas de recepción, filtradas por las nuevas tecnologías y los medios de comunicación, y finalmente, el de la fiesta. Veremos que estos discursos no sólo son relevantes a la hora de considerar la experiencia de ir al cine en la actualidad sino que reavivan con su murmullo el acto de asistir al cine revistiéndolo de cierto aire trascendental.

La necesidad que tienen los festivales de ser comunicados y comprendidos a escala global y ser constantemente actuales, nos pone ante una realidad que sin duda

trae ciertos problemas a nuestro análisis: por un lado los festivales juegan en el terreno de lo social y tienen un trasfondo social por estar dirigidos al total de la población —a diferencia de otros eventos, por ejemplo, de un perfil más rígido como la Semana de la Ciencia—. Por otro lado, son eventos que unen a sus participantes en una relación de exclusividad y que salvaguardan un sistema de prácticas que verifica la necesidad de celebrar un gusto refinado y especializado en torno al cine. En todo caso, cualquier intento de explicar la relevancia social del cine europeo, reside en visualizar el circuito de festivales como el producto —o en todo caso, el proceso— de una intensa agenda política y cultural que desde principios de siglo pone en coexistencia dos elementos que hacen funcionales nuestras relaciones sociales, nuestra vida política y ciudadana: el cine y la fiesta. Desde esta perspectiva, el festival se encuentra constantemente realizando una tarea institucional de inclusión y de exclusión.

En última instancia, la función del circuito de festivales como esfera pública en la que se potencian los vínculos sociales, ha terminado por consolidar su papel necesario en nuestras ciudades. En este particular, puede decirse que los certámenes vienen beneficiándose de los discursos de *ciudadanía participativa y democrática* que circulan en la sociedad civil y de los que se entiende que la cultura debe de ser principal procuradora. Lo cierto es que, desde que existen como fenómeno de masas, los festivales no han dejado de dar pasos en esta dirección. Mientras que los gobernantes acusaban a los certámenes de representar agendas innecesarias, los festivales españoles empezaban a asumir nuevos roles que los vinculaban directamente con agendas de interés social que en la actualidad los están reubicando en el imaginario público como espacios que no sólo se dedican a asuntos frívolos, sino que movilizan su capacidad mediática y social hacia acciones mucho más beneficiosas, legítimas y construidas socialmente como verdaderamente necesarias. La reciente incorporación al circuito de certámenes que presentan temáticas de urgencia social, son un claro ejemplo de la prosperidad y fertilidad de una fórmula que promete mantenerse en nuestros espacios de vida habituales. Diversas citas cinematográficas que se celebran con la excusa de relacionar el cine con los Derechos Humanos, la inmigración o la discapacidad, le ponen nombre a este fenómeno reciente en España: Festival de Cine y Derechos Humanos de San Sebastián, Festival de Cine y Derechos Humanos de Barcelona, Muestra de Cine y Derechos Humanos en Zaragoza, Festival de Cine Migratorio de Santander, Festival Cines del Sur, Festival Escena Mobil de Sevilla, Festival de Cine el Ojo Cojo de Madrid, etc.

En definitiva, parece coherente confirmar que a pesar de haber sido puestos en duda como empresas viables en tiempos de crisis, los festivales no sólo siguen ejerciendo un evidente control sobre la gestión de la imagen cinematográfica y los mapas del cine en la actualidad, sino que son espacios en los que los ciudadanos *participan con libertad en la actividad cultural de sus ciudades*. Frente a las voces que aseguran que se aproxima “el fin de la era de los festivales de cine” (Triana-Toribio, 2011), quiero proponer que lejos de enfrentarse a su extinción, los festivales de cine son eventos que ciudadanos, usuarios y espectadores demandan y casi exigen. Véase si no, el trastorno que para la audiencia FICX y un número sustancial de gijoneses supuso el cambio de dirección del festival en el año 2012.<sup>34</sup> En todo caso, los festivales de cine se enfrentan a una nueva etapa marcada por los nuevos retos impuestos por la crisis financiera y por los cambios en la prácticas audiovisuales del público. Por tanto, una vez revelados los imperativos sociales y económicos sobre los que se sostiene el circuito de eventos cinematográficos, parece coherente que nos preguntemos por las audiencias *para quienes* se celebran los festivales.

Con el fin de responder a esta pregunta, en las próximas páginas vamos a ocuparnos de descifrar las circunstancias culturales, tecnológicas y sociales que han propiciado que exista una audiencia potencial que asiste a festivales y que es *fiel* a esta forma de consumir cine. En este sentido, no es difícil darse cuenta de que los festivales de cine ahondan en una experiencia de consumo afectivo en la que también se han especializado las plataformas de medios sociales desde Youtube, Facebook, Flickr, Twitter o Wikipedia entre las más populares, hasta los servicios multiplataforma y la televisión en base a demanda por Internet como Netflix o Amazon Film. Trazar el lugar común en el que convergen todas estas experiencias, parece imprescindible para concretar cuál es en la actualidad la misión de los certámenes internacionales.

---

<sup>34</sup> Las crónicas del polémico cese de José Luis Cienfuegos como director del FICX y las sucesivas protestas por parte de ciudadanos que salieron a la calle, pueden seguirse en diversos diarios locales (*La Nueva España, El Comercio*) y nacionales. Véanse, por ejemplo: “Festival de Cine de Gijón, las formas y el fondo,” *La Nueva España*, 14 de enero, 2012. Accedido 6 de septiembre, 2016. <http://www.lne.es/opinion/2012/01/14/festival-cine-gijon-formas-fondo/1183927.html>; “Nacho Carballo sustituye a José Luis Cienfuegos al frente del Festival de Cine de Gijón,” *El Comercio*, 11 de enero, 2012. Accedido 3 de septiembre, 2016. <http://www.elcomercio.es/20120111/mas-actualidad/cultura/destituido-jose-luis-cienfuegos-201201111220.html>; “Centenares de personas se concentran en Gijón en protesta por el cese de Cienfuegos,” *La Nueva España*, 12 de enero, 2012. Accedido 3 de septiembre, 2016. <http://www.lne.es/gijon/2012/01/12/centenares-personas-concentran-gijon-protesta-cese-cienfuegos/1183136.html>.



### **3. Audiencias conectadas. Derivaciones sociales y culturales del espectador en la era *cross-media***

En el momento en el que nos disponemos a responder a la pregunta de qué es un festival y nos interesamos por cuál es esta experiencia, nos encontramos ante la necesidad de plantear una cuestión previa si cabe más problemática: ¿cuál es el *sujeto público* de los festivales de cine? Con esta pregunta pretendo sugerir que los festivales de cine se celebran para un público (y son celebrados por un público) que al igual que las películas no llegan vírgenes al terreno de juego. Preguntarle al festival acerca de *qué público*, o más específicamente, acerca de la relación que su público tiene con el cine hoy, nos exige considerar el lugar incierto que ocupan hoy el cine y su discusión en nuestro marco cultural.

Aún es frecuente por parte de la crítica más reputada en España una tendencia a ignorar las *formas de mirar* en las que se ha venido inscribiendo el cine a lo largo del siglo XXI y que han ido erosionando su práctica. Reivindicar estas formas de mirar con las que convive la práctica del cine, es reivindicar al público que mira y que en definitiva, ya no limita su campo de acción a la mirada, sino que se descubre capaz de dirigir y reconfigurar la conversación que mantienen instituciones, profesionales y mercado en torno a qué es el cine hoy. El acceso al cine a través de Internet y de toda una serie de “rituales” asociados al consumo doméstico del audiovisual, nos hablan de las formas en las que últimamente hemos ido formando nuestra mirada y nuestras prácticas. Creo que sólo esforzándonos por describir los gustos, hábitos y rutinas que se asientan en torno a estas pantallas e interfaces podremos intervenir con mayor lucidez en la discusión de quién es ese sujeto que acude a los festivales. También, podremos predecir cuáles son las expectativas con las que el público aterriza al festival y por lo tanto, cuáles son las demandas a las que el circuito de festivales tendrá que responder y de las que tendrá que ser continuador.

En las próximas páginas voy a sugerir que los festivales de cine son eventos que establecen una sinergia con los usos que el público hace de las nuevas tecnologías digitales y por tanto, con las formas sociales y culturales que derivan de estos usos. Si las tecnologías digitales le han brindado una suerte de *revival* al cine y a sus formas de consumo tanto en el hogar como fuera de él, ¿podemos considerar la actual

proliferación de festivales como una respuesta a los cambios que se están produciendo en el seno del cine, del audiovisual y de su discusión en la esfera pública?

La razón por la que considero que abordar este tema tiene cierta urgencia, es que nos hemos habituado a escuchar, también en círculos académicos y profesionales, que Internet acabará con la experiencia tradicional de ir al cine. Sin ir más lejos, en un seminario sobre festivales de cine celebrado en la Universidad de Granada en 2010, una prestigiosa académica conocida por sus contribuciones en los estudios de festivales de cine, se lamentaba del daño irreparable que la posibilidad de disfrutar del vídeo bajo demanda y las webs de descargas, le harían a los certámenes, a las salas de cine, a la experiencia, en fin, de sentarse ante una pantalla en compañía de otros. No podemos negar que el proceso de digitalización y la migración del cine a Internet, estén teniendo efectos colaterales que han trastornado de forma quizás irreversible a la distribución de películas en salas comerciales grandes, y especialmente, pequeñas en todo el mundo. El cierre de salas por toda España, es hoy una realidad que llena las páginas de cultura de periódicos de tirada local y nacional y que confirman las estadísticas: en 2014, había 339 locales de exhibición menos que en 2001 según datos de la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC).<sup>35</sup> Sin embargo, en los últimos años esta tendencia muestra una doble cara. A la vez que se cierran tanto salas clásicas como multicines en ciudades de toda España, proliferan proyectos que apuestan por otras fórmulas de visionado en salas: el pase único, el cine-evento, el cine de reestreno el clásico cineclub, no sólo están manteniendo a flote a salas privadas como los Cines Renoir en Madrid y Barcelona o los Cines Príncipe en San Sebastián por poner algunos ejemplos, sino que están motivando la apertura de nuevos locales de exhibición gracias tanto a iniciativas de aficionados y profesionales,—como Artistic Metropól en Madrid, o Phenomena Experience en Barcelona—, como institucionales.<sup>36</sup>

Las creencias que responsabilizan al consumo online del abandono masivo de las salas resultan alarmantes cuando las promueve el mundo académico precisamente porque delatan además de un desinterés hacia la dimensión social del cine, una

---

<sup>35</sup> Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC), *Decimotavo Censo de Salas de Cine, mayo de 2013*, accedido 22 de febrero, 2015, <http://www.aimc.es/-Censo-Cine-.html>.

<sup>36</sup> Véanse proyectos como Cineteca, iniciativa del Ayuntamiento de Madrid, o Tabakalera iniciativa del área de cultura del Ayuntamiento de San Sebastián (Donostia Kultura) que en 2015 estrenó programación de cine.

concepción desvirtuada de lo que el catálogo de manifestaciones audiovisuales online hace realmente por el consumo social del cine. En otras palabras, este mito descuida una visión integral de la audiencia que tenga en cuenta el cine como proceso cultural en el que no solamente interviene el medio, sino en el que intervienen elementos de valor, de ritualidad y de comunidad. En contra de este mito, en este capítulo me gustaría argumentar que la deslocalización y dispersión de las audiencias en distintos terminales de comunicación en todo caso han estimulado, amplificado y enriquecido las vías para acceder y proyectarse en el espacio social del cine.

Por esta razón, una teoría que busque especular sobre una experiencia común de recepción debe de contemplar el consumo del cine en salas, en festivales o en el hogar, bajo el contexto que dibuja la era de las plataformas del *videosharing*, del vídeo bajo demanda y de las redes sociales. Es decir, un contexto en el que el *cine*, deja de ser una actividad exclusiva del *espectador* y pasa a ser dominio del *usuario*. Sin perder de vista la relación del espectador con la estética particular de la cultura digital, pretendo describir algunas de las prácticas que configuran esa experiencia única en la que se forma también el espectador del festival, prestando especial atención a las que se producen en el dominio de los llamados nuevos medios. ¿En qué consiste la nueva actividad del espectador? ¿Existen una serie de factores comunes que nos permitan hablar de una experiencia común entre todos los sujetos que consumen cine hoy? Y finalmente, ¿podemos llegar a establecer un prototipo de espectador-usuario que nos permita entender mejor quién es el sujeto que asiste a festivales de cine y qué busca en esta experiencia?

En parte estas preguntas asumen una doble realidad que también trataremos de captar en la siguientes páginas. Por un lado, como ya apuntaba Andrew Darley en su precursor trabajo *Cultura visual digital* (2002), parece inapropiado seguir refiriéndonos al consumidor audiovisual, totalmente consciente de su capacidad de reorientar las normas del juego mediático, como *espectador*. Por otro lado, la idea del *espectador* nos mantiene en contacto con un sujeto que ha aprendido a comunicarse dentro de una cultura visual y del espectáculo y para el que tener presencia como imagen supone la única forma de estar en el mundo. Tampoco podemos olvidar que el consumidor de cine, asume aún el papel de espectador, que la industria cinematográfica sigue midiendo su éxito en función de los espectadores que acuden a las salas y que ser *espectadores* es lo que define al público del festival (aunque veremos que asistir a un festival requiere una actitud que supera las expectativas del espectador tradicional).

### 3.1 Las audiencias y sus contextos

Nuestra ambición de estudiar a los espectadores contemporáneos, se ubica en el centro de una serie de debates que desde los años ochenta, reclaman la posibilidad de abordar la práctica social del cine y la experiencia espectral que se construye en torno a esta. En concreto, nuestra visión del espectador cinematográfico conecta con toda una tradición de estudio que empieza a observar el cine como evento social y como la quintaesencia —junto a la publicidad y la televisión— del entramado cultural que pone en pie la nueva economía de mercado. Todo esto trae consigo un cambio cualitativo en la figura del espectador, que empieza a tomar protagonismo como objeto de estudio respecto al análisis textual del film. Con este cambio de paradigma, cambia también la gramática del discurso que a partir de entonces afrontan los estudios de cine: si durante décadas y a semejanza de las metodologías usadas en la teoría literaria, el cine se analiza desde la lingüística, la narratología, la semiótica, la antropología o el psicoanálisis, finalmente, la teoría del cine pasa a formar parte del amplio espectro de los estudios culturales (*Cultural Studies*), que abren camino a la etnografía, la teoría feminista, el postcolonialismo, la teoría social o la filosofía, como herramientas comunes desde las que llevar a cabo un análisis crítico de los discursos cinematográficos y desde las que desarticular los discursos de identidad hegemónicos presentes en las películas, los géneros de Hollywood, los sistemas de producción y de interpretación, o las prácticas de los públicos.

Con todo, lo que nos interesa de este nuevo esquema es que pone el foco sobre el espectador como un sujeto con identidad social, ideología, gustos y motivaciones, que interviene activamente en los procesos de representación cultural y que escoge involucrarse en distintos contextos y formas de ver cine. A este respecto, merecen nuestra atención las consideraciones que Graeme Turner (1999) hace sobre las implicaciones afectivas que se encuentran detrás de la experiencia tan cotidiana de “ir al cine.” A principios de los noventa, es decir, en un tiempo en el que ir a las salas y el vídeo doméstico eran las principales formas de consumo de películas, Turner (G. Turner 1999, 127) llama la atención sobre las implicaciones que la experiencia de “ir al cine” (*cinema-going*), tiene en la configuración del acto de recepción.

Discussion of the relationship between the audience and what it sees on the screen inevitably leads us to re-examine just what it is that constitutes the experience of going to the cinema. (...) The act of going out is itself intrinsic to the event of cinema-going; also significant in cinema's role as what Jowett and Linton (1980) call a "social integrator," a way of signaling that the individual is not too deviant in cultural activities. The pleasures of the evening are not exhausted by the experience of watching a film, and cinema-going is most often a group activity - rarely do people go to cinema by themselves. (127)

Lo que nos interesa del discurso de Turner es el papel que le otorga al elemento social de "ir a la sala," como fuente de placer que es ineludible a la hora de estudiar los procesos de recepción cinematográfica. No obstante, hay otras muchas consideraciones que hacer a la hora de decidir qué elementos intervienen en las motivaciones de la audiencia para ir al cine. La experiencia que la audiencia tiene de un film y su comunicación posterior, se encuentra vinculada no sólo a las condiciones de proyección —o, como indica Turner, a escoger película, desplazarse a la sala, consumir en los locales y restaurantes adyacentes, etc.—, sino también a su entorno social, a las relaciones y conversaciones que los espectadores tienen con otros espectadores, y al conjunto de los textos y los contextos que envuelven el proceso de recepción. La importancia que esta arquitectura está tomando a la hora de influir en los procesos de recepción de determinadas películas, ha llamado la atención de teóricos como Jonathan Gray (2010), que ha reivindicado el papel primario que estos productos subsidiarios y espacios de consumo tienen sobre las formas en las que las audiencias se relacionan con el cine en la actualidad.

En concreto, Gray, toma prestado de Gérard Genette el concepto de "paratexto" tradicionalmente usado en lingüística y en teoría de la literatura, para designar todo el envoltorio textual que acompaña al consumo de cine y del que forman parte tanto los discursos de marketing como el de críticos, publicistas, estudios, diseñadores gráficos y otros intermediarios dedicados a digerir el texto para el público. En la traslación que Gray hace de la literatura al cine, los paratextos hacen referencia a todo el sistema de filtros y umbrales que como los trailers, las *promos*, los comentarios de la crítica o de los *spoilers*, intervienen en nuestra lectura personal de las películas. Pero ante todo, para Gray esa arquitectura audiovisual se ha convertido en la única forma que hoy tenemos de acceder a las películas, hasta el punto de constituir una serie de pasos forzados que anuncian prematuramente la vida que le espera al film.

Con todo, hay que tener en cuenta que las circunstancias de los espectadores de los que habla Gray son bien distintas a las del espectador de principios de los años

noventa de Turner. Veinte años después de que Turner escribiera su libro, el espectador ya no forma parte de la audiencia que acude en masa al cine ni se contenta con la visita periódica a las sala. Hoy en día los paratextos monopolizan la atención del público llegando a desplazar el interés por el texto principal y a convertirse en un producto de consumo en sí mismo. Así, el cinéfilo obtendrá más placer de estar suscrito a la edición en papel de alguna revista de cine, de participar en webs de discusiones entre fans, de acumular merchandising de la última entrega de *La guerra de las galaxias*, o de hacer un “peregrinaje” a *Legoland*, que de las propias películas que motivan sus rutinas y sus obsesiones. Es precisamente aquí donde la noción del *contexto* se expande conceptualmente para hacer referencia tanto al conjunto de conjunto de prácticas divergentes asociadas tanto a los espacios para ver cine, como al complejo de discursos, instituciones, tecnologías y circuitos que sostienen estas prácticas.

No nos sorprende que a esta discusión, se incorporen a finales de la década de los noventa, trabajos dedicados a explorar uno de los contextos de consumo cinematográfico de las últimas décadas: los festivales de cine. Aunque sólo recientemente se han publicado trabajos interesados en describir la experiencia de los asistentes a festivales, Janet Harbord (2002a) abre una veda al reconocer que los festivales de cine son eventos importantes a la hora de interpretar hacia dónde se encaminan las culturas del cine y los hábitos de consumo cultural. No es baladí que esta reflexión la haga en un libro dedicado a sentar los términos de discusión para un estudio sociocultural del cine a principios del siglo XXI. En el ya citado *Film Cultures* (2002b), Harbord parte de la tesis de que el cine y la transformación de sus públicos han estado históricamente ligados a factores contextuales como el desarrollo tecnológico, la producción del espacio, la evolución de las ciudades y la expansión y diversificación de determinadas sensibilidades culturales desde la modernidad. De esto modo, para Harbord, los festivales de cine sitúan a los espectadores en el cruce de una serie de culturas (las del cine de autor y la cinefilia por un lado y las de la industria por otro) en torno a las que se generan expectativas y formas de identificación cultural.

Con todo, lo cierto es que en la segunda década de los dos mil, el estudio de las audiencias tiene aún mucho camino por recorrer. Sobre todo, y desde hace tiempo, se hace especialmente necesario empezar a prestar más atención a todo el abanico de prácticas que están emergiendo en torno al cine. Como ha indicado Nick Stevenson (Stevenson 2002, 75), actualmente, se están realizando dos tipos de investigación de

audiencias (75). Por un lado, las que llevan a cabo los grandes conglomerados e instituciones mediáticas, que le proporcionan a las cadenas de radio y de televisión públicas y comerciales, a productoras y distribuidoras de cine o a publicistas información sobre los hábitos y perfiles de sus audiencias. Por otro lado, los estudios que, alejados de preocupaciones e intereses comerciales, han usado la sociología y los estudios de medios para interpretar las motivaciones, los intereses y los placeres involucrados en la experiencia de ser espectador en diferentes contextos de recepción. Este último paradigma que constituye el antecedente sobre el que se desarrollan los actuales estudios de audiencia en el mundo académico, se caracteriza por afrontar una visión optimista en torno a los placeres derivados de los fenómenos de la cultura popular, y sobre todo, por defender la idea de que la percepción que las audiencias tienen de los mensajes no siempre se corresponden con la que esperan los productores y los creadores de la información. Del lado de esta tradición, destacan las perspectivas críticas de David Morley y John Fiske, así como contribuciones del lado de la teoría feminista, en particular, aquéllas dedicadas a indagar en las lecturas femeninas y los placeres involucrados en los melodramas televisivos como *Dallas* (Ang 1985).

Metodológicamente, puede decirse que en los últimos años los estudios de audiencias se han inclinado sensiblemente hacia la etnografía, lo que ha dado lugar en los departamentos de cine de universidades anglosajonas a una proliferación de proyectos dedicados a interpretar fenómenos de audiencias asociados a películas y sagas, sobre todo en el marco de las audiencias devotas y los fans. Estos estudios han popularizado técnicas como los grupos focales y las entrevistas en profundidad a la hora de indagar en las prácticas de los públicos, y han insistido en la importancia de que el investigador asuma una posición de participante que experimenta de primera mano el fenómeno en cuestión. A pesar de los avances que en el mundo anglosajón se están produciendo en el campo de las audiencias cinematográficas que asisten a salas, Antoni Roig (2009) llama la atención sobre el hecho de que “existe una notable laguna en cuanto a estudios empíricos sobre audiencias cinematográficas, sobre todo si lo comparamos con la sistematización de los estudios sobre audiencias televisivas” (Roig 2009, 205). Y es que, si en España la aproximación etnográfica a las audiencias de cine es prácticamente inexistente, las propuestas que están emergiendo del ámbito de la recepción televisiva deberían servirle de modelo a académicos interesados en emprender cualquier investigación relativa a la asistencia a salas y a otros contextos de exhibición cinematográfica. Entre los autores que están asumiendo perspectivas más

interdisciplinarios y que insisten en observar las prácticas desde el interés que los espectadores ponen en diferentes *media*, encontramos trabajos en España como los ya citados de Tubella y Alberich (2012) y de Antoni Roig (2009), algunos estudios dedicados a las culturas de fans y las audiencias devotas o “dedicadas” (Aranda, Roig, y Sánchez-Navarro 2013) y el de Cristina Pujol (2011), este último en el ámbito de las audiencias especializadas y la cinefilia. Finalmente, hay que destacar algunos estudios que teniendo a las audiencias televisivas y la cultura de la televisión como objeto principal de análisis, reconocen e incorporan a su estudio la relación que las audiencias tienen con otros medios. Es el caso de trabajos como los de Carcajosa (Carcajosa Virino 2016), Rodríguez-Mateos y Hernández-Pérez (2015), o Gómez Rubio y López Vidales (2015).

Con la excepción de los textos citados, si tenemos en cuenta las sinergias que se están produciendo tanto en el ámbito de los textos audiovisuales como objeto estético —entre la televisión y el cine, entre el cine y los nuevos media, etc.—, como en el de las prácticas, llama la atención la falta de consenso entre investigadores dedicados al estudio de los públicos de diferentes medios. La única forma de empezar a reconocer las mutaciones que se están produciendo en las prácticas de las audiencias cinematográficas es dedicarle un espacio a las otras formas de consumo audiovisual a las que las audiencias también dedican también su tiempo y que al fin y al cabo informan cualquier experiencia espectral que el público pueda tener en salas. En otras palabras, no me cabe duda de que el futuro de la investigación de audiencias se encuentra en la búsqueda de intersecciones entre diferentes disciplinas.

Con el fin de establecer en conjunto quiénes son las audiencias que asisten al festival y de determinar qué lugar ocupan los festivales de cine en la imaginación de un público devoto y cinéfilo, nos queda describir el conjunto de prácticas y hábitos de consumo que definen hoy al espectador actual y que le permiten llegar al festival con una serie de expectativas y con un bagaje audiovisual y social. En este sentido, queremos afrontar la definición del espectador desde un ángulo crítico, poniendo bajo escrutinio, algunas de las máximas que desde hace un tiempo vienen iluminando los debates teóricos sobre la experiencia del espectador en la era digital. Me refiero a ideas como la interactividad, la transmedialidad, la participación o la presencia, palabras y conceptos que hoy se consideran clave para diferenciar las vivencias de los usuarios de los medios digitales, pero que por su popularidad, a menudo escapan al análisis crítico. Por ello, no tendría sentido, por tanto, continuar sin antes hacer una breve



aproximación a las cualidades que Internet y la comunicación en red brindan a los usuarios. Si, como han confirmado Manuel Castells (Castells 2003, 19), “(...) Internet transforma el modo en el que nos comunicamos” (19) parece lógico pensar que Internet y los *new media* son hoy un contexto social, tecnológico y cultural ineludible a la hora de determinar y comprender el conjunto de la experiencia cinematográfica. Tanto los hábitos y protocolos de comunicación, como los nuevos dispositivos y terminales que los modulan, están trascendiendo en las formas en las que consumimos cine y nos imaginamos como espectadores, cinéfilos y audiencias.

### 3.2 Internet, *work in progress*

Imma Tubella y Jordi Alberich (2012) abren su pedagógico libro en torno a los “Nuevos Medios” haciéndose una pregunta si cabe esencial para entender quién ese sujeto de la información del que tanto se habla, que tanto nos interesa: ¿es Internet un medio de comunicación? Como indican Tubella y Alberich, por un lado, comprender las implicaciones que Internet trae a los modos de comunicación actuales pasa por afrontar su estudio desde un conocimiento profundo de los medios de masas. Por otro, el estudio de Internet, exige una perspectiva renovada en la medida en la que las nuevas tecnologías no sólo afectan al ámbito de la difusión masiva de la información, sino que transforman profundamente el conjunto de la acción comunicativa en nuestras sociedades. En otras palabras, no podemos ignorar que Internet haya pasado a ser un medio cotidiano e imprescindible que habitamos con total naturalidad. Escribe Manuel Castells (Castells 2003, 15) en la obertura de *La Galaxia Internet*: “Internet es el tejido de nuestras vidas” (15).

La metáfora de la *galaxia* que titula el libro de Castells, es tremendamente anticipatoria para cualquier investigador que, como nosotros, se proponga hacer una primer a aproximación a la experiencia de los usuarios en Internet. Por un lado, el símil nos permite imaginar este medio de medios como una estructura extendida, que se dispersa de forma rizomática y descentralizada, y que crece a través de bifurcaciones, enlaces múltiples, nodos, nexos y colectividades difusas. Por otro lado, la idea de la galaxia, conecta con la extensión del ciberespacio y el sentir propio de asomarse a su abismo. Internet como un espacio cósmico, que como en el film *Dune* (David Lynch, 1984), sólo se atraviesa mentalmente, más rápido que la luz, por el consumo de alguna droga que permite la conexión-relación-tránsito. ¿Hacia dónde se extiende,

configurando tránsitos, la galaxia tecnológica con que las personas se comunican y se olvidan de su cuerpo? ¿Tiene Internet otro fin que el de extenderse sin más, *sin fin*? Si tratáramos de reducir la complejidad de Internet a una imagen simple, podríamos decir que Internet se parece a una red que se teje perpetuamente en todos los sentidos y que por estar cambiando constantemente, no alcanzamos nunca a entender ni conocer del todo. Como Penélope en la Odisea, Internet representa la idea de *symploké*, tejer y destejer, entrecruzarse en un perpetuo hacerse, destruirse y renovarse, como el barco de Teseo.

Parte de esta complejidad se debe a que, como explican Tubella y Alberich, Internet no funciona como un medio de comunicación de masas en el sentido tradicional (Tubella y Aberich 2012, 69), sino como un medio *multimedia* que nos da acceso a toda una serie de formatos, contenidos y servicios que antes sólo estaban disponibles a través de distintos terminales y soportes como la televisión o la prensa. A diferencia de sus medios predecesores, Internet engloba todo tipo de comunicaciones, o mejor dicho, mediante el tránsito de datos a través de la red se hace posible cualquier tipo de comunicación de forma más fácil, eficiente y económica. En este sentido, Internet y en particular las tecnologías de ancho de banda han propiciado una profunda reestructuración de los medios de comunicación, de las industrias culturales y en sus marcos legales. Muestra de ello, son la infinidad de tentativas con las que la industria musical, la cinematográfica, la del libro o la televisiva, han tratado de abrirse camino y de renacer en el entorno digital. No hay más que recordar casos como el de Napster, un servicio de descarga de archivos musicales basado en el modelo P2P que sucumbe a la lógica de la industria musical y a los vacíos legales que a principio de los dos mil todavía existen en torno la distribución de música online.

El otro aspecto, que sin duda ha perturbado de forma irreversible las formas en las que entendemos la comunicación y la información (y que, de nuevo, pone en duda su función como medio de masas), es la temporalidad hiper-actualizada en la que nos instala Internet y que ningún otro medio de comunicación, excepto el teléfono, ha podido reproducir con anterioridad. Internet, añade a la experiencia (*hiper*)*media* de conectarnos a distintos medios de comunicación la posibilidad de hacerlo “a tiempo real,” donde queramos y cuando queramos. Internet nos ofrece contenidos y servicios en continuidad y en base una disponibilidad total y por eso, a menudo, empaña los límites que separan el ocio del trabajo. Mientras que “hay un tiempo” para ver la televisión, para leer el periódico o para ver una película, no hay un tiempo equivalente

para conectarse a Internet, o al menos, esta temporalidad propia de los medios de comunicación tradicionales no es equivalente en Internet. Visto de otra forma, en Internet todo tiempo es *tiempo de conexión*. De ahí que a menudo se hable de Internet como una realidad virtual, o del ciberespacio para emular la idea de un tiempo que habitamos en la red y que discurre paralelo a la vida que vivimos, como un órgano latente que se mantiene gracias a nuestra actividad frenética. Dicho de otra forma, Internet existe y se mantiene por la acción constante de los usuarios, como si se alimentara de ella. Esta acción constante que parece fortalecer a Internet como medio de medios, nos pone en contacto con algunas preguntas elementales: ¿qué es *realmente* Internet? Y sobre todo, ¿qué puede llegar a ser?

Pero la dificultad primordial que los expertos encuentran a la hora de definir Internet como un medio de masas, es su interactividad. Internet incorpora a la experiencia multimedia el modelo de comunicación descentralizado propio de las tecnologías del medio telefónico, lo que explica que Internet se haya convertido en el nuevo medio de interacción social por excelencia. Por un lado, al igual que ha ocurrido con cualquier otro medio de comunicación, la irrupción de Internet reconfigura nuestros hábitos y rutinas en torno al nuevo medio. La televisión, por ejemplo, supuso una revolución en la vida social moderna en la medida en la que transformó el entorno y las rutinas familiares al introducir una forma de comunicación masiva y espectacular en el hogar. Pero para muchos Internet, y por extensión, los nuevos medios digitales, superan con creces el impacto que ha tenido la televisión sobre las nuestras sociedades en la medida en la que nos permiten traspasar las barreras reales e imaginarias que imponían los medios tradicionales con su modelo comunicativo unidireccional. La esfera inaccesible y casi sagrada que nos hacía contempladores del mundo a través de los medios y que Nick Couldry (2003) ha definido como “las fronteras ritualizadas entre el espacio de cada día y el espacio mediático” (85), se desmorona con Internet.

Mientras que los medios de masas como la televisión o la prensa todavía se encuentran gestionados o bien por los intereses y agendas del estado o bien por intereses privados, Internet nos pone, al otro lado del esquema mediático. Al estar hiper-gestionado por el público, no sólo nos da acceso a fuentes de información alternativas e (infinitamente) variadas, sino que, ante todo, invita a los ciudadanos a ser creadores de información y a crear influencia independientemente de quiénes sean. Si la gran revelación de Internet descansa en su público, podemos concluir que Internet no es un medio de comunicación de masas. En todo caso, le permite a la *masa social*

establecer relaciones comunicativas a nivel global y en virtud de las posibilidades que ofrece la información automatizada. Ser usuario de Internet es ser creador de información en la medida en la que con su sola *presencia* y su *transitar*, el usuario crea datos y metadatos que pueden ser transformados en información. En este sentido, como medio de comunicación, Internet encuentra su fundamento en la producción de ideas y de productos inmateriales que sólo toman sentido a nivel colectivo, pues, como indica José Luis Brea (Brea 2007, 14):

[...] todo el continuo flujo de rebotes y circulaciones —que caracteriza el modo de ser de esta producción permanente puesta en línea y red, continuamente retroalimentada en un sin fin de ecos y reflujos— es el de una producción cada vez más colegiada y distribuida, fruto de un proceso cada vez más comunitario, más colectivo. (14)

Esta forma de visualizar Internet como una acumulación de acciones y reacciones que van dejando rastro, se encuentra en la base de conceptualizaciones como la de Jeff Jarvis (2015), que concibe Internet como un espacio gestionado por los usuarios cuyas acciones dejan una huella que es información o que puede serlo. Para Jarvis, este flujo de información incesante constituye el gran valor de Internet y los *new media* ya que beneficia a un sistema en el que estos flujos se usan para el interés de los usuarios-consumidores-ciudadanos (Jarvis 2015, 15). No obstante si en algo nos distanciamos del optimismo de Jarvis es que dependiendo del uso que se haga de la potencia informativa de estos datos, Internet puede ser una cosa u otra: un medio autogestionado-organizado por la presencia y acción de los usuarios, o un medio de control-espionaje. Las suposiciones de Jarvis, aun posicionándose en el extremo de una visión neoliberalista y utilitarista, son relevantes en la medida en la que hacen que nos planteemos hasta qué punto es o no un medio de comunicación, o una forma de gestión de la presencia y rastro espacio-temporales de los usuarios. Dicho de otra forma, ¿Internet podría sobrevivir sin la información mediática que ofrece?

Con todo, proclamar como han hecho Jarvis y sus colegas periodistas, el fin del monopolio de los medios de comunicación de masas, no puede hacerse sin antes detenerse reflexionar acerca del tipo de experiencia que introduce el protocolo de lectura de Internet. El grado de autonomía, presencia y participación que se le atribuye al usuario en la red, se debe a que Internet cuenta con un lenguaje y unos códigos propios que hacen manejable su complejidad y que le permite a los internautas una

navegación relativamente intuitiva y libre por la información. Como bien indica Alberich, y como han estudiado muchos antes, el laberinto de estructuras y sistemas que componen Internet se hace navegable y como consecuencia, practicable para el usuario a través del hipertexto, que se ha convertido en el método base para la recepción y la producción de contenidos en Internet. La imagen de las ventanas que se abren a nuestro antojo, del camino en el que podemos retroceder y atajar, del *collage*, del “libro blando, poliédrico y navegable” (Rodríguez de las Heras 1991, 90), o de “la página profundizada” (Carr 2011), son algunas de las metáforas con las que a menudo se trata de recrear la lógica de navegación por enlaces de los documentos hipertextuales.

Para algunos teóricos, la lógica del hipertexto se antoja como un *producto* de nuestro tiempo, un lenguaje afin a las formas de pensamiento actuales que da coherencia a la complejidad de los vínculos que se producen a escala global (Campàs 2007, 18). Es más, algunos pensadores han llegado a la conclusión de que éste no es sólo la manera por excelencia en la que estructuramos la información en la actualidad, sino que constituye la base para una dialéctica más rica que pone a los receptores en una posición más creativa y autónoma en el proceso de la comunicación (Rodríguez de las Heras 1991; Abuín 2006; Campàs 2007; Tubella y Aberich 2012). No en vano, las teorías del hipertexto han encontrado los precedentes a esta forma de navegación en la práctica literaria de tipo rupturista así como en toda una tradición artística y literaria que desafía los usos de lectura y de recepción tradicionales. Si bien, podríamos citar a toda una estirpe de autores que desde Duchamp hasta Warhol, pasando por el teatro de Artaud iluminan el afán descentralizador del hipertexto, el fragmento y la falta de secuencialidad (que constituyen la base del lenguaje hipertextual) son figuras clave en los rompecabezas literarios de grupos como O.U.L.I.P.O (Taller de literatura potencial) y ALAMO (Taller de literatura asistida por las matemáticas y los ordenadores), así como en las contribuciones de algunos de sus miembros Georges Perec, Raymond Queneau e Italo Calvino. Sin olvidar la literatura lúdica de Borges y Julio Cortázar en las que los autores invitan al lector a personalizar el orden de lectura y a generar una hoja de ruta personal en función de nuestros deseos, intereses y demandas. En este sentido, aunque sólo recientemente y a raíz del desarrollo de Internet se ha empezado a hablar del hipertexto, lo cierto es que esta forma de lectura puede rastrearse hasta los inicios de la modernidad (Campàs 2007, 18).

Con todo, lo que más nos interesa del hipertexto como una gran *enciclopedia interactiva* (tal y como la imagina Theodor Holm Nelson) que se construye de múltiples lecturas que nunca ocurren de forma idéntica, es que nos pone ante la idea de que todo texto, toda obra, tiene una naturaleza colectiva. El texto no sólo implica una condición de interpretación y lectura, sino que exige un *trabajo comunicativo de construcción* en el que participan todos los potenciales y futuros intérpretes que se sientan interpelados por este. Al igual que ocurre cuando escribimos, en Internet, la palabra, la imagen o el vídeo, son depositados en el vacío con la única esperanza de ser pronunciados, leídos, comentados y de hacerse diálogo. Precisamente, sobre esta expectativa de “ser contestado” germinan toda una serie de géneros de los nuevos medios digitales: el blog, el *video sharing* o las redes sociales no son sino un reclamo que la persona hace a una multitud en principio desconocida y abrumadora. En este sentido, no podemos ignorar que la hermenéutica y su atención a los procesos de recepción activos, sea un campo especialmente importante para interpretar y comprender el tipo de socialidad que se establece en Internet. De alguna manera, la escritura siempre ha cumplido el papel de expresar una necesidad de interpelación, en muchos casos, llegando incluso a salvar la frustración de no poder comunicarse con los otros. Los blogs, por ejemplo, llegan a cumplir esta función para muchos usuarios, que expresan mediante la puesta en escena de su intimidad ese anhelo de comunicación.<sup>37</sup>

Si ya de por sí el texto es conversación, es tener presente al otro, el texto en Internet está sometido a una total accesibilidad que parece abrirlo a una exterioridad ilimitada. Este acceso ilimitado a lo que ha sido escrito y colgado en Internet, tiene una consecuencia lógica nada desdeñable y es que cualquiera que tenga conocimientos básicos de informática y navegación puede leer ese texto, le interese o no, y es más, puede opinar sobre él participando de la experiencia de su autor; generando debate. Y es que en Internet, los productos y los servicios online, sólo tienen valor en cuanto que pueden ser re-creados y transformados por el conjunto de usuarios que reaccionan a los contenidos y continúan la conversación abierta por otros.

---

<sup>37</sup> Vienen al caso las cartas de Cicerón, que como expresión del desarraigo que siente hacia sus coetáneos escribe para una multitud ficticia, futura. No en vano, la escritura epistolar se desarrolla a lo largo de la historia, también como una forma de salvar la falta de comunicación o la imposibilidad de diálogo.

### 3.3 Sociedad y nuevos medios. El paradigma de la colectividad

Puesto que en los nuevos entornos digitales el discurso adquiere sentido en tanto que es enunciado desde múltiples frentes, podemos confirmar que el tipo de sujeto que emerge con Internet y con la Web 2.0, es un sujeto que toma conciencia y se hace en lo colectivo. A menudo se menciona a la colectividad, como el “hermano político” de lo social, y desde que Internet gestiona nuestra forma de comunicarnos y de asociarnos, la colectividad se ha impuesto como uno de los valores en alza y con mayor reputación en nuestras sociedades. Hasta aquí, hemos visto que lo colectivo se encuentra en la base del hipertexto y de los lenguajes abiertos que animan a los usuarios a afrontar la navegación como una construcción, pero ¿qué cualidades tiene la colectividad en Internet y hasta qué punto el quehacer colectivo, define la forma de ser del “sujeto online”?

Lo colectivo, ya era un concepto de fuerza mucho antes de que Internet y las comunidades virtuales entraran a formar parte de nuestras vidas. Si hay algo que define la colectividad por excelencia, es como indica Manuel Delgado, una forma de agrupación social bajo la que se reúnen y conviven con cierta armonía innumerables identidades, perspectivas y diferencias de posición. Esta cualidad que tiene lo colectivo de “aglutinar” lo diferente bajo las mismas condiciones, es uno de los aspectos que diferencian esencialmente la *colectividad* de la *comunidad* como formas recurrentes de asociación y vida en común. Así, de acuerdo con Manuel Delgado (2008), mientras que “la comunidad se funda en la comunión; la colectividad en cambio se organiza a partir de la comunicación” (6). Esto implica que nuestras creencias, nuestras formas de comulgar o nuestra orientación sexual, no supondrán en principio ninguna traba para formar parte de la colectividad. Es más, uno de los valores democráticos indiscutibles que permiten funcionar este tipo de existencia en común es la tolerancia.

Si trasladamos esta premisa a los entornos digitales, las webs basadas en contenidos generados por los propios usuarios, las plataformas de *videosharing*, los wikis o los blogs, pueden contemplarse hoy como el paradigma de una tecnología que favorece a la producción interminable e indeterminada de lo social. O al menos, como una forma de entender lo social en la que lo importante no es una manera de convivir sino de cooperar y de “poner en común” sin renunciar a nuestra identidad. Precisamente sobre esta premisa de poner en común, Pierre Lévy (1997) basa su idea de la web como el producto último y más perfeccionado de la *inteligencia colectiva*.

Una inteligencia en ciernes que espera a ser compartida y que se ve favorecida por la escasez de barreras que los nuevos medios le imponen al usuario. En su lugar, Lévy visualiza la Web como un espacio de conocimiento que se hace y que crece al ritmo que los ciudadanos descubren el potencial constructivo y colectivo de las nuevas tecnologías de la información. No debería interpretarse como casual que el propio fundador de Wikipedia, Jimmy Wales, describa su creación como “una librería o un parque público. Un lugar al que ir a pensar, a aprender, a compartir nuestro conocimiento con otros.”<sup>38</sup> Esta visualización, o puesta en imagen de Internet como espacio público, como “plaza pública” que sin exigir una vinculación emocional se habita y se hace en función de los intereses comunes, está teniendo un impacto evidente en las formas de pensar en lo colectivo en la actualidad. Sin ir más lejos, una de las convicciones que circulan y que se dejan leer en los debates teóricos es que Internet, está contribuyendo a articular nuevas condiciones de “publicidad.”

Tal y como hemos apuntado, siguiendo de cerca las reflexiones de Manuel Delgado, la colectividad ha acumulado en nuestra época y desde la modernidad un significado más bien pragmático en la medida en la que designa un tipo de organicidad social basada en una cohesión por consenso. Dicho de otra manera, la colectividad sería el modelo ejemplar que adquiere lo social en las ciudades modernas, donde las personas convivimos a duras penas por conveniencia, aceptando y tolerando las diferencias importantes en base a la existencia de un espacio privado en el que no entramos y del que no nos hacemos responsables. Explica Delgado (2008): “La idea del espacio público tal y como se aplica en la actualidad, quiere decir esfera de convivencia pacífica y armoniosa de lo heterogéneo de la sociedad, marco en el que se supone que se conforma y se confirma la posibilidad de estar juntos sin que, como escribe Hannah Arendt, caigamos ‘unos sobre otros’” (8).

Pero además, la colectividad es la base para que exista la libertad de opinión y de intervención política. Es decir, es la forma orgánica, la agrupación social sobre la que toma sentido el espacio público concebido por Jünger Habermas: el único espacio

---

<sup>38</sup> Mi traducción de la cita extraída de la carta de Jimmy Wales a los usuarios para solicitar donaciones a Wikipedia: Wikimedia Foundation. “From Wikipedia Founder Jimmy Wales.” Accedido 16 de junio, 2015.

[https://donate.wikimedia.org/w/index.php?title=Special:FundraiserLandingPage&country=ES&uselang=en&utm\\_medium=spontaneous&utm\\_source=fr-redirect&utm\\_campaign=spontaneous&rdfrom=%2F%2Fwikimediafoundation.org%2Fw%2Findex.php%3Ftitle%3DDonaciones%26redirect%3Dno](https://donate.wikimedia.org/w/index.php?title=Special:FundraiserLandingPage&country=ES&uselang=en&utm_medium=spontaneous&utm_source=fr-redirect&utm_campaign=spontaneous&rdfrom=%2F%2Fwikimediafoundation.org%2Fw%2Findex.php%3Ftitle%3DDonaciones%26redirect%3Dno).



donde la sociedad se encuentra capacitada y con los recursos necesarios para generar el cambio. Hasta hace poco, la ciudad había sido el espacio habitable por todos, en el que los miembros de la sociedad disponían de los medios y los recursos para asociarse y para actuar al mismo título y en igualdad de condiciones. Si bien, la ciudad sigue siendo el espacio físico en el que ejercer la ciudadanía, a las nuevas tecnologías se les viene reconociendo un papel si cabe más trascendente en la defensa y sostenimiento de la democracia. Internet ya no es exclusivamente un medio que hace la vida más fácil a aquéllos que pueden disfrutar de su acceso, sino que es el lugar estratégico desde el que ejercer resistencia respecto al poder, en el que ensayar fórmulas de asociación que defiendan los intereses comunes, y que limiten las responsabilidades de los gobiernos y de la autoridad. En pocas palabras: Internet se ha convertido en la red desterritorializada de conexión por excelencia desde la que ejercer la utopía de la *verdadera democracia*.

La consecuencia, es que la identidad del internauta, del usuario que navegaba y que intervenía en los juegos de la comunicación online, se ha hecho mucho más compleja. En gran medida lo que promueven las “nuevas formas de colectividad” o las nuevas colectividades que toman forma en la red, es precisamente una asimilación de la identidad del *ciudadano* como sujeto participativo por excelencia, a la identidad del *usuario*, que ve reforzada su capacidad de intervención en los nuevos medios. Es más, parece que una de las cosas que ratifican que hoy en día el lugar del ciudadano en la sociedad y su papel en lo común, es precisamente su capacidad de intervención online. Ciertamente, las ideas de ciudadanía y de colectividad, como posiciones de fuerza política, se están viendo fortalecidas en el espacio desterritorializado y aparentemente “ajerarquizado” de Internet. Un buen ejemplo de esto es la expansión que el llamado tercer sector o sector social, está teniendo con los nuevos *medios*.

No es extraño, por tanto, que los estados recurran cada vez más a los nuevos medios digitales para gestionar la participación ciudadana. Es más, hoy en día, la gobernabilidad reluce más igualitaria y democrática bajo el resplandor de los nuevos medios digitales. Actualmente somos testigos de la emergencia de nuevos conceptos que destacan las oportunidades que Internet nos ofrece como herramienta que garantiza altos niveles de participación y de transparencia: la democracia electrónica o *e-democracy*, el *open-source government*, el *citizen media* y las llamadas ciudades inteligentes o *smart cities*, son apenas algunos de los fenómenos-conceptos, que buscan publicitar y en cierto modo hacer marketing de la idea de que las nuevas

tecnologías, en las manos adecuadas, nos otorgan una posición privilegiada en nuestra mediación con los estados y con las autoridades locales. Un ejemplo muy al día del uso que los estados están haciendo de las nuevas tecnologías como herramientas cívicas es la implantación de portales web que ofrecen servicios al ciudadano y que buscan implicarlo en el desarrollo de proyectos en sus localidades y en otros asuntos que conciernen a sus habitantes. Viene al caso la invitación reciente que el Ayuntamiento de Madrid ha extendido a los madrileños para que dejen comentarios y expresen sus preferencias sobre el proceso de remodelación de la Plaza de España.<sup>39</sup> El caso es que el uso por parte de las autoridades de las nuevas tecnologías de la información está generando un convencimiento de que los nuevos medios, cuando son usados para conectar con la sociedad civil, traen consigo una *garantía de democraticidad*.

Dicho esto, parece lógico afirmar que lo que se está transformando con la migración las acciones y los procesos políticos al ciberespacio es la noción misma de la democracia. No me refiero solo a la idea de responsabilidad, a los compromisos y obligaciones que conlleva ser ciudadano, sino también a la ciudadanía como forma de participación (en condiciones de equidad) en la comunidad política. Parece difícil negar que en las ciudades los derechos universales se desvirtúan y se vulneran al toparse con las desigualdades impuestas por las diferencias de clase, el acceso a la educación, la corrupción o los procesos de privatización. En su lugar, Internet, instala a los participantes en un espacio de “simetría total” en el que parecen —sólo parecen— superarse las condiciones de insolidaridad que empañan el espacio público. Claro que, si lo que le pedimos a este espacio de equidades es el diálogo en igualdad de condiciones, parece justo que midamos el papel de Internet como medio democrático según otro tipo de condiciones. Como muy bien expresa Victoria Camps (1993):

Dado que el discurso político —y *ético*— trata siempre de cuestiones *opinables*, de puntos de vista cuya validez no es objetiva, el diálogo justo no podrá medirse sólo por el criterio de simetría, sino también por la dosis de buena disposición, de voluntariedad, de deseo de cooperación y no entorpecimiento. (41)

---

<sup>39</sup> Véase la web Decide Madrid. “Remodelación de Plaza de España.”  
[https://decide.madrid.es/processes\\_plaza\\_espana](https://decide.madrid.es/processes_plaza_espana).

En Internet somos, por decir así, “ciudadanos del mundo” en un escenario que José Luis Brea define en contraste con el lugar físico y singular, como “espacio alisado,” como “topología del encuentro, de la circulación, del flujo inobstruido de la información, la mercancía, el conocimiento o los afectos, como espacio, disposición y máquina de los flujos incortados” (Brea 2007, 28). No obstante, y aunque para muchos la predisposición a la comunicación que instaura Internet lo hace un espacio de solidaridad por excelencia, no hay que olvidar que en la web este principio de equidad se encuentra ciertamente falseado por el hecho de que la *imagen* es la condición primera con la que se asumimos la identidad en la red.

Por otra parte, en este espacio sin cualidades, la escisión no está marcada por clases económicas, por la procedencia, el género, la edad, o por cuestiones de etnia y religión, sino por la posibilidad y la capacidad de acceso a la redes. En este sentido, la brecha digital se convierte en el mazazo que las sociedades contemporánea avanzadas y los sectores privilegiados, le dan a los sectores últimos de la sociedad. La gran paradoja es que la falta de acceso a Internet y a dispositivos informáticos se ha convertido en uno de los principales motivos de exclusión en nuestras “sociedades de la comunicación.” Por otro lado, conviene no olvidar que a pesar de que en Internet, el pluralismo social se encuentra enriquecido por la infinidad de identidades que encuentran representación en la red, lo cierto es que, como ocurre a pie de calle, no todas las “comunidades virtuales” representan los intereses de todos los miembros de la sociedad. Ni que decir tiene que todo esto abre nuevos caminos para la problematización del sujeto de los nuevos medios. Entre ellos, las nuevas tramas de vigilancia global y otras formas de vulneración de la privacidad están cobrando protagonismo en los debates públicos por poner en peligro —como la pesadilla orwelliana del Gran Hermano— la noción misma de integridad que acompaña al derecho universal de ciudadanía. Aquél que debiera ser espacio para la equidad, se convierte en el elemento disfuncional de la democracia, en escenario de permanentes abusos en aras de la vigilancia y la circulación de información.

La confluencia de todos estos puntos de vista en los procesos de comunicación y de la relación entre tecnología y sociedad, ha dado lugar en el mundo académico a una búsqueda de terminologías que desde diferentes posiciones, buscan asimilar estas transformaciones y desarrollar modelos que logren explicar los impactos de los nuevos media sobre la sociedad, la economía y la política. En línea con estos intereses, estamos presenciando la emergencia de estudios que en el marco de diferentes

disciplinas (psicología social, ciencia política, geografía, filosofía política, teoría del derecho), están dando una importancia sin igual al papel que los nuevos medios y la digitalización tienen sobre las estructuras democráticas y las relaciones del ciudadano con el poder. Muchos de estos trabajos, reflexionan desde diferentes posturas ideológicas, sobre el uso de las nuevas tecnologías como herramientas de resistencia ciudadana y sobre el papel que fenómenos como la cultura *hacker* tienen sobre las distintas formas de organización social. En este contexto, a menudo se arguye que las redes sociales como Twitter o Facebook se han convertido en herramientas organizativas esenciales en sociedades en conflicto hasta el punto de estar cambiando la forma de observar el ejercicio del poder político, de la revolución y de la guerra en el marco de regímenes dictatoriales. En este campo, son principal objeto de interés eventos de nuestra historia reciente como la Primavera Árabe, surgidos alrededor de toda una serie de tácticas de apropiación y de circulación de la información por parte de diferentes agentes sociales (disidentes, líderes antisistema, periodistas y ciudadanos de a pie). En España esta línea de estudio ha sido asumida por autores y activistas conectados a la Nueva Izquierda, como Olga Rodríguez (2012).

### 3.4 El entorno cultural de los nuevos medios: las “culturas participativas”

La capacidad de asociación y de apropiación del discurso político que se le presupone al ciudadano a raíz de los cambios tecnológicos, se encuentra en la base de un modelo de análisis cultural que proclama que estos cambios, están transformando profundamente nuestra condición de espectadores y de consumidores. Esta realidad ha dado lugar a modelos teóricos que desde el ámbito de los estudios culturales, parten de la idea de que se está produciendo una redefinición de lo que venimos llamando “audiencia” que se asimila cada vez más a la idea de población, de ciudadano o de habitante con capacidad de intervención política. Pero si hay un modelo de análisis del consumidor-espectador que haya marcado el camino en los últimos años, es el del consumidor activo de Henry Jenkins (2013, 2008, 2006) punto de referencia casi obligado a la hora de hablar de las audiencias en el marco de los estudios culturales y de los estudios de los medios de comunicación. Para Jenkins, la verdadera revolución que le podemos atribuir a la era de los nuevos medios no reside tanto en el proceso de integración de los *media*, como en las formas en las que los sujetos están aprovechando estas circunstancias para asociarse en foros de interpretación y de producción desde los

que intervenir seriamente en la producción de cultura a escala global, un fenómeno al que denomina *cultura de la convergencia* (2008). Este proceso de integración de intereses culturales a raíz de los cambios tecnológicos, nos ha conducido a lo que Jenkins describe como un proceso de convergencia de la cultura, impulsada por un nuevo género de audiencia que transita cómodamente por los medios, se muestra transgresora en sus formas de consumo y es capaz de tomar las riendas del mercado. Esta capacidad de intervención con la que se descubre el sujeto de la convergencia, le convierte en una fuente de energía creativa para las industrias que no deberían sino favorecer estos “campos de participación.”

Quizás por esta razón, hoy la producción cultural se ha especializado en ofrecer experiencias participativas en los que el público tiene la sensación de que el contenido o la experiencia de la que disfruta es el producto de una puesta en común. En otras palabras, el consumo cultural ya no sólo consiste en ser espectador. Ni siquiera consiste en ser productor de contenidos culturales o de significados en torno a productos de la cultura popular como ocurre, por ejemplo, en la ficción de fans o con el fenómeno de los *vloggers*. Más bien, la actual experiencia del consumidor de audiovisual, consiste en ver y escuchar, y en saber comunicar lo que se ve y lo que se escucha. De aquí que nuestra experiencia como espectadores y como oyentes se encuentre mediada por toda una serie de aplicaciones y de software que enfatizan y amplifican la experiencia social del audiovisual, como ocurre con plataformas como Spotify, Youtube, o Netflix.

Jenkins (2008) concluye que vivimos en el pleno apogeo de una “cultura participativa” en la que “la creación colectiva de significados dentro de la cultura popular está empezando a cambiar modos de operar de la religión, la educación, el derecho, la política, la publicidad e incluso e mundo militar” (15). Sobre esta, tendremos que progresar en las siguientes páginas ya que la cultura colaborativa de la que está siendo campo de pruebas Internet, resuena de manera especial en la experiencia participativa de la que también son productores los festivales de cine. Ahora bien, ¿quién es para Jenkins el tipo de ente público o de ciudadano que está llevando a cabo esta revolución? Los *bloggers*, los *gamers*, el *amateur*, el *spoiler*, el *textual poacher* o el pirata televisivo, serían algunas de las identidades surgidas de este ecosistema comunicativo que Jenkins usa para ilustrar su modelo particular sobre las audiencias activas.

Para Jenkins (2008), el motor de las culturas participativas son los fans. Estos ávidos consumidores, que se caracterizan tanto por su conocimiento profundo de los contenidos de la cultura popular televisiva como por su dominio de los medios digitales, no se conforman con visionar, escribir o jugar sino que se enredan en los textos a un nivel social, se apropian de sus significados y en muchos casos reelaboran colectivamente los productos para adaptarlos a sus puntos de vista, sus gustos y fantasías. El reciclaje, la parodia o el homenaje, como base estética de muchos trabajos *amateur* que circulan en la red son para Jenkins acciones que definen el tipo de estrategias con las que los fans interactúan con las industrias culturales y con los creadores de sus objetos de devoción, desde series de televisión de culto y sagas literarias hasta franquicias cinematográficas como *The Matrix*, una saga cuyas características narrativas la convierten en un emblema del cine culto transmedial en la era de la convergencia (103).

En su análisis de las rutinas transformadoras a las que se dedican los fans, Jenkins se sirve en gran medida del trabajo sembrado por el sociólogo francés Michael de Certeau (2010), que observa la cultura popular como un entramado de prácticas de interpretación y deconstrucción con las que las audiencias se apropian de manera silenciosa de los textos y los significados producidos a gran escala por los medios de comunicación de masas. Ante todo, para Certeau, *lo popular* se corresponde con la forma histórica por la que el dominado ha sido capaz de hacer de la cultura impuesta e impostada algo *propio, diferente* y afín a los intereses y las necesidades de la comunidad. Así, Jenkins (2006) toma de Certeau la idea del *poaching cultural* para referirse a las tácticas de reciclaje que las audiencias usan para apropiarse de los contenidos culturales y con las que logran evadir el control que las industrias culturales tratan de ejercer sobre ellas (39).

Ni que decir tiene, que esta perspectiva ha sido puesta en entredicho desde la propia teoría crítica por distintos autores y por el propio Jenkins, que consideran que este supuesto empoderamiento de la audiencia pierde toda su sutileza política y su potencial alternativo en el momento en el que la industria se apropia de estos imaginarios y termina por integrarlos en el ámbito de la producción masiva y, por tanto, en los procesos de control ideológico. Sobre todo, si tenemos en cuenta que los propios procesos de devoción que se producen en el centro de la industria son tratados con cada vez mayor frecuencia por las propias audiencias como *cultos*. Por ejemplo, Matt Hills (2002) llama la atención sobre el hecho de que la supuesta figura resistente

del fan se encuentre cada vez más imbricada en los procesos propios del marketing televisivo y de la publicidad (36). Un buen ejemplo de esto es el *spot* que el canal de televisión de fantasía y ciencia ficción Scyfy hizo en España para anunciar la reposición de la serie de culto *Buffy Cazavampiros* para 2016, y para el que se reclutaron a fans españoles de la serie.

Puede decirse que la idea de *participación* que maneja Jenkins —y otros estudiosos de los fans como Mark Duffett (2013) o John Tulloch (1995)—, se encuentra en cierta medida limitada tanto por el tipo de actividad cultural con la que se media (díganse productos de la cultura masiva), como por el tipo de caracterización cultural del sujeto a quien se le atribuye, en este caso, el *fan*. Si Michel de Certeau propone una teoría de la cultura que abarca al conjunto de audiencias, a Jenkins, se le puede atribuir el haber trasladado la discusión de lo popular y lo masivo al universo de los *fans*. En este sentido, parece pertinente reconocer que los ejemplos que Jenkins usa para definir al sujeto de la convergencia, excluyen toda una serie de formas de participación cultural que no tienen necesariamente como objeto una actitud resistente o subversiva respecto a las industrias culturales. En este sentido, la teorías de Jenkins han generado todo tipo de debates, contribuyendo al desarrollo de una disciplina que hoy se expande bajo el nombre de los estudios de fans en el mundo anglosajón.

Matt Hills, reconocido fan-académico (*acafan*) e impulsor de los estudios de fans en el Reino Unido, se distancia sustancialmente del concepto de “audiencia productora” de Jenkins (2006). En concreto, Hills, no acepta la clásica distinción que en los estudios culturales se hace entre el *consumidor* y el *productor* como dos identidades culturales que representan conciencias e ideologías radicalmente diferentes. De acuerdo con Hills, algunos académicos como Jenkins han contribuido a difundir una imagen del *buen fan* que se opone a la identidad del *consumidor*, un sujeto al que a menudo se le asume una condición pasiva y prácticamente sumisa respecto a la industria. Según Hills este tipo de posturas aíslan conceptualmente y dejan fuera a esas audiencias que no usan sus objetos de devoción como excusa para producir trabajos (ficciones de fans, películas, manualidades), así como a aquéllas que no usan su *fandom* para socializarse con otros fans. Para Hills (2002), el problema principal reside en el hecho de que incluso aquéllos que, como John Fiske (1987), asumen que tener devoción por un texto y hablar de él conlleva ya un cierto nivel de producción, contribuyen a que se siga aceptando esta división entre el fan auténtico y el fan inauténtico en favor de una devaluación de la identidad del *consumidor* (30). Para Hills

estas dos posturas dominantes en el estudio de audiencias, yerran en contemplar al espectador como un sujeto sin fracturas, que se manifiesta o bien como sujeto pasivo y sumiso, o bien progresista, activo y autoconsciente.

Si Matt Hills rehúsa las definiciones “totalizantes” a la hora de describir la experiencia del espectador, bien es cierto que él mismo representa una parte de los estudios de audiencias que se ve limitada por las posturas ideológicas de sus investigadores, que a menudo valoran cualquier forma de consumo afectivo que se enuncie desde cierta conciencia de “margen,” por encima de otras formas de consumo y de identidades culturales. Desde diferentes disciplinas —que van de la psicología social, el psicoanálisis, la antropología a la etnografía—, estos estudios se dedican a observar las conductas de los fans y a explorar las razones (psicológicas, sociales, culturales, económicas) que se encuentran detrás de los fenómenos fanáticos de la cultura popular en todas sus facetas y productos: desde productos televisivos como *Sherlock*, *Doctor Who* y *Supernatural* hasta el fenómeno fan de musicales, películas, *celebrities*, series de animación, géneros e incluso personajes de ficción. En gran medida, los estudios de fans se yerguen sobre una postura ideológica que reivindica la apreciación académica de productos mediáticos y de audiencias que hasta hace bien poco habían sido objeto del desdén académico. Distintos académicos, entre ellos Cristina Pujol (2011) coinciden en que la pulsión obsesiva e irracional que los fans exhiben hacia sus objetos de devoción, los ha desplazado como objetos de estudio por considerarse faltos de interés intelectual.

El análisis de los fans ha estado siempre cargado de prejuicios. El significado estereotipado del fan se ha relacionado históricamente con una patología de comportamiento generalmente asociada a individuos sin personalidad, antisociales, incluso psicópatas violentos que utilizan determinadas películas, series o actores como objetivo para dar rienda suelta a sus fantasías frustradas. (90)

Este “complejo cultural” que describe Pujol, está avalando la expansión de metodologías como la *autoetnografía* en los estudios de audiencias así como y el uso de la experiencia personal como fuente y recurso de valor para el análisis de fenómenos culturales. Así, por ejemplo, en el marco de los estudios de fans, es común que la afección personal y fanática por ciertos productos culturales sea lo que detone el comienzo de una investigación académica. No es baladí que en este contexto muchos académicos se reconozcan a la vez fans de sus objetos de estudio, una tendencia que



empieza a ser casi condición obligada para iniciar una carrera en este sector de la academia.<sup>40</sup> Esta reivindicación de la figura del *aca-fan* como posición ideal desde la que iniciar una investigación, viene a proponer la posibilidad de que en el estudio académico intervengan elementos de “placer” que a menudo vienen asociados a la irracionalidad y como consecuencia, a la falta de rigor.

Por otra parte, hay que puntualizar que los trabajos de Jenkins y en general, los estudios de fans, han contribuido a establecer la idea de que la disposición activa de algunos sectores de las audiencias y su tendencia a asociarse en torno a afecciones comunes no es en absoluto nueva, sino que empieza a ser llamativa mucho antes de que Internet se convierta en la herramienta de visualización y socialización por excelencia (Jenkins 2002). En este sentido, merece mención el trabajo de John Fiske en torno a las estrategias de apropiación de las tramas televisivas por parte de las audiencias de televisión. En su texto *Television Culture* (1987), Fiske sostiene la teoría de que una parte sustancial de las audiencias de televisión lejos de estar controladas y manipuladas por un visionado pasivo, reaccionan a lo que ven elaborando sus propios esquemas interpretativos que después reelaboran y comentan con otros miembros de la audiencia. Así en el propio hecho de escoger lo que ven y de emitir juicios respecto a lo que ven, las audiencias de televisión norteamericanas de finales de los años ochenta, le sirven a Fiske como modelo inaugural del espectador activo. Aunque los estudios de fans y las teorías en torno a las culturas participativas han despegado coincidiendo con la expansión de los nuevos medios y de un nuevo paisaje mediático, lo cierto es que, como ha expresado Jenkins (2002), “las comunidades de fans, durante largo tiempo han definido su pertenencia a una comunidad en función de afinidades, y no tanto en función de su localización. Los ‘fandoms’ eran comunidades virtuales, comunidades ‘imaginadas’ y ‘de imaginación’, mucho antes de la introducción de Internet” (158).

Con todo, en el nuevo paisaje mediático y ante el apogeo de teorías que confirman que vivimos una era participativa sin precedentes, las cuestiones planteadas arriba siguen abriendo interrogantes en torno a la noción misma de la participación. ¿Quiénes pueden participar y qué acciones se consideran participativas? ¿Hay identidades (como los fans) más participativas que otras? ¿Acaso la verdadera participación debe emerger de prácticas contraculturales y de resistencia? ¿Nos hacen

---

<sup>40</sup> Sobre *fandom* y autoetnografía, véanse los trabajos de Bethan Jones (2014) y Jeanette Monaco (2010).

los nuevos medios sujetos más comprometidos, más participativos? De lo enunciado hasta aquí, deducimos que la idea de la participación sigue estando sujeta a una serie de condiciones que no tienen tanto que ver con los principios éticos de solidaridad y justicia propios de la participación en democracia, como con el *medio* desde que se modula la comunicación, o con la posición social, política y cultural desde la que se afronta tal participación.

Por otra parte, a pesar de que estas teorías culturalistas en torno a los fans y a los nuevos medios han contribuido a superar la concepción clásica de las audiencias como masa o como público masivo que se dedica a consumir productos de forma pasiva, bien es cierto que “la sombra de las multitudes” y del espectador acrítico todavía pesa en las más recientes concepciones de la audiencia que manejan los estudios mediáticos. Sobre todo, porque se sigue hablando de audiencias cuantificables y calificables por edades, perfiles sociales, géneros, gustos o nivel de participación, cuando en realidad, hace tiempo que los regímenes, contextos e incluso identidades asociadas a la recepción de audiovisual escapan a este tipo de clasificaciones. De igual forma que no podemos llegar a conclusiones monolíticas acerca de las maneras en las que las personas usan los nuevos medios digitales, tampoco podemos asumir que el espectador sea un sujeto sin matices que responde a las expectativas marcadas tanto por el mercado o por los esquemas propios de las culturas del cine. Así, por ejemplo, nos equivocaremos si asumimos que determinadas audiencias, como los fans del cine de terror y fantástico, sólo consumen este tipo de cine o asisten exclusivamente a muestras y convenciones con esta temática, ya que, como de forma muy pertinente comenta Cristina Pujol (2011), por mucho que insistamos en clasificar ciertos gustos en unas culturas o subculturas concretas “*ningún espectador es siempre un solo tipo de espectador*” (89).

Con el fin de establecer un modelo de análisis teórico capaz de integrar los elementos y circunstancias que forman parte de la experiencia caleidoscópica de ser espectador en la era digital, a continuación, vamos a describir algunas de las experiencias que conjugan la cotidianeidad del consumidor de audiovisual. En concreto, vamos a centrarnos en esas formas participativas emergentes que están inundando la forma en la que las audiencias ven y entienden el cine, y que en última instancia están transformando la industria y las producciones. Pensar en cómo los nuevos protocolos online y las llamadas culturas participativas están cambiando nuestra relación con el cine es un requisito para poder especificar quiénes son las

audiencias que asisten a los festivales. Dicho esto, conviene no olvidar que, como se ha puntualizado en múltiples ocasiones, tanto las actuales *formas de ver* como de socializarse en torno al cine no responden a un régimen de visión/cultural completamente nuevo, sino que son el resultado de una serie de formas de visualidad que se han ido sedimentando a lo largo de la historia de la *imagen* y que han dado lugar a nuestra cultura visual actual. Al fin y al cabo, por mucho que hayan cambiado las condiciones de recepción y las tecnologías que median entre nosotros y las imágenes, ser espectador, sigue siendo una de nuestras formas favoritas de existencia en común.

### 3.5 Rutinas de consumo en la era *cross-media*

La primera dificultad con la que nos encontramos a la hora de hablar de la relación del sujeto contemporáneo con el cine es la inestabilidad, deslocalización, desregulación y fragmentación social que presenta el mapa de su consumo. Describir la experiencia del consumidor de cine es inabarcable no sólo porque se encuentra dispersa en los hábitos y usos privados de los consumidores, sino especialmente porque bien entrada la era de la digitalización y con la normalización de las nuevas tecnologías de la comunicación, la circulación, promoción y exhibición del cine se encuentran a la espera constante de un marco regulatorio que dé respuesta a los nuevos protocolos de consumo. En concreto, la confusión que recae sobre la regulación electrónica del cine forma parte de la indefinición en la que se encuentra el propio ámbito del audiovisual bajo cuyo paraguas se mezclan una variedad de medios (cine, televisión, videojuegos, videoarte), de formas de comercio (online, multimedia, DVD), de servicios (multiplataforma, bases de datos de películas y series, plataformas de descarga, plataformas de *videosharing*, etc.), y si cabe, de identidades culturales (*bloggers*, *spoilers*, *gamers*, *youtubers*, *booktubers*, cibercorresponsales, etc.). Internet, podríamos decir, trae al panorama audiovisual una complejidad sin precedentes que pone en cuestión tanto los marcos de referencia que hasta hace bien poco habían definido tanto los espacios de consumo de cine (el hogar y el espacio público), como los marcos legales que antes de la digitalización regulaban la circulación de creaciones audiovisuales.

En el caso de España, la velocidad con la que los internautas han ido adoptando formas de consumo online no ha sido correspondida con un marco legal que permitiera fomentar el desarrollo de políticas culturales adaptadas a la digitalización. La normalización de Internet como medio de consumo y de comunicación, se ha visto

frenada por un fuerte proteccionismo hacia la propiedad intelectual, que se ha materializado en un grupo de medidas y regulaciones que han chocado de lleno con la opinión pública. El caso concreto de la ley Sinde (aprobada en 2011 bajo el marco de la Ley de Economía Sostenible), que limitaba el acceso a las webs y como consecuencia, impactaba de forma directa en el consumo online de cine, puso de manifiesto la resistencia del Estado español a favorecer el proceso de migración digital de los productos de la industria cultural como la música o el cine. Este desfase entre los nuevos hábitos de consumo y su legislación a nivel estatal, ha retrasado de forma considerable la llegada de plataformas y de nuevos modelos de acceso a contenidos (como el sistema de suscripción) que estuvieran a la altura de la demanda de los consumidores. La polémica en torno a la ley Sinde y la oleada de seguidores y detractores que se manifestaron tras su aprobación, es un buen ejemplo del tipo de conflictos que surgen en el seno de las agendas políticas cuando estas se enfrentan a la actividad de los internautas y al dominio, relativamente nuevo, que estos tienen sobre los contenidos digitales: la creación, la co-autoría la apropiación de imágenes, e incluso el anonimato como forma de reivindicación, son tan solo unos pocos ejemplos de cómo nos hemos habituado a manipular y controlar los flujos de información. Las tensiones con las que en España se ha afrontado esta cuestión en el marco legislativo sólo ilustra una parte del debate surgido en torno a la implantación del modelo digital.

La otra parte que nos interesa, es la que se refiere a la cinefilia y al espectador actual. ¿Cómo se ha transformado la experiencia del cine y a su deriva social a la luz de los nuevos medios? Cualquier película y cualquier experiencia cinematográfica comienza con una pantalla. Sin embargo, hace tiempo que las pantallas dejaron de pertenecerle en exclusiva al cine. No sólo nos hemos habituado a poseer y a hacer uso de pantallas en nuestra vida cotidiana, sino que cada vez nos sentimos más atraídos por ellas y cada vez pasamos más tiempo inmersos en su plenitud. Pero la pantalla no siempre ha formado parte de la experiencia del cine. Es más, en las primeras exposiciones públicas del cinematógrafo, lo importante no era la pantalla, sino la imagen. Vicente Benet (2004) narra cómo a principios del siglo XX cuando la imagen cinematográfica empezó a ser motivo de proyecciones colectivas en salas y teatros, la pantalla se intentaba silenciar y ocultar a los ojos y a la conciencia del espectador (35). Con este objetivo, un telón se descorría en el momento exacto en el que se iniciaba la proyección de manera que la imagen emergía del vacío, como una revelación para el

espectador que, desperezado en el refugio oscuro de su butaca, salía de la caverna platónica.

Hoy, la experiencia del cine comienza no por una, sino por múltiples pantallas que llenan nuestro espacio de actividad día y noche. En el mundo de la comunicación virtual, es el propio usuario quien tiene control de sus pantallas. Tanto, que la necesidad de dominar a nuestro antojo la imagen desde nuestros terminales parece superar el placer que produce el elemento hipnótico e inmersivo que en un principio cumplían las pantallas. La pantalla (plana, LED, de plasma, HD, de nuestros móviles, ordenadores tabletas y televisores), se ha convertido en un *elemento fetiche de la imagen*. Al mismo tiempo y paradójicamente, la experiencia del cine nunca se ha parecido tanto a la del espectador primigenio, oculto en la caverna. Aunque no dejamos de mirar pantallas, hemos dejado de ser plenamente conscientes de ellas ya que en último término, el objetivo de una pantalla es ser invisibles. De hecho, las pantallas están empezando a desaparecer a nuestro alrededor y a transformarse en imágenes que llenan nuestras manos y nuestros ojos. No es baladí que Apple trabaje desde hace décadas en su último y más importante proyecto, el de ser la expresión definitiva de nuestra cultura: la imagen portátil, un dispositivo que se haga imagen, que sea imagen. Por qué no decir que a la vez que las pantallas se reducen a su mínima expresión, las narraciones audiovisuales toman el control de nuestras vidas.

Desde el momento en el que Internet pone las pautas para el consumo de cine, las acciones (transitar, buscar, explorar, manipular) y condiciones (inmediatez, sincronía, frecuencia, interrupción, multitarea) que atraviesan la experiencia del usuario en la red, se apoderan del *sentir* de la experiencia del cine. El cine en cualquier lugar y a cualquier hora nos ofrece su visión más extraña a diario en los medios de transporte, donde los viajeros acortan el trayecto al trabajo visionando una película en sus terminales portátiles, a la vista de todos. Esta escena, nos remite a una arquitectura de espacio público hecho de espacios contiguos por los que el cine transita junto con otras imágenes, a la deriva en lo que Santos Zunzunegui (2008) ha llamado recientemente el “océano indiferenciado del audiovisual” (11). Una práctica tan cotidiana como ver una película, está hoy inevitablemente asociada a toda una serie de rituales privados que tienen que ver con el acceso al mundo a través de las pantallas de mis terminales, con el manejo del software y de los lenguajes propios de la red y en última instancia, con las posibilidades de socialización que estos terminales me abren. El acuerdo unánime en los estudios de medios de que existe *una nueva audiencia*, ha

dado lugar a varias discusiones en torno a la posibilidad de redefinir las condiciones, prácticas y lugares en los que se inspira y desarrolla la nueva cinefilia. Para los cinéfilos, que quieren verlo todo y saberlo todo, el entorno multimedia y multitarea de Internet ofrece un espacio singular en el que no sólo es posible descubrir nuevos géneros, como las nuevas series de televisión, sino ser, también, *bloggers*, críticos, programadores de festivales online, etc. Esto, sin embargo, no ha contribuido a dejar obsoleta la idea de que los cinéfilos son espectadores elitistas que sólo consumen cine de autor. De hecho, el nuevo ecosistema mediático y las nuevas prácticas no han hecho más que problematizar la cuestión de la cinefilia, que se mantiene atrapada en la confrontación entre lo nuevo y lo viejo y en una búsqueda de soluciones que casi siempre tienden a definiciones extremas de la identidad de los espectadores.

Lo cierto es que la implantación de nuevas tecnologías en los dispositivos y los espacios para visionar, siempre conlleva un cierto desfase para los públicos que se han formado y crecido bajo el calor de las “viejas” formas de consumo cultural. Por ejemplo, el acceso inmediato a casi cualquier material o detalle que nos ofrece Internet (bajo condición del dominio previo de sus rutas) en comparación con lo difícil que resultaba adquirir material cinematográfico hace apenas veinte años, despertó en su día el recelo y la reacción de muchos nostálgicos prematuros que rememoraban en sus blogs los celebrados días de reunión en torno a una cinta de vídeo de culto, del VHS y el Betamax, del videoclub o las empresas de pedido por catálogo. La posibilidad de descargar películas, de verlas en línea, de almacenarlas, de comprarlas en webs comerciales o por qué no, de pujar por ellas en subastas online, nos sorprende en una relación mucho más cercana y espontánea con los contenidos a cuya inaccesibilidad iba asociado todo un ritual de idolatría.

¿Pero ha cambiado realmente nuestra relación con la imagen cinematográfica? El famoso debate entre Paul Willemen (1993) y Thomas Elsaesser (1998) ilustra bastante bien la problemática que tratamos de exponer aquí. Aunque ambos autores y reconocidos cinéfilos, centran su discusión de la cinefilia como amor incondicional que pende de un elemento nostálgico, de la memoria, en Willemen se mantiene la concepción clásica y melancólica de la cinefilia como identidad que se siente amenazada por los nuevos medios. Mientras que para Willemen la cinefilia debe discutirse en una periodización histórica concreta, una periodización que es inherente a la especificidad del cine, para Elsaesser (1998), a finales de los noventa la cinefilia debía pensarse en el marco de la transformación del capitalismo operada en las últimas décadas del siglo

XX y de la expansión de la cultura audiovisual: “when we speak of cinema today we speak of cinema after television and after the videogame, after the CD-ROM and theme park” (204). En cierto modo, la postura de Willemen no deja de expresar el desasosiego ante la pérdida de privilegio del cine respecto a otras formas y productos culturales que hoy nos quedan al alcance de un “clic” y de toda una serie de gestos táctiles (deslizar, pulsar, desplazar) con los que nos enfrentamos a casi cualquier actividad cotidiana y sometemos todos los aspectos de nuestra vida, ocio y trabajo, a la misma temporalidad. El cine forma parte de ese inventario en el que encontramos un ámbito ilimitado para nuestras acciones, y como consecuencia, su tiempo ya no es motivo de celebración; el cine, ha dejado de ser vivido como acontecimiento.

Sin duda, la contradicción entre nostalgia y actualización es un lugar interesante desde el que pensar en cómo se ha transformado la experiencia del cine. Marijke de Valck y Malte Hagener comentan en su texto *Cinephilia in Transition* (2005), sobre cómo para la primera generación de cinéfilos la experiencia del cine recaía en el carácter único e irrepetible de cada visionado en la sala (21). Una película se proyectaba en cines o en un circuito de festivales y después vivía de la gloria o el fracaso que pudiera obtener en su tiempo en cartel: se mantenía en la memoria según la experiencia de un visionado quizá único ya que podrían pasar años hasta volver a ver esa película. Igualmente la aparición del video y posteriormente del DVD y de otras tecnologías asociadas al consumo doméstico de audiovisual, significó que el cinéfilo podía poseerlo todo y asistir a una suerte de *revival* del recuerdo personal que tenía de la película. Puede decirse que si antes, toda película tenía para el espectador un potencial de rememoración, ahora, la sobreoferta y la disponibilidad de visionar de forma instantánea a través de plataformas por suscripción da paso a un consumo de cine a demanda, en el que la rememoración ya no puede ser condición de la identidad cinéfila.

En este sentido, otro de los aspectos que caracterizan a la nueva cinefilia es que la economía del conocimiento que se genera en las redes hace imperdonable cometer errores en torno a los datos técnicos y de producción de una película, su historia, su casting, la biografía de celebridades o incluso las anécdotas que rodean el rodaje y la producción de una película. A esta “cultura de la base de datos” han contribuido bases de datos como IMDb (Internet Movie Data Base), los blogs y los entornos basados en protocolos wiki, sin olvidar las bases de datos de filmotecas e instituciones cinematográficas. Estas últimas, están realizando una gran labor de difusión y de

preservación de la memoria cinematográfica gracias a la digitalización del fondo películas a las que se puede acceder a través de Internet. En cierto modo, todo esto nos lleva a poner en entredicho el supuesto ampliamente extendido de que Internet genera una economía basada en el conocimiento, o funciona como *fuerza de conocimiento* cuando en realidad la Web 2.0 funciona ante todo como *fuerza de documentación*. No deja de ser revelador que el conocimiento parezca tener más que ver en ocasiones con ese olvido romántico de la cinefilia clásica, que con el cúmulo de material propio de la base de datos.

Pero además la liberación de la información en torno al cine está siendo vital para la actualización de la demanda y para la perpetuación de los mercados subalternos que al fin y al cabo, son centrales en mantener vivas las culturas del cine. La lista, va más allá de los blogs, bases de datos y webs de reseñas como Rotten Tomatoes o Film Affinity, expandiéndose a los fanzines digitales, las webs de *spoilers*, *vlogs* de críticas de cine, portales de búsqueda, plataformas de vídeo a demanda y cinetecas en línea como Mubi, Filmin, Wuaki, Filmotech y Nubeox, o las españolas Encuentratupeli, Márgenes y PLAT. Sin olvidar el DVD y la variedad de ediciones (como el *making of* o los *final cuts*) y formatos de nueva generación como el disco Blue-Ray. Finalmente, parece necesario apuntar que incluso en pleno auge y expansión del mercado de la suscripción y el cine bajo demanda, todavía siguen siendo tremendamente importantes toda serie de actividades desprofesionalizadas que rondan los márgenes de la ilegalidad y que como la piratería y el *software* P2P, auxilian y mantienen en pie las culturas del cine. Este mundo subalterno, toma protagonismo en las teorías de Jonathan Gray (2010), para quien toda esta “industria auxiliar” (a la que ahora también contribuye el público) no es sino en realidad, el centro de control del sector cinematográfico y de las culturas del cine.

Además de los festivales de cine y de otras instituciones dedicadas a la promoción y circulación de películas, para Gray tienen especial protagonismo los paratextos producidos por el público que con la emergencia de las culturas participativas online, empiezan a ser una parte esencial del “acompañamiento” intertextual al que nos encontramos expuestos. El fenómeno *blogger*, por ejemplo, está favoreciendo a la creación de una órbita desprofesionalizada en torno a la cultura del cine basada en el conocimiento compartido y el intercambio entre una comunidad de fans o consumidores. En la blogosfera, el amante del cine se posiciona en un lugar



privilegiado respecto a la industria: la observa, la comenta, la destripa, genera opinión, hace ruido e interviene en la creación de gusto.

Por otra parte, hay que decir que mientras escribimos, se están produciendo transformaciones importantes dentro del catálogo de prácticas en las que se encarama el consumidor de cine actual especialmente, en las rutinas audiovisuales en el hogar. Los avances conseguidos en los últimos años en la convergencia de medios son tales, que hablar de almacenar películas en nuestros ordenadores o de coleccionar DVDs parecen cosas de un pasado remoto. La expansión de las redes de transmisión de datos de banda ancha y la definitiva inversión en fibra óptica han dado paso a un nuevo panorama de consumo de contenidos televisivos y de audiovisual en el hogar en el que se han abierto camino proveedores de servicios multiplataforma como Netflix o Amazon Prime Instant Video o Yahoo Screen. Estas plataformas, que han desarrollado un modelo de negocio basado en la tarifa plana de cine y televisión a través de Internet, han construido su exclusividad en la oferta extensiva y a demanda de series de ficción, llegando incluso a adquirir en exclusividad los derechos de series completas y a participar en su producción.<sup>41</sup> En el mercado español, han sido las grandes teleoperadores de comunicaciones las que han tomado la iniciativa del modelo *pay-per-view*, ofreciendo productos como Fusión, con el que Movistar han ganado una gran ventaja estratégica al empaquetar contenidos audiovisuales para el consumo doméstico como series de televisión y cine, con servicios de redes móviles y teléfono fijo.

Esta variación en el escenario de consumo, ha tenido consecuencias importantes para la industria del cine que se enfrenta a la re-especialización del sector televisivo y sobre todo, al auge de las series de ficción que está provocando un fenómeno de migración considerable de profesionales del cine al sector de la ficción televisiva. Algo parecido está ocurriendo con el público de cine que ha encontrado en las series de ficción un nuevo ámbito en el que consumir su cinefilia. Además de los citados servicios multiplataforma, la perseguida convergencia de medios se está materializando en productos comerciales como Apple TV, un dispositivo que integra servicios interactivos y televisión bajo demanda con una biblioteca virtual (cine, música, *podcasts*, fotos, etc.) que se puede sincronizar con todos los dispositivos tecnológicos en el hogar. Podría decirse que este tipo de servicios además de

---

<sup>41</sup> *Orange is the New Black* (Kenji Kohan, 2013–) o *House of Cards* (Beau Willimon, 2013–), en el caso de Netflix.

transformar el consumo de audiovisual en ámbito doméstico, están transformando la idea misma del hogar, como espacio “tecnificado,” penetrado y atravesado por archivos de imagen y de vídeo a los que acceder desde distintas estancias. Quién sabe si en los hogares del futuro, la imagen audiovisual será la verdadera protagonista de los espacios interiores.

Pero como venimos anunciando, el verdadero énfasis de la convergencia mediática ha sido diseñar un espacio en el que el consumo doméstico de cine y de televisión se imbrica con las tecnologías sociales y de la comunicación. Buena parte del éxito de los servicios multiplataforma reside en haber identificado un sector de la audiencia ávida de consumo de productos de ficción a demanda, que además tiene expectativas de encontrar “espacios de interactividad y participación” en la misma interfaz. De este modo, a la emergencia de lugares de discusión como foros y blogs, donde los amantes del cine se descubren unos a otros y establecen conversación en torno a sus series y películas favoritas, se añaden ahora toda una serie de plataformas sociales y aplicaciones interactivas que forman parte de los propios servicios de visionado y que están tomando cada vez más importancia en los hábitos de consumo televisivos. Ser suscriptor de una plataforma como Netflix, nos da acceso tanto a un catálogo extensivo de películas y series como a una red de contactos que como yo, comentan, reseñan, puntúan, valoran y comparten información sobre lo que acaban de ver. La nueva televisión, está pensada y diseñada para fomentar un “consumo social” en torno al audiovisual (Quintás Froufe y González Neira 2015)

Hay que decir que esta tendencia forma parte de un largo proceso que comienza mucho antes de que el consumo de audiovisual emigrara a Internet. Por ejemplo, la tendencia “social” de la televisión en los últimos tiempos se ha puesto de manifiesto a través de un modelo televisivo en la que las cadenas le ofrecen al público intervenir en el desarrollo del programa a través de mensajes, de *twitts*, o comentarios que se emiten en directo en *talk shows* o programas de debate político. Igualmente, la “votación del público” se ha impuesto como una práctica de lo más habitual en concursos, *reality shows*, galas televisivas como Eurovisión o los Premios Goya (Deltell, Claes, y Congosto 2015), o incluso series de ficción (Rodríguez-Mateos y Hernández-Pérez 2015; Gómez Rubio y López Vidales 2015). Estas rutinas, han conducido a acuñar el término *media multitasking* (Van der Schuur, Baumgartner y Valkenburg 2015), o incluso, a hablar de “espectadores multitarea,” para describir a un telespectador que a la vez que ve su programa de televisión favorito, lo comenta en foros y redes sociales.

En definitiva, este término que ya es habitual en los estudios de televisión, pretende nombrar a un tipo de consumidor de audiovisual (también telespectador) que simultanea todo tipo de actividades mediáticas como escuchar música, navegar por la red, descargar películas, ver vídeos o ver la televisión con una ávida actividad en las redes.

Finalmente, no podemos dejar fuera de este “muestrario de prácticas,” el hecho de que Internet en colaboración con los nuevos dispositivos móviles y de uso doméstico (videocámaras, *webcams*, tabletas, *smartphones*, etc.), sea hoy el laboratorio para toda una serie de producciones amateur que encuentran una posibilidad de supervivencia al margen del mercado del cine y a la luz de las nuevas estrategias de promoción en la red. Como es lógico, con los medios y la tecnología al alcance de la mano, Internet se convierte en el terreno de juego para la producción compulsiva de subjetividades. En este entorno, emergen identidades como la del *vlogger* (o el *videoblogger*), personalidades anónimas que a través de sus vídeos *amateur* y de su carisma se convierten de la noche a la mañana en auténticas celebridades de la red y de plataformas de vídeo a la carta como YouTube o Vimeo. Los anecdotarios que ponen en pie las narrativas de los *videobloggers* y que los sitúan en un lugar intermedio entre el blog, el diario íntimo, el vídeo casero y el cine confesional, han dado lugar a interesantes reflexiones, como la de Roberto Cueto (2007), que examina la cultura *blogger* y el *home video* en continuidad con el diario literario. La llamativa juventud de muchas de estas celebridades, que acumulan millones de suscriptores y que se han convertido en auténticas minas de oro para estos portales de vídeo, no deja de poner de manifiesto el papel que Internet está teniendo para una generación de jóvenes que encuentran fórmulas de expresión y de escape del control parental este tipo de prácticas.

Asimismo, resulta abrumador el rumor generado por producciones caseras que de forma anecdótica muchos aficionados hacen circular por la web. Por ejemplo, las apropiaciones como los tráilers-parodia o las películas-homenaje hechas por fans para homenajear sus películas de culto favoritas, forman hoy ya parte de un subgénero en la red que está evolucionando a través de las herramientas *open source*. Este tipo de proyectos, que se valen de la cultura de libre circulación en Internet y de software libre para crear todo tipo de narraciones, están proliferando en el marco de un contexto de producción online que predica el “*DIY*” (“*do it yourself*,” o si se prefiere, el “hágalo usted mismo”), y la difusión libre de contenidos a través de la web. En línea con esa

cultura de la generosidad colectiva sobre la que se expande Internet, el éxito de muchas historias anónimas que logran millones de descargas, está propiciando un ecosistema favorable para las producciones *amateur* y para la expansión de un modelo de producción y de distribución basado en las licencias libres como la Creative Commons (CC). Estas licencias, que se han convertido en el marco legal sobre el que se gestionan todo tipo de experimentos narrativos online, no sólo contemplan la posibilidad de descargar los contenidos gratuitamente en Internet (contribuyendo a ampliar masivamente el alcance de su distribución), sino que regulan obras creadas para ser usadas libremente por los usuarios.

A menudo, estas películas permanecen inacabadas y en espera de que nuevos participantes-jugadores las continúen, lo que le lleva a Antoni Roig (2009) a considerar que estas obras siguen un criterio de doble apertura: una *apertura del texto*, una *apertura del modelo de participación* (263). Para Roig es precisamente esta doble apertura lo que distingue a propuestas cinematográficas *open source*, o lo que viene definiéndose como Cine *Open Source* o “cine extendido,” que parte de un proceso creativo abierto a todo el que quiera participar y que a menudo usa estrategias de financiación como el *crowdfunding*. Podemos citar obras como la producción española *El Cosmonauta* (2013), una película “en expansión” que rompe los esquemas del cine tradicional por nacer como un proyecto abierto a las intervenciones de los usuarios y por tanto, en constante proceso de cambio.<sup>42</sup> Además de las películas, videojuegos (crear juegos de realidad alternativa o los llamados ARG o *Alternate Reality Games*, y narraciones multimedia, muestra de la proliferación de esta pequeña “industria,” son las innumerables herramientas de software libre (edición de vídeo y sonido, animación, postproducción, creación de proyectos, composición musical, etc.) que facilitan al usuario embarcarse en todo tipo de aventuras creativas desde la discusión del proyecto y el guión hasta la postproducción de la película. Entre los más usados se encuentran Twine, para crear historias interactivas no lineales, OpenShot, Cinelerra, Blender, para crear y editar películas de forma colaborativa, o Coggle, para elaborar mapas conceptuales complejos entre muchas personas.

Aunque hasta ahora hemos hecho referencia en este apartado a las cuestiones tecnológicas y prácticas que enmarcan este tipo de producciones, lo cierto es que,

---

<sup>42</sup> The Cosmonaut. <http://es.cosmonautexperience.com/remix>.

como venimos viendo, el uso del software libre y de las licencias de copyright abiertas, a menudo viene a ser la expresión de un distanciamiento ideológico de la industria y de los modelos de comunicación dominantes. Es decir, en el uso y desarrollo de estas herramientas y proyectos audiovisuales está implicada toda una ética (y una retórica) de la resistencia, de la transparencia y del compromiso social.

Otro ejemplo de la buena práctica de esta comercialización es el rumor que generan estos vídeos que en ocasiones pasan a los medios generalistas. Si la mayor parte de las producciones y vídeos caseros desaparecen en el océano indiferenciado de la red, paradójicamente, la lógica del *sharing* hace que el rumor que se crea en torno a algunos vídeos, entren en un ciclo de transmisión y reproducción masiva que deriva en auténticos fenómenos virales, que en ocasiones trascienden la red y se incorporan a los discursos de la cultura popular (como ocurre con los *memes*). Este tipo de prácticas y de fenómenos vienen a ilustrar el tipo de aspiraciones a lo que está dando lugar la red en el marco de la producción cultural, donde el usuario-espectador puede fácilmente consignarse no sólo como creador-productor *amateur*, sino como creador de tendencias y como *celebrity* de masas.

Con todo, conviene no olvidar que en este ecosistema existen también otros muchos tipos de espectadores, entre ellos, el consumidor de cine asiduo que desinteresado de este tipo de fórmulas de expresión, opta por mantenerse al margen de la “conversación mediática.” Esto, no obstante, no quiere decir que quede fuera de la onda de influencia de los nuevos medios y de los efectos que las nuevas tecnologías tienen sobre el consumo del cine. Principalmente porque el cinéfilo busca dar coherencia a su identidad en el marco de las prácticas que definen las culturas del cine del momento.

### 3.6 Retos una década después: festivales entre la economía de eventos y la economía de medios online

En 2007, Marijke de Valck publicaba *Film Festivals. From European Geopolitics to Global Cinephilia*, un monográfico que buscaba describir el estado de los festivales de cine y sus culturas al finales de la primera década de los dos mil. En este libro, De Valck dedicaba un capítulo a los espectadores del festival de Rotterdam, y llegaba a la conclusión de que a partir de los años noventa, el festival había tenido que variar

ostensiblemente su agenda y su comunicación con el público a raíz de los nuevos asistentes que empezaban a llegar al festival (189). Casi diez años después, con una crisis económica de por medio y a la luz de los cambios que los nuevos medios están instaurando en las prácticas de los consumidores, parece necesario reflexionar sobre los retos a los que se enfrentan los festivales de cine y sobre las nuevas rutinas mediáticas que están llenando el espacio del festival. ¿Cómo afectan las nuevas formas de mirar y de organizarse en la intervención del público en el festival, en sus expectativas y en cómo se imaginan como audiencia?

En el nuevo panorama mediático del culto a la información parece coherente enfrentarse a algunas de las preconcepciones que han formado parte del discurso de los festivales en la última década, en concreto, aquéllas que focalizan la actividad de los festivales en el circuito alternativo de distribución (Elsaesser 2005c), o en la singularidad de la proyección como objeto de culto (De Valck 2007). Si, como veíamos en el capítulo anterior, hace apenas una década los festivales vivían de la garantía de exclusividad de sus proyecciones, ahora, los directores de festivales se enfrentan al difícil reto de atraer y de fidelizar a un público que se adelanta a la industria, y que a menudo acude al festival conociendo a fondo lo que se va a proyectar y habiendo visto incluso buena parte de las películas programadas. Como consecuencia los festivales han tenido que diversificar sus actividades y asumir nuevos papeles que les permita conectar con un público que vive en las redes y que gestiona desde ahí buena parte de su actividad cultural. José Luis Cienfuegos, por ejemplo, ha sido uno de los directores de festivales que ha expresado la necesidad de que los festivales actuales ejerzan una “labor didáctica con los nuevos públicos” (Cienfuegos 2014a).

Esta labor didáctica, por otra parte, debe comenzar por los propios certámenes, que no deben de poner resistencia a las nuevas prácticas sino empezar a comprender que las redes sociales y otras formas de comunicación social online son los espacios en los que los *nuevos públicos* dan coherencia a su actividad cinéfila. Dicho esto, son los directores de festivales los que tienen también la responsabilidad de acabar con la idea de que las audiencias viven enclaustradas en su actividad en las redes. La posibilidad de hacerse en comunidad en torno al cine no comienza con Internet ni acaba con los festivales. Aunque durante largo tiempo se haya pensado y dicho lo contrario, los nuevos medios, no han motivado el abandono masivo de los espacios públicos ni aniquilan el deseo y la posibilidad de asistir a sesiones de cine, ciclos y todo tipo de encuentros. En todo caso, los nuevos dispositivos de comunicación desplazan los

términos, el lugar y los tiempos en los que produce la conversación en torno al cine, de manera que ver una película en un festival, puede convertirse en una experiencia rica y múltiple, compatible con la mensajería instantánea y con todo tipo de aplicaciones que potencian nuestros enlaces sociales a través de mi móvil.

Es más, un buen ejemplo de las dinámicas que nacen de la convergencia entre nuevos medios y las formas de recepción tradicionales, es que los propios espacios para ver cine se encuentran cada vez más mediados por las nuevas tecnologías de la información. Me refiero no sólo al proceso de digitalización de las pantallas y a los elementos técnicos que afectan a la calidad de la experiencia cinematográfica en salas, sino al uso que audiencias y organizadores hacen de los nuevos medios para comunicar ciertos aspectos de ese encuentro vivido o programado. Por ejemplo, a menudo, la participación en eventos cinematográficos suelen generar experiencias colectivas y personales que proveen a las audiencias involucradas en los medios sociales con “material para compartir” con el que sostener su voraz actividad en las redes. Si los festivales han sido siempre escenarios en los que enunciar ciertos aspectos identitarios, ahora estos también participan en la materialización y la puesta en escena de nuestra identidad online. Por eso, tenemos que asumir cuanto antes que los festivales ya no sólo dependen de los medios tradicionales para hacerse ver y dar a conocer las experiencias que ofrecen sino que cada vez más, *toman presencia* en la imaginación de los usuarios y de las audiencias a través de los nuevos servicios de comunicación social y de las comunidades virtuales.

En este ecosistema en el que se encuentran sumergidos tanto asistentes a festivales como sus organizadores, cabe preguntarse cómo se están gestionando las relaciones y tensiones entre la economía de los eventos (sobre la que se sostienen los festivales), y la economía de los medios sociales online en el marco del festival de cine. Para ellos, vamos a describir algunas de las experiencias “cruzadas” que se están produciendo en el marco de los festivales de cine y que tienen como protagonista principal a las redes sociales. Aunque apenas pretendemos esbozar un contexto sobre el que empezar a formular algunas de las experiencias cotidianas de los nuevos medios en los certámenes, esperamos que sirva de antecedente a un estudio profundo de este tipo de prácticas y de convergencias en el seno de los festivales de cine. ¿De qué formas están los festivales de cine tratando de conectar con la experiencia *en red* de sus audiencias?

La experiencia que desde hace años los consumidores vienen acumulando como productor de contenidos, y su demanda de productos participativos, ha hecho que los festivales se abran con necesidad a una producción que también escapa a lo que tradicionalmente venían definiendo a “las películas de festival.” Desde este punto de vista, los festivales han tenido que transformarse y crecer al ritmo de la producción, adaptando sus categorías y bases de acceso a los nuevos formatos y tecnologías de producción como las cámaras DV o la telefonía móvil, que han incrementado de forma considerable el número de aspirantes a entrar en el mercado. Por ser instituciones que tradicionalmente han contribuido al desarrollo y promoción de un cine con cierta ambición artística, parece lógico que los festivales estén siendo hoy terreno de pruebas para la experimentación con los formatos digitales y para su distribución. Una práctica cada vez más habitual es la organización de seminarios y talleres que en el seno del festival, inician al público en distintos géneros y técnicas de creación que concluyen con la creación colaborativa de pequeñas obras que se proyectan en el certamen. Dado el nivel de actividad que los festivales están teniendo en el ámbito formativo, habría que considerar hasta qué punto los festivales de cine cumplen una labor en el proceso de educación de los públicos en territorios de expresión visual como el *cross-media*, las narrativas transmediales, la videocreación, el vídeo doméstico, las microficciones, el móvilmetraje, el cine interactivo, y todo tipo de producciones híbridas.

En este sentido, los festivales alimentan también la fascinación tecnológica que de acuerdo con Janet Harbord (2002b) es característica de la nueva cinefilia (102). Muestra del pacto que el cine busca con los nuevos medios y las nuevas tecnologías es la emergencia en los últimos diez años de festivales especializados en formatos móviles, en formatos de vídeo digital y en creaciones que usan las tecnologías digitales de forma creativa como LEV Festival Internacional de Creación Audiovisual de Gijón; Microcurt, Festival de Vídeo d’Igualada o Festivalito o el Festival Internacional de Cine Chico de Canarias. Todos estos eventos, dan fe del papel que los festivales están jugando en la explotación y distribución de formas narrativas que experimentan con las nuevas tecnologías, promoviendo incluso su desarrollo. Esta relación entre el desarrollo del cine en dispositivos móviles (llamadas también en inglés *cell cinema* o *mobile cinema*) y la emergencia de festivales dedicados a su exhibición ha sido puesta en consideración recientemente en la tesis de Gavin Wilson (2014), para quien los festivales de “cine móvil” “plantan preguntas sobre cómo las imágenes en



movimiento post-digitales de los teléfonos móviles conectan a sus creadores, espectadores y otros participantes con las afiliaciones sociales, nacionales y globales que encuentran un vínculo en la localización del festival” (190).

Cuando el festival no se dedica a la exhibición de este tipo de géneros, Internet se presta como el medio ideal para estimular la participación del público y crear nuevos modelos de festival que plantean interesantes propuestas a caballo entre el evento y la economía de los nuevos medios e Internet. Por ejemplo, mientras Sundance y Berlinale muestran una selección de sus cortos a competición en sus canales de vídeo online, otros como Bitfilm, con base en Hamburgo, proyectan las películas en competición en salas y suben después las finalistas a su página web para someter al voto de los usuarios los filmes ganadores.

Un lugar bien diferente, no obstante, ocupan los llamados festivales de cine online, que como ha apuntado Marijke de Valck (2008), resultan difíciles de conceptualizar como “festivales” ya que tienen un impacto limitado en el circuito. De acuerdo con Norbert Bakker (2015), esto se debe a que los festivales online, a pesar de emular y compartir ciertos elementos protocolarios con los festivales presenciales (como el sistema de premios, el jurado, o el hecho de que se celebren en un período limitado de tiempo), funcionan en la mayoría de los casos como plataformas de distribución para películas producidas en formatos digitales que no tienen acceso a las salas comerciales (9). No es extraño que los primeros festivales online, nacieran a raíz de la emergencia de los *webfilm*, películas pensadas específicamente para su distribución online y creadas en el medio online con tecnologías de *streaming* y composición audiovisual como Flash o After effects y que son el antecedente de toda una serie de formatos audiovisuales que hoy circulan por la red, como el *móvilmetraje*. La expansión de estos formatos y la diversificación de fórmulas y modelos de negocio para el consumo audiovisual a través de Internet, han contribuido a que estas plataformas proliferasen a lo largo de los años dos mil. Así, festivales tan veteranos como FIFI Festival, Sync Online Film Festival, SeNeF Festival, y otros más recientes como My French Film Festival, Babelgum Online Film Festival, Tribeca Online Film Festival, o el español JamesonNotodofilmfest, aprovechan la reputación y el prestigio de la marca “festival,” para poner en circulación toda una serie de trabajos a cambio de tasas de inscripción, su principal fuente de beneficios.

Ahora bien, por escapar a las extensiones espacio-temporales que caracterizan a los festivales de cine, los festivales online desplazan el interés por la singularidad del

acontecimiento hacia la posibilidad de acceder de forma inmediata al visionado de películas. En definitiva, esta tendencia de ampliar las fronteras técnicas y espaciales de la producción y circulación del cine parece en ocasiones contradictoria a la política territorializadora de los festivales que si algo buscan es consolidar un mercado controlable en la experiencia presencial y altamente ritualizada del festival. De ahí que con el paso del tiempo, muchos festivales online como My French Film Festival, CON-CAN Movie Festival, American Media That Matters Film Festival o el ya citado Bitfilm, hayan optado por un modelo de negocio que combina la gestión online (como el visionado de películas o un sistema de votaciones) con eventos y fiestas que se celebran en distintas localizaciones y que recurren al encuentro como forma de *crear audiencia* en torno a la plataforma online. Igualmente el certamen español JamesonNotodofilmfest organiza en colaboración con la sala Cineteca Matadero, proyecciones y encuentros con profesionales que aprovecha para promocionar el festival online. No deja de ser paradójico que conseguir público para un festival online pase por “crear momento” y ofrecerle al público una ocasión para dejarse ver entre los demás asistentes.

A la vista de estas experiencias híbridas, a continuación, vamos a interesarnos por una serie de prácticas que surgen de las intersecciones entre los nuevos medios y el espacio del festival de cine. La experiencia actual demuestra que para el público, ir a un festival proporciona una serie de opciones de visibilidad que no terminan en los espacios de encuentro, sino que se expanden y continúan en las redes sociales y en toda una serie de plataformas destinadas a aumentar la sociabilidad del individuo en línea. En este sentido, podemos confirmar que las redes sociales, están produciendo variaciones sustanciales en la forma en la que los organizadores se comunican con sus audiencias. Recientemente, el director del TIFF (Toronto International Film festival), Allison Freeman, justificaba de la siguiente forma la introducción en el festival de un plan de comunicación extensivo a través de las redes sociales: “cada día nuestras audiencias usan las redes sociales y nosotros queremos ser parte de esta conversación.”<sup>43</sup> La urgencia con la que los festivales necesitan hacerse un hueco en las rutinas de socialización de los espectadores ha sido sin duda, lo que les ha

---

<sup>43</sup> Alison Freeman citado en Sam Milbrath, “How the Toronto International Film Festival Uses Social to Attract Over 1.8 million Attendees,” *Hootsuite* (blog), 12 septiembre, 2015, <https://blog.hootsuite.com/toronto-international-film-festival-tiff-social-media>.

empujado a invertir cada vez más tiempo y dinero a las redes sociales. Muestra de ello es la reciente incorporación al equipo de muchos festivales de un responsable de comunicación en las redes sociales, o *community manager*, dedicado a dirigir la conversación en diferentes plataformas online y a conseguir que los miembros de la comunidad respondan y se impliquen con la información que se sube a las redes. En los festivales más grandes, la comunicación en las redes empieza a tener tal grado de especialización que certámenes de peso como San Sebastián, TIFF o Cannes, tienen departamento entero formado por un equipo de gestores y asistentes que se dedican exclusivamente a analizar y entender la información que se produce en las comunidades virtuales. Sobra decir que abriendo un espacio que da la bienvenida a todo tipo de opiniones, los festivales han encontrado una herramienta ideal con la que monitorizar los gustos y los hábitos de los espectadores.

Otra consecuencia de la actividad frenética que los consumidores tienen en las redes es que herramientas como Vimeo, YouTube, Facebook, Twitter o Instagram, por citar las plataformas de participación social más usadas por los certámenes y por el público, han pasado a formar parte del conjunto de medios con los que el festival se comunica y conecta con su público. De forma habitual, el público acude a las redes sociales para informarse sobre eventos, cambios en el programa o la venta de entradas y abonos, pero también para obtener una visión más amplia de lo que está ocurriendo en el festival mientras ellos están ahí. Muestra de ello es el nuevo papel que plataformas como Vimeo y YouTube están teniendo como canales desde los que retransmitir en directo eventos, actividades, ruedas de prensa y encuentros que se organizan durante el certamen y que en grandes festivales llegan a tener millones de visitas y visualizaciones (el festival de Sundance, por ejemplo, llegó a siete millones y medio de visualizaciones en 2015). Además, a través de estos canales, los festivales ponen en contacto al público y a los cineastas que participan en el festival subiendo entrevistas e incluso tráilers que les permite divulgar su trabajo y crear contexto en torno a las historias que las audiencias verán durante el certamen.

Todo esto demuestra que para el público ya no sólo basta con asistir al festival, sino que de ahora en adelante también reaccionar a los mensajes, *posts*, vídeos, fotos o *gifs* que los certámenes suben a las redes a través de Vimeo, YouTube, Facebook, Instagram o Twitter, si quiere participar plenamente en el evento. De este modo, a la experiencia múltiple y multitarea de asistir al festival se añaden toda una serie de acciones que tienen que ver con las rutinas propias de la interacción social en red como

“compartir,” “seguir” y usar *hashtags* para “crear tendencias” (o si se prefiere, *sharing*, *following* y *trending*). ¿Cómo intervienen las redes sociales en la experiencia del espectador de festival como agente activo que construye el evento de forma colaborativa? ¿Acaso lo que los públicos hacen en las comunidades virtuales permite que su intervención en el certamen sea más productiva y tenga un mayor alcance?

De la misma forma que el festival manufactura con su llegada el tiempo vivido en la ciudad, la incorporación de la actividad social en las redes manufactura también el tiempo del espectador en el festival: las audiencias, públicos y también usuarios viven durante esos días en constante anticipación a las noticias y anécdotas que produce el festival y que se publican sin tardanza en las redes sociales. Si la actualidad extrema en la que se desarrolla el festival intensifica la sensación de contingencia (o de directo) a la que está sujeto el espectador, las redes sociales llevan al extremo esta vocación de inmediatez. A correr de una sede a otra, averiguar dónde van a parar los invitados, o ir a las ruedas de prensa, se añaden los dispositivos móviles que nos proveen con una retransmisión en directo de lo que ocurre, y con un flujo constante de *posts*, *twitts* a los que muchos miembros del público se suman con sus comentarios. A su vez, estas “historias” recompensan al público con una experiencia demostrable que podrán compartir en las redes y en sus blogs. Incluso, como apuntábamos más arriba, es cada vez más frecuente encontrarse con miembros de la audiencia que no renuncian a actualizar sus muros y perfiles incluso durante las sesiones, donde algún encuentro con el director, una ronda de Q&As (preguntas y respuestas) o el simple hecho de “estar ahí” se convierten en material con el que obtener visibilidad y producir conversación en las comunidades virtuales.

Dada la complejidad y la variedad de los discursos que ahora enuncian la experiencia del festival, parece necesario reevaluar conceptos como el de las “arquitecturas verbales” con el que Daniel Dayan (2000), ha tratado de explicar la lógica, a veces contradictoria de los discursos que definen a cada festival y que emiten los diferentes agentes que participan en él. Si de acuerdo con Dayan son los organizadores, periodistas, críticos y jurados quienes construyen a través de sus textos (catálogos, programas de mano, críticas, diarios, reseñas, etc.) la “versión oficial” del evento, ahora, las opiniones y comentarios que el público sube a las redes sociales amplían y revisan la imagen que el festival emite de sí mismo. Por ejemplo, cada vez es más frecuente que el festival le pase la palabra al público, dándole de forma exclusiva la oportunidad de escribir en los medios oficiales. Así, en la vigésimo sexta

edición de la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián, su director, José Miguel Beltrán, casi de forma ritual, cedió a dos *bloggers* y habituales del festival espacio en su blog personal para que cubrieran el evento con opiniones y puntos de vista “absolutamente a título individual, ajenos a la organización.”<sup>44</sup> Haciendo esta asignación especial a dos miembros del público, Beltrán le pasa simbólicamente el mando a la audiencia, que afianza su papel como narradora del certamen. De este modo, desde un punto de vista ritual similar al que asume Dayan, cada discurso que circula por el festival, contribuye a generar su “leyenda.”

No es baladí, entonces, que a menudo los certámenes lancen propuestas al público a través de las redes para solicitar su intervención y para escenificar el festival como un evento que sólo es posible sólo gracias a la intervención y la cooperación entre los miembros del público. Es el caso de Donostia Zinemaldia y el FICX que tanto en la víspera del festival como durante su celebración animan a sus audiencias a construir colaborativamente la imagen del festival premiando con un abono las mejores fotos que las audiencias suben a Instagram (San Sebastián/Donostia Zinemaldia) y a Facebook (FICX). Por su parte, el festival de Gijón, aprovecha a menudo las redes sociales para construir y citar a su público como un público especializado a través de preguntas y adivinanzas que estimulan el interés cinéfilo y que ponen a prueba la experiencia de las audiencias sobre el terreno. Por ejemplo, poco antes de su quincuagésimo cuarta edición, el festival subía a Facebook diariamente antiguas fotos de ruedas de prensa e invitados del festival animando al público a especular sobre la edición del festival en las que las fotos fueron tomadas. Por su parte, la Seminci implica a su público en la elección del cartel para cada edición del festival animándole a votar sus propuestas favoritas a través de Facebook.

Todas estas estrategias que el festival pone en práctica a modo de “calentamiento” previo al evento, demuestran el potencial que tienen las redes sociales a la hora de *preparar al público para el acontecimiento*. Si hay algo que caracteriza la presencia de un festival en una ciudad es que, como cualquier fiesta, *siempre llega a tiempo*. Es decir, el festival es siempre un evento esperado en la medida en la que se presenta de forma recurrente en la vida de los ciudadanos. Como veremos más adelante, la “escasez” del evento, el hecho de que el festival ocurra con regularidad

---

<sup>44</sup> José Miguel Beltrán, “Aurtengo blogero bereziak,” *Subtítulos!* (blog), 28 de octubre, 2015, <http://blogak.donostiakultura.com/subtitulos/2015/10>.

pero con *insuficiencia* respecto al resto de actividades culturales que realizamos a lo largo del año, llama a la asistencia masiva del público. Incluso para los que durante el año apenas pisan las salas de cine, el vigor que el festival trae a la vida social de la ciudad mueve a los ciudadanos a empaparse del ambiente festivo, a hacer colas para conseguir entradas y a llenar las salas durante los días que dura el evento. El festival nunca puede llegar de forma inesperada y por eso, su entrada y salida debe anunciarse adecuadamente en el espacio de la ciudad por ejemplo, mediante cartelería y mobiliario urbano, y mediante una intensiva campaña mediática de aclimatación de la que son objeto grandes festivales como el de Donostia Zinemaldia o Málaga.

Las redes sociales, han entrado también a formar parte de este proceso y empiezan a tener un papel importante en mantener al festival *presente* durante todo el tiempo que el certamen no se celebra. Si las semanas previas al festival son clave para empezar a preparar y desplegar la puesta en escena sobre el terreno, las redes sociales cumplen una función bien diferente, en la medida en la que sellan vínculos permanentes con el público y se comprometen a mantenerlo en constante actualización: los festivales ya no sólo tratan de atraer, fidelizar y permanecer en la memoria del público, sino que buscan instalarse en los flujos de información a los que recurren de manera diaria. A través de los “ecos” y los “reflujos” que genera la propia celebración del festival y que los certámenes publican puntualmente en las redes, el festival amplía las opciones de permanecer “vivo” en la conciencia de las audiencias y de comunicarse con ellas a un nivel que antes no tenía lugar. Los viajes del director a festivales cantera y a eventos “de prestigio,” el cierre de acuerdos con patrocinadores, la colaboración con otros certámenes y la actividad industrial que el festival realiza a lo largo del año, son episodios que antes permanecían ocultos para el público, pero que ahora forman parte de las historias que el festival comparte con sus audiencias. Incluso, las redes sociales se convierten en el medio a través de que la organización exhibe cada fase de producción, incluido el momento de puesta en marcha que comienza, en el caso del FICX, con un mensaje en la página oficial de Facebook y las imágenes del equipo en su primer día de trabajo en las oficinas del festival: “ya estamos trabajando a tope en las oficinas.” Un mensaje que, por otra parte, inicia la cuenta atrás y dramatiza el regreso.

Implicando a las audiencias de forma anticipada en las redes sociales, el festival juega a dirigirse de forma más personalizada a sus fans. Y es que, en última instancia, estas historias que el festival anuncia en primicia, responden a un intento de

posicionarse como una institución *transparente* que desea acortar las distancias con el público. Esta actitud de cercanía con el público que están adoptando los festivales se presenta como una estrategia cada vez más necesaria dado el dominio que las audiencias demuestran tener sobre los procesos de consumo cultural: un *festival-goer* que llega al festival con todo su bagaje cultural y con su experiencia previa del evento, no se va a conformar con ser un mero espectador que compra entradas, acude a las sesiones y se marcha hasta el año siguiente. En definitiva, el cinéfilo que acude al festival lo hace porque busca *pantallas públicas* que confirmen ante una comunidad de cinéfilos, su gusto por el cine. En esta línea de lectura, muchos académicos argumentan que más que ser un sustituto de la experiencia colectiva de ir al cine, las tecnologías digitales proporcionan la posibilidad de expandir los aspectos sociales de la experiencia del cine y sus placeres (Balcerzak y Sperb 2012, 2009). Sin ir más lejos ya se están ensayando fórmulas que combinan el evento cinematográfico con el servicio bajo demanda. Screenly, por ejemplo, es una plataforma web que facilita la colaboración entre creadores, promotores y espectadores para crear eventos cinematográficos en los que los espectadores escogen las películas que desean ver y generan eventos que pueden ser acogidos por diferentes salas de cine.<sup>45</sup>

Lo que pretendemos exponer aquí es que lejos de motivar un abandono masivo de los espacios públicos, los nuevos dispositivos de comunicación desplazan los términos, el lugar y los tiempos en los que se produce la “conversación” en torno al cine. No olvidemos que la cultura del cine hoy es ante todo interactiva, busca interaccionar con los otros y declararse copartícipe de una experiencia que *exige más que nunca hacerse demostrable en lo público*. Más bien, con Internet y en concreto, con la implosión de la redes sociales como herramienta clave de socialización y comunicación, las que se transforman —y amplían— son las vías y las posibilidades que el individuo tiene para acceder y proyectarse en el espacio social. En otras palabras, lo que las audiencias hacen en la red y en los festivales de cine forma parte de una misma experiencia de participación y de consumo cultural. La posibilidad de formar parte de una comunidad de espectadores o de una gran red social en la que las conexiones se generan sobre la posibilidad de participar y de compartir información a

---

<sup>45</sup> Screenly. <https://screen.ly/>.

nivel afectivo, enmarca desde mi punto de vista, parte de la misión de los actuales festivales de cine y es aquí donde podremos encontrar líneas en común.

### 3.7 Conclusión

Hasta aquí, hemos tratado de exponer cuáles son los escenarios físicos, tecnológicos y sociales sobre los que se están expandiendo los síntomas de la cultura participativa. Por ello, con la mirada fijada en las audiencias, hemos hecho un recorrido que comienza con Internet como nuevo marco de comunicación, visibilidad y sociabilidad para llegar a los festivales de cine, espacios de consumo habituales en los que a nuestro parecer, se están produciendo cambios importantes en lo que respecta a la experiencia del espectador y a su dominio sobre las culturas cinematográficas. Gravitando en torno a las teorías de Henry Jenkins, hemos visto que lo propio del sujeto contemporáneo es participar, y que la participación está siendo presentada como un síntoma de nuestro tiempo, promovida por la comunicación en red y la liberalización de herramientas y protocolos para la creación. *Presencia y participación*, se han convertido en ideas de gran calado a la hora de caracterizar la *cultura* actual, sin embargo, son conceptos que presentan grandes dificultades en el marco de la teoría actual. ¿Es apropiado proclamar el auge de una cultura participativa dados los altos porcentajes de abstencionismo electoral? ¿Está propiciando Internet “el fin de la cultura de masas,” como auguran algunos (Jarvis, 2015) o Internet es más bien la forma en la que la *masa social* se comunica entre sí? ¿Acaso se están desplazando los términos en los que entendemos y practicamos la ciudadanía y por tanto, los términos en los que conceptualizar la *participación*? Como concepto que nace en la democracia ateniense y que es condición de la ciudadanía, la *participación*, termina en este contexto por ser una aporía que corre el riesgo de perder su sentido y su relevancia en las sociedades democráticas.

En este punto quiero plantear que las nociones de participación y presencia están asimilándose cada vez más a las *audiencias*, que a su vez, se asimilan cada vez más a la idea de población, de ciudadano o de habitante con capacidad de intervención política. Con los nuevos protocolos de interacción online y las nuevas plataformas para publicar y compartir información en las que cualquier persona puede gestionar contenidos, las fronteras entre los tipos de sujeto que intervienen en la vida pública se enmarañan y se redefinen: *la participación*, como actividad que actualmente define el



modo de ser de las masas sociales, se afronta desde una variedad de posiciones e identidades como la del lector, la del espectador, la del usuario o la de escritor. Es necesario, por tanto, que estas nuevas experiencias participativas nos sirvan para pensar en la relación que existe y que ha existido siempre entre “el que mira,” o sea, el *espectador* (del griego *theorós*), y el ciudadano, es decir, el que mira y *hace teoría* con lo que mira. Y es que buena parte de la actividad que realizamos online consiste precisamente en ver y saber contar lo vemos, es decir, en saber comunicar nuestra experiencia como *espectadores*.

Sin olvidar que *participar constituye una forma esencial de negociación con la autoridad en nuestras sociedades democráticas*, en el siguiente capítulo, se van a explorar algunas de las formas en las que las audiencias de cine negocian y median con las estructuras de autoridad, representadas por el canon cinematográfico, las instituciones culturales y cinematográficas, entre ellas los propios festivales. Voy a hacerlo asumiendo que las formas participativas de nuestra época asumen un perfil festivo-espectacular y nos invitan, por tanto, a intervenir en la vida cultural —y también política y social— de una forma lúdica. Con ello en mente, vamos a proponer que el cine no sólo tiene que ver con la experiencia colectiva y en general silenciosa, de ver una película en la oscuridad de la sala, sino que puede estar, y a menudo emerge de entornos festivos y participativos en los que lo propio es celebrar el film de forma catártica. Que este tipo de experiencias hayan sido dejadas de lado en el estudio del cine, parece estar relacionado con la falta de atención que el mundo académico le ha dedicado al carácter lúdico que se encuentra en el propio hecho, casi connatural al ser humano, de *ser espectador*. Por ello, es necesario hacer una genealogía lúdica del espectador que nos permita arrojar luz al hecho, a menudo pasado por alto, de que ser espectador constituye en sí un acto participativo en el que nos encontramos constantemente involucrados, y que en la actualidad se renueva en la experiencia del usuario/consumidor/ciudadano. Nuestra prioridad teórica, por tanto, va a ser rescatar el concepto de *lo lúdico*, como noción clave para explicar tal experiencia.

## 4. Una teoría lúdica del espectador

### 4.1 El pueblo es el público

Desde su origen, el cine ha sido más que una forma de entretenimiento, una manera de proyectarse en el espacio social y de participar de la ciudadanía. En los primeros panoramas, las salas de variedades, los cines de barrio, los teatros monumentales, o los nickelodeones americanos, los primeros públicos no sólo encuentran una experiencia de inmersión y de abstracción de lo cotidiano, sino también la posibilidad de socializarse y de ser vistos en un contexto de consumo. Podría decirse que hoy las cosas no han cambiado tanto. El cine sigue siendo *una de las formas más prestigiadas de la imagen* y por ello es un espacio donde podemos hacernos visibles y donde hoy, más que nunca, podemos hacer esta experiencia comunicable: las multisalas, los cineclubes, los festivales, los museos o las filmotecas ya no son los únicos lugares por los que pasear nuestra identidad cultural. El protocolo de presentarse como consumidor de cine se expande a otras pantallas, espacios y formas de mediación social que en muchas ocasiones se encuentran incluso fuera del dominio institucional, como ocurre con el *pop-up cinema* y otras fórmulas de visionado colectivo que nacen de demandas sociales y con un espíritu antisistema. Igualmente, escribir un blog, reunirse con los fans de una saga para crear ficciones colectivas o “twittear” nuestro paso por un festival, vienen siendo algunas formas comunes de dar coherencia social a nuestros gustos cinematográficos. Estas pequeñas historias que hoy forman parte de la más absoluta cotidianeidad, son la muestra de que *ser espectador* es una de las formas más esenciales y primarias de participar en una comunidad. No sorprende, entonces, que incluso desde la política cada vez sea más habitual recurrir a la experiencia espectacular de los ciudadanos, como recientemente se ha demostrado en las elecciones generales celebradas en 2015 y 2016.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> No es baladí que los líderes políticos incorporen con frecuencia a su discurso referencias televisivas y cinematográficas. El ejemplo más reciente lo encontramos en las campañas para las elecciones generales de 2015 y 2016, y en el esfuerzo que los nuevos partidos de la oposición han hecho para identificarse con series televisivas de moda como *Borgen* (Adam Price, 2010-2013) y *Juego de Tronos* (David Benioff y D.B. Waiss, 2011–). Prueba de ello, es el libro coordinado por el líder político de la nueva izquierda Pablo Iglesias: *Ganar o Morir. Lecciones políticas de Juego de Tronos* (Madrid: Akal, 2014).

Todo esto, conecta con una de las conclusiones a las que llegamos en el capítulo anterior: en la actualidad, ser audiencia, es por excelencia el medio de intervención en la vida social y pública. Es decir, tal y como intuye el filósofo y hermeneuta Hans-Georg Gadamer, ser ciudadano implica ser espectador (*theoroi*), o sea, mirar con atención, contemplar y tratar de comprender lo que se ve, en el sentido de la noción aristotélica del *theoretikos*. Dominar la imagen, saber lo que vemos y ante todo, saber comunicarlo, se ha convertido en una herramienta clave de empoderamiento ciudadano. Ser dueño de un *smartphone*, tener una cuenta de Twitter y asistir a un evento cinematográfico, forman parte de una misma realidad social y cultural: la de estar conectado, —también en el sentido de *ser en conexión* a la comunidad—, y la de participar de una vida en comunidad. Es precisamente en torno a estas pantallas públicas donde el ciudadano no sólo *está presente*, sino que interviene en un acto creativo y participativo en el que *se le requiere*.

Con ello en mente, en este capítulo, queremos buscar algunas soluciones teóricas y terminológicas que nos permitan resolver la cuestión del espectador, como un sujeto que se involucra en la vida ciudadana desde el placer de la experiencia cinematográfica, desde el dominio de la imagen y del lenguaje de las nuevas tecnologías de la comunicación. El papel central que los festivales de cine juegan en la visibilidad de las ciudades (Wong 2011; Stringer 2008), en la creación de comunidades locales y globales (Derrett 2009) y en la revitalización de ciertos ámbitos económicos como el turismo (Bissell 2012; Knee y Rithdee 2011), nos lleva a pensar que hoy en día se está dando prioridad a una forma lúdica de administrar de la imagen cinematográfica y de gestionar la comunicación con el público.

Dicho de otra forma: lo lúdico se está convirtiendo en una forma de instrumentalizar las relaciones con la ciudadanía, de manera que no sólo las instituciones, la información, o la vida pública se ven filtradas por formas espectaculares y festivo-afectivas sino que son los propios ciudadanos los que encuentran en el juego formas de negociación con la autoridad. Por esta razón creemos conveniente elaborar una hoja de ruta en la que el juego y lo lúdico sean los conceptos guía que nos permitan comprender mejor cómo las instituciones están gestionando las relaciones con el

---

Para ampliar esta cuestión véase el artículo de José María Robles, “‘Borgen’, el sueño de Albert Rivera,” *El Mundo*, 17 de abril, 2016. Accedido 21 de mayo de 2016. Sobre las convergencias entre el discurso político y las series de televisión véase también el libro de Concepción Carcajosa Virino, *La cultura de las series* (Barcelona: Laertes, 2016).

público —que no es otro que *el pueblo*, que participa en la vida pública—, a través de la gestión emotivo-sensorial de las imágenes cinematográficas.

Para ello habrá que empezar dando prioridad a una definición pormenorizada de las nociones del juego y de lo lúdico, dos conceptos que a priori, pueden suscitar alguna sorpresa al hallarlos en un trabajo como este, dedicado a los festivales de cine y a la experiencia del espectador cinematográfico en la actualidad.

Una vez hayamos liberado el concepto del juego de sus significados más evidentes y equívocos, vamos a elaborar un contexto que nos permita ir hilvanando la relación constitutiva entre el cine y lo lúdico. Con este objetivo, vamos a recuperar parte de la tradición hermenéutica continental que ha identificado la experiencia espectral como un hecho colectivo que se construye sobre un juego de negociación entre el público y la obra. En este sentido, nos interesa en especial la perspectiva gadameriana por la que todo acto de representación y de recepción se fundamentan en la necesidad vital de las personas a jugar, una necesidad que en última instancia nos compromete en el incesante diálogo que mantenemos con los demás (con lo extraño) con el fin de comprenderlos. En otras palabras: vamos a tratar de explicar por qué ser espectadores constituye una forma esencial de participar en la sociedad.

En segundo lugar, y con el fin de contextualizar la experiencia ciudadana como una experiencia de “participación espectral,” revisaremos algunas formas en las que el poder se ha valido de la producción espectacular de imágenes para promover la cohesión social. En este sentido, trataremos de dar visibilidad al hecho de que convertir al pueblo en espectadores ha sido históricamente una forma de hacer participar al cuerpo social en la vida pública desde tiempos remotos. Esta forma de conservación de lo social a través de lo lúdico, se encuentra tanto en los cultos pre-modernos, como en las grandes ceremonias públicas celebradas por las monarquías del antiguo régimen para dar testimonio de su poder. Esto nos llevará a la íntima relación que históricamente ha existido entre la cultura, la educación y el juego, una relación que, finalmente, se pondrá de manifiesto en las políticas culturales y urbanas de las ciudades contemporáneas, y en las nuevas formas de gestión lúdica del espacio urbano.

Nuestro punto de vista es que entender la experiencia social (tan cotidiana) de asistir como público a un festival de cine, pasa por comprender de antemano el proceso político-económico que lo han hecho posible y que no es otro que el de la “ludificación” del tiempo de los ciudadanos y de su espacio habitable. En este sentido, este capítulo busca demostrar que la tradición de los festivales de cine y la estabilidad

de la que disfrutaban en las ciudades, se encuentran mano a mano con el proyecto de ubicar al espectador como el centro de la vida política y de la vida cultural urbana.

Antes de iniciar esta ruta se hace necesario reflexionar sobre el uso de lo lúdico como herramienta conceptual en este trabajo, más allá de lo que ya dijimos en la introducción. Paradójicamente, y a pesar del auge que como veremos a continuación el juego está experimentando en el ámbito del mundo académico como herramienta metodológica y como objeto de estudio en sí, lo cierto es que, salvo en contados contextos, el juego suele generar dudas como herramienta epistemológica para examinar fenómenos culturales, siendo mucho más difícil encontrar referencias al juego en la teoría de la comunicación y en los estudios del cine. En nuestro caso, el concepto del juego, nos ha permitido abordar de forma crítica algunos de los discursos más institucionales y exteriorizar los discursos tanto de dominio como de negociación que se encuentran detrás de una práctica tan cotidiana como asistir a un festival de cine.

#### 4.2 El juego y sus presencias en la actualidad: estado de la cuestión

En no pocas ocasiones el quehacer cultural y la propia idea de Cultura se han pensado desde la base teórica del juego. Que una idea, tan poco clara en nuestro imaginario como es la de la Cultura, ocupe una prioridad máxima en nuestra escala de valores, nos anima a pensarla desde el distanciamiento y la provocación que nos proporciona el concepto de juego, tal y como lo teoriza el historiador holandés Johan Huizinga (1938). Su obra seminal acerca del juego como elemento formativo de la cultura humana, ha tenido una repercusión inesperada en el desarrollo de diversas teorías culturales, siendo destacable la reinterpretación a la que lo somete Gadamer en sus escritos sobre el problema hermenéutico y la teoría del arte.

Sin embargo, el mundo de la ciencia y de la cultura no siempre ha mostrado interés por el juego. En su influyente sociología de lo lúdico, Roger Caillois ([1961] 1994), lamenta que los juegos han sido a menudo infravalorados como actividades “menores” por considerarse “meras imitaciones de la vida” (107). Algo, que contrasta de forma llamativa con el lugar que el juego ocupa en nuestras vidas: las apuestas, las loterías, los deportes, los videojuegos y toda una serie de pasatiempos que contienen elementos recreativos, de competición y de azar, son actividades a las que nos dedicamos de lleno, sin miramientos y con ostentación.

Las conexiones del juego y del jugar con la broma, con lo que no es serio, con el pasatiempo y su equivalente deformado en el español de *lo lúdico*, hacen que situar el juego en la misma base del fenómeno cultural parezca un atrevimiento. No cabe demasiada discusión ante la afirmación rotunda de que la cultura es una cosa muy seria. Entonces, ¿cómo arriesgarnos a amenazar su reputación insinuando que en las circunstancias del juego encontramos una vía teórica desde la que aproximarnos a cualquier tipo de ocupación y expresión cultural en la actualidad?

Si el juego ha formado parte del interés académico de forma intermitente, desde hace una década, estamos asistiendo a un resurgir del interés por el juego y lo lúdico. En la actualidad, el concepto del juego tiene una presencia cada vez más recurrente en nuestro vocabulario social y ha llegado a convertirse en una metáfora esencial para entender la cultura.

Desde el alto riesgo de la especulación en bolsa hasta la planificación urbana, pasando por las nuevas exigencias empresariales que imponen las relaciones en red, la retórica política, la computarización virtual de la guerra, el marketing, la proliferación de eventos o las metodologías pedagógicas que apuestan por el “aprender jugando,” las referencias lúdicas son cada vez más abundantes y necesarias para comprender el día a día. Quizás, la referencia más evidente de una cultura que se deja conquistar por lo lúdico, es la devoción masiva que existe por los videojuegos y los juegos digitales (juegos online, juegos de ordenador y consolas portátiles y de sobremesa) y que se traduce en la expansión y diversificación de una industria que para 2017 se espera que haya generado cien mil millones de dólares.<sup>47</sup> En los últimos años, la aparición de los juegos para dispositivos móviles y la proliferación de plataformas, diseñadores y desarrolladores independientes de juegos, está situando al mercado del juego por delante de otros sectores del audiovisual, entre ellos el cine: Según datos de AEVI (Asociación Española de Videojuegos), en 2014 sólo en España el mercado del

---

<sup>47</sup> Datos del Global Games Investment Review sobre el mercado de juegos digitales realizado por la consultora Digi-Capital: Digi-Capital, *Global Games Investment Review 2014*, accedido 20 de marzo 2016. [http://www.proelios.com/wp-content/uploads/2014/01/Digi-Capital\\_Global\\_Games\\_Investment\\_Review\\_2014\\_Executive\\_Summary.pdf](http://www.proelios.com/wp-content/uploads/2014/01/Digi-Capital_Global_Games_Investment_Review_2014_Executive_Summary.pdf) (consultado el 20 de marzo de 2016).

videojuego alcanzó la cifra de 996 millones de euros, superando al cinematográfico que según datos del ICAA, en este mismo año generó 518 millones de euros.<sup>48</sup>

No obstante, la expansión de la industria de los juegos apenas representa una pequeña parte de lo que el juego contribuye en nuestra vida. Los territorios de la vida que tradicionalmente han formado parte del ámbito de *lo serio* y de lo elevado como el trabajo, la ciencia, el estudio, la política o el arte, se encuentran impregnadas de elementos lúdicos que arrastran a quienes participan de ellas al territorio de lo festivo y de la emocionalidad. Puede decirse que hoy en día, todo necesita de este revestimiento lúdico para encontrar un lugar en la sociedad. Entre estos ámbitos, el de la política se desvía prodigiosamente al ámbito del espectáculo en el intento de encontrar cada vez más popularidad entre el público: la retransmisión televisiva masiva de las campañas, el auge de políticos-comediantes, la intervención de líderes en formatos televisivos como los concursos y los *late nights*, o sus cada vez más habituales referencias a las series de televisión y elementos de la cultura popular, sitúan progresivamente a la política en la dimensión del juego.

Incluso las ciudades, son hoy la máxima expresión del “urbe ludens,” territorios para el ocio y el espectáculo en los que el tiempo se despliega en función de una distribución de lo festivo y de *los eventos*, cuando no de una espectacularización de la imagen como ocurre con proyectos como Callao City Lights, en los que una plaza se convierte en un espacio barroco de juego de luces. Pero también, el juego está tomando las ciudades a través fórmulas de intervención artística. En los llamados *juegos urbanos*, instituciones como Medialab Prado en Madrid o Watershed en Bristol o Ludus en Leeds, organizan talleres en los que se recurre a fórmulas lúdicas para motivar la intervención ciudadana: desde el extendido *gardening guerilla*, hasta los proyectos jugables que invitan a los ciudadanos a experimentar el hábitat urbano como una suerte de videojuego multijugador, jugable a través de grandes pantallas instaladas en la ciudad. Un paradigma que se amplía con la restauración de espacios degradados o históricos de la ciudad y su reconversión en espacios para lo lúdico y la cultura, un modelo al que se suman espacios como Matadero Madrid, hoy centro de exposiciones temporales, talleres, ciclos de cine, festivales de música y de teatro.

---

<sup>48</sup> Datos del AEVI y del ICAA: AEVI, “El videojuego en España,” 2015. Accedido 20 de marzo, 2016. <http://www.aevi.org.es/la-industria-del-videojuego/en-espana>; ICAA. *Resumen ejecutivo de 2014*. Accedido 20 de marzo, 2016. <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/ano-2014.html>.

Como reflejo de esta tendencia, diferentes estudios que a menudo asumen un punto de vista interdisciplinar, están arrojando luz sobre la recurrencia de lo lúdico y las formas en las que el juego se articula en diferentes dominios de la ciudad y de la vida pública. Por ejemplo, Benjamin Shepard (2011), demuestra cómo el juego (a través de la sátira, el humor o la performance) ha sido a menudo un ámbito fértil de acción para el activismo y como material que a lo largo de la historia se han nutrido movimientos sociales para revelarse contra el *statu quo* y articular todo tipo de protestas en el espacio urbano. En este sentido, Shepard presenta el juego no solo como un elemento que discurre en el programa de acción de las ciudades y sus gobernantes a través de, por ejemplo, la programación cultural y de fiestas, sino como una vía para la negociación con las autoridades y para la intervención y el cambio más allá de las vías institucionales.

Por otra parte, no podemos desligar estas tendencias del auge que el juego experimenta como elemento central en la educación y en la infancia desde los últimos cincuenta años y en particular, desde que las Naciones Unidas incluyen el juego en la Declaración de los Derechos del Niño en 1959. Desde entonces, el juego pasa a existir en calidad de actividad al que tienen derecho todos los menores y se convierte automáticamente en un valor incuestionable que va a reforzar el método científico. El desarrollo acelerado que en la primera mitad del siglo XX experimentan la psicología y la antropología se va a reflejar en la floración de toda una serie de teorías pedagógicas. Investigadores como Piaget y Vygotsky en la psicología cognitiva, Freud y Winnicott en la psicología clínica, o Sutton-Smith en el marco de la antropología cultural, preparan el terreno sobre el que se trabajará en las siguientes décadas. Finalmente, el juego al servicio de la educación se expande a través de las ciencias de los deportes, la pedagogía o distintas ramas de la psicología como la psicología social, cognitiva o educativa, componen el cuadro de disciplinas que van a terminar de legitimar el juego como herramienta formativa. Lo cierto es que la reputación que el juego se ha ganado en nuestros días en el territorio de la infancia, lo ha terminado de legitimar como actividad al servicio de la educación, y no tanto como actividad estética en la que germina el aprendizaje. Ciertamente esta situación nos habla de un hecho fundamental que tendremos que valorar en esta tesis: si el juego y la educación consisten encaminar al individuo en una dirección determinada para formarlo como ciudadano y como persona, esto quiere decir que ni el juego ni la educación están libres de valores y siguen un programa ideológico preestablecido.



Algo, que podemos aplicar a toda una serie de modelos educativos defensores del juego que están surgiendo de la colaboración entre las ciencias educativas y las ciencias informáticas. Sobre esta base, diseñadores de juegos y especialistas del aprendizaje están creando modelos escolares experimentales basados en los principios de los juegos (*game-like learning*) que habitualmente incluyen modelos informáticos como los videojuegos o el *storytelling* digital (*digital media learning*) para promover entre los escolares valores de interés para la ciudadanía como la tolerancia, la educación y la salud sexual. Incluso, en el marco de este auge de los videojuegos como herramientas para la educación y la mediación social, se están financiando proyectos de corte social que buscan lograr cambios sistémicos a través de la movilización social, la política y la educación. Es el caso de colectivos como el The Game Changer Chicago Design Lab o el Institute for the Future, que usan modelos basados en videojuegos y las nuevas tecnologías para diseñar modelos de acción colectiva a largo plazo e intervenir nada menos que en cuestiones relacionadas con la pobreza, la sostenibilidad, la inmigración o incluso los derechos ciudadanos (*educational and social committed games*).<sup>49</sup>

Mientras tanto, en el mundo del trabajo, también es posible encontrar cada vez más correspondencias con el universo del juego. El llamado *playful business*, que practican y predicán empresas tan conocidas como Google, se viene estableciendo desde los años noventa como modelo de trabajo en el que el espacio de la empresa se transforma ocasionalmente para dar acceso a actividades recreativas que aligeran la gravedad y la monotonía del entorno laboral: a través de fiestas corporativas, fisioterapia, actividades deportivas o zonas de descanso recreativas, muchas empresas buscan propagar un espíritu lúdico con el fin de generar complicidad entre los empleados e incrementar los valores empresariales. Por otra parte, la implantación de los elementos típicos de los juegos como la competición, la creación de retos, el establecimiento de reglas, las recompensas, la asignación de puntuaciones o las dinámicas de grupo en todos los ámbitos y las fases del trabajo en equipo, son técnicas cada vez más comunes que están alimentando a toda una industria de formadores dedicados a incrementar el rendimiento y estimular la efectividad entre los empleados.

---

<sup>49</sup> The Game Changer Chicago Design Lab, <https://lucian.uchicago.edu/blogs/gamechanger>; Institute for the Future, <http://www.iftf.org/home>.

Esta tendencia de integrar los elementos del juego en formas específicas de la vida como la empresa, la educación o la vida pública con el fin de mejorar y aumentar su rendimiento, se ha convertido en la base de un modelo de rendimiento empresarial que algunos denominan “*gamificación*” (*gamification*). Este fenómeno, en torno al que se ha extendido toda una discusión terminológica (*serious games, newsgames, persuasive games*) cuenta con sus propios predicadores en los Estados Unidos. Los diseñadores de juegos Ian Bogost o Jane McGonigal, han difundido su optimismo en el mundo académico donde ya es posible contribuir a la disciplina de los *game studies* y proclamar las ventajas estratégicas de los juego serios (*serious games*), que Joan Morales Moras (2015) define como “un tipo de videojuegos que combina su cualidad lúdica con una agenda educativa en un sentido amplio” (39).<sup>50</sup> Las innumerables cualidades sociales que en este contexto académico acumula el juego como herramienta que (rescatada de su irrelevancia y de su condición superficial de la vida) es capaz de “alterar actitudes fundamentales y creencias sobre el mundo, llegando a movilizar un cambio social potencialmente significativo a largo plazo” (Bogost 2007, ix), nos lleva a pensar que este tipo de propuestas faltan aún de un frente crítico que se dedique a recapacitar sobre las implicaciones éticas y legales de la aplicación de los juegos en el trabajo, así como sobre los términos en los que éste se implementa, sus metas y su viabilidad en cada caso y en cada área de especialización. El optimismo con el que actualmente se está abordando la cuestión del juego tanto en la definición del espacio público de las ciudades y las cuestiones de relevancia social, como en el ámbito privado de la empresa, exige un profundo entendimiento de la historia del juego, sus características y sus tendencias, así como de qué es lo que la palabra *juego* invoca y cuáles son las consecuencias de convertirla en título de un proyecto de ciudadanía o de marketing.

En definitiva, en manos de artistas, tecnólogos, diseñadores, académicos, urbanistas, funcionarios del estado y gestores culturales, el juego está viviendo un período de prosperidad como material desde el que construir las virtudes de las nuevas

---

<sup>50</sup> Trabajos que pertenecen a la disciplina académica de los *game studies*, consolidada desde 2001 con revistas como *GameStudies* o centros de investigación como el *Computer Game Research Centre* (IT Copenhagen) dirigido por Espen Aarseth.

ciudades como la participación en las políticas públicas, el desarrollo urbano, o la capacidad creativa y empresarial de los ciudadanos. ¿Podemos entonces afirmar, como se ha afirmado del Barroco (Maravall 1975), que nuestra época es una época lúdica? ¿Con qué se corresponde lo lúdico en nuestra época? ¿Con un acatamiento de las normas y un respeto por quien las impone? ¿Con una experiencia de participación espontánea, libre y creativa?

Joost Raessens (2014, 2006), interesado en estas nuevas formulaciones con las que el juego emerge como parte esencial de la vida cotidiana, llega a la conclusión de que la cultura actual se encuentra sometida a un proceso de “ludificación.” Para Raessens, esto, no sólo se percibe en el prestigio que el juego tiene como herramienta cultural, sino ante todo, en el efecto que nuevos medios tienen sobre la identidad de las personas. De ahí que para Raessens (2006) el actual auge del juego se encuentra íntimamente relacionado con el uso de los videojuegos y de nuevos medios como forma de conexión social (53). De este modo, el cine, la televisión o las redes sociales, ofrecerían al usuario-espectador un tipo de interacción que le fuerza a intervenir de manera lúdica, ya sea, a través de aplicaciones (*apps*) que permiten participar en apuestas mientras se ve un partido de fútbol, o implicándose en las redes sociales donde usuario construye una identidad lúdica basada en modelos de preguntas respuestas. Como explica Raessens (2014): “New media appear to exemplify this process of ludification: think of both commercial and serious computer games, playful communication via mobile phones, or social media like Facebook where identities are constructed in a playful way” (98).

Otros, no obstante, han detectado que lo lúdico ya se encontraba imbricado en nuestras formas de vida mucho antes de que los videojuegos y los nuevos media ocuparan el lugar que ocupan hoy en la comunicación y el tiempo de ocio. Zygmunt Bauman (1997) han recurrido en diversas ocasiones al juego como metáfora de una sensibilidad posmoderna irresponsable que se deja llevar por los placer individuales: no es sólo que el juego se haya convertido en la era posmoderna en un elemento decisivo de la toma de decisiones en todos los campos de la vida, sino que en la posmodernidad, el mundo puede ser formulado en sí como un juego:

El tiempo en el mundo-como-juego se divide en una sucesión de juegos. Cada juego se compone de sus propias convenciones; cada juego es una “provincia de significado” separada —un pequeño universo propio, cerrado en sí mismo y

autosuficiente. (...) Los muros del juego son impenetrables, las voces de fuera llegan dentro sólo enmudecidas, un ruido inarticulado. (98)

Para Bauman (1997) Jugar la vida como lo hace el sujeto posmoderno, “*abrirse, sin reservas y con absoluta devoción, al juego, tal y como lo hacen los niños*” (99), implica dejarse llevar por elementos como el azar o el impulso, dando prioridad en la toma de decisiones a la estética y el gusto, por encima de la responsabilidad y la moral. Ser jugador, entonces, no sería para Bauman sino la forma de describir a un sujeto que no logra emanciparse, que se encuentra socialmente alienado y que delega sus responsabilidades en las instituciones de la ley, de gobernabilidad, etc.

Esta visión de la sociedad posmoderna como un conjunto fragmentario hecho de *juegos aislados* que ocurren paralelamente, pero que no se afectan entre ellos, se corresponde con la visión que Lourens Minnema (1998) presenta de la sociedad del siglo XX, una sociedad que se compone de diferentes esferas. La esfera de la economía, de la ley, de la educación, de la tecnología, de la ciencia o del arte, poseen una autonomía relativa ya que en cada una se ejercitan normas diferentes y en ellas hacemos nuestras *jugadas*, tomando decisiones, asumiendo riesgos. Como en el juego, cada universo erige un mundo propio que a pesar de no ser comprendido por los otros, funciona para los que lo juegan. Aquí, el juego sería la metáfora más ajustada para describir los mecanismos y el sentir de la cultura posmoderna, que para Minnema “es un juego sin un objetivo general, un juego sin un destino trascendente” (21).

Si algo nos dicen los puntos de vista expuestos es que en el juego convergen una serie de cualidades y característica a primera vista del todo contradictorias: la creatividad, la espontaneidad, el riesgo la improvisación, la disciplina y el autocontrol son características del juego que lo convierten potencialmente tanto en una vía de expresión libre y espontánea capaz de perturbar las normas, como en un recurso habitual para la transmisión de la ideología y el ejercicio de poder. Una cosa sí es segura: aun cuando el juego es un recurso desde el que buscar vías alternativas y creativas al establecimiento del orden y de la autoridad, al mismo tiempo, el juego nos permite estar integrados en el sistema social.

Aunque más adelante trataremos con más detalle esta ambigüedad en la que se mueve lo lúdico, en este punto, pretendo dar a conocer algunas de las teorías que han ensanchado el significado del juego y que lo han liberado de sus contextos más evidentes, sobre todo en el marco de las disciplinas culturales. Aunque algunos autores

habitados a nadar en los márgenes de sus disciplinas han llegado a superar estas limitaciones y a preguntarse cuáles son los indicios de lo lúdico en el cine (Atkinson y Kennedy 2015; King y Krzywinska 2002), en el viaje del turista actual (Sheller y Urry 2004), o en las prácticas del espectador de los géneros de la cultura visual digital (Darley 2002), el juego aún carece de reconocimiento como herramienta que ponga en pie un cuerpo metodológico. ¿Qué funciones va asumir el concepto del juego en esta tesis?

Creo que todo lo dicho hasta ahora nos permite empezar a pensar en el juego como una de las vertientes antropológicas de una conciencia cultural contemporánea que se está configurando en el terreno de lo festivo. Diciendo esto, estoy apostando firmemente por lo lúdico como un concepto que, aun ocupando una posición modesta en el estudio reciente de la cultura, puede auxiliarnos en la tarea de hacer inteligibles las relaciones entre los espectadores y la cultura, entre el público y la ciudad, entre las partes y el todo. Con esto no pretendemos sugerir que la cultura puede sin más ser definida a partir del juego.

En todo caso, queremos demostrar que *bajo las circunstancias del juego, las personas aprendemos a ser espectadores y ejercemos la ciudadanía*. Es decir, a partir del juego, podemos darle sentido a toda una serie de experiencias que tienen relaciones constituyentes y que se encuentran activamente implicadas en las formas de participación e intervención ciudadana. Por ello, vamos a proponer el juego como herramienta epistemológica, como hoja de ruta que nos acerque a una parte de la experiencia cultural: la del espectador contemporáneo.

### 4.3 El juego entre el culto y la cultura: una aproximación desde la antropología y la sociología

Probablemente *Homo ludens*, escrito en 1938 por el historiador Johan Huizinga, es el texto que más atención han acaparado en los debates actuales en torno al juego y setenta años después sigue siendo una referencia ineludible para cualquier estudio que use el juego como instigador para una discusión seria de la cultura. Que el libro de Huizinga todavía sea un referente en los debates más actuales sobre lo lúdico en nuestras sociedades mediatizadas (véase, por ejemplo, el trabajo de Raessens) se debe a la amplitud de miras con las que el filósofo observa el fenómeno del juego.

Para empezar, Huizinga ([1938] 2007) parte de una premisa cuanto menos provocadora, sobre todo, si tenemos en cuenta que su texto se enmarca en el campo de la historia del arte a mediados del siglo XX: la cultura humana brota del juego, y en el juego podemos encontrar un hilo conductor para explicar cualquier manifestación humana que tienda a lo social, a lo civilizador, a la creación, en definitiva, de cultura: desde los ritos en las sociedades premodernas, a la vida política actual, del carácter ceremonial la guerra al saber filosófico, de los textos mitológicos a los ideales de vida barrocos, la historia humana, se presenta en el texto de Huizinga como un mosaico hecho de escenas que pueden ser abordadas e interpretadas a partir del juego. “*Ludus, ludere* abarca el juego infantil, el recreo, la competición y la representación litúrgica y también la teatral y los juegos de azar” (55).

Incluso cuando el juego es un espectáculo trágico de muerte y violencia como en la guerra y en ciertas formas de lucha y sacrificio, el juego nunca pierde su función cultural. A pesar de lo poco ortodoxo que para muchos lectores y académicos resulta que el libro de Huizinga (a lo que contribuye que el texto no se decante por ninguna disciplina concreta), sin tratarse de un estudio etnográfico, *Homo ludens* plantea una pregunta, si cabe, de raíz antropológica: ¿Qué nos puede decir el juego del ser humano y de su comportamiento social?

De algún modo el camino que Huizinga inicia, se encuentra iluminado por todo un contexto académico y humanístico que a mitad del siglo XX se vuelca en el estudio de la mitología griega y la historia de las religiones. Así, los trabajos de Karl Kerényi, Walter F. Otto o Eric R. Dodds, en torno a los cultos religiosos y las fiestas culturales en la antigüedad, siembran la sospecha de que el juego surja del espectáculo sagrado (Huizinga [1938] 2007, 22). Para Huizinga, la experiencia cultural del juego empieza en la fiesta sagrada ya que al estimular la fantasía, el culto se sitúa del lado de la figuración y la imitación: durante la fiesta, aquello que no puede tener lugar en la vida cotidiana cobra sentido para la comunidad que celebra y que *hacen como si* el mundo conocido acabara mañana.

Así, partiendo del acto esencialmente lúdico de la actividad cultural, Huizinga ([1938] 2007) observa que el residuo del juego se presenta con mayor intensidad en la figuración poética, en el arte y en la competición agonal (hilos conductores de su libro), para ir perdiendo fuerza a partir de la Ilustración, a medida que la política y el derecho van ganando territorio en la vida social. Para Huizinga, la experiencia de lo lúdico se presenta con mayor intensidad en unas épocas que en otras, siendo más

lúdicas aquéllas épocas que afrontan la vida con un carácter más insólito, ceremonial y festivo. Huizinga explica que “cada vez se impone más la conclusión de que el elemento lúdico de la cultura, a partir del siglo XVIII, en el que lo veíamos todavía en toda su flor, va perdiendo importancia en todos aquellos terrenos que le eran propios” (262). En este recorrido cronológico, llega Huizinga a nuestro tiempo donde, en esencia, faltan las características elementales del juego auténtico. Pero ¿cuáles son estas características? ¿Por qué se encuentran falsificadas en la vida contemporánea? ¿Por qué el impulso lúdico que Huizinga detecta, por ejemplo, en el Barroco, ya no tiene un contenido creador en nuestro siglo?

Esta perspectiva, sin duda, pone en entredicho lo que escribimos al principio de este capítulo: convivimos bajo la predominancia de lo lúdico. Conviene, por ello, que repasemos el sentido que lo lúdico toma en el texto de Huizinga. Sobre todo porque, como suele ocurrir con los textos canónicos, las palabras de Huizinga han ido perdiendo su brillo original y adquiriendo la resonancia del pensamiento de sus lectores. Cuando Huizinga escribe que la guerra y el arte pertenecen a la esfera del juego y por tanto poseen cualidades lúdicas, ¿lo dice figuradamente?

Para Huizinga ([1938] 2007) el juego no es una metáfora sino un *hecho* que se presenta en la vida del ser humano de forma inevitable y hacia el que nos inclinamos desde la infancia. En su selectivo recorrido por la historia del juego, Huizinga empieza anotando que las personas (como los animales) *tendemos naturalmente* a jugar y por eso, nuestra inclinación hacia el juego no es algo que se pueda controlar. En todo caso, el juego es “*una magnitud que nos viene dada de antemano*” (15). Nos afanamos por naturaleza a las normas del juego y a sus placeres y por ello, el juego posee siempre al jugador y no al revés. A la vez y a pesar de todo, *el juego se juega*, es decir, es el resultado de las elecciones del jugador que dentro de unas normas explícitas estudia sus opciones y da los pasos precisos para llegar a la meta. En este sentido, el juego humano se diferencia del de los animales porque tiende a autorregularse bajo el dominio de la razón.

Así, en el texto de Huizinga convergen dos formas de aproximarse al juego que van a determinar los significados que el término ilustra. Por un lado *el juego* y su plural, *los juegos*, son en el texto de Huizinga las actividades de carácter social que contienen elementos de riesgo, azar, competición e imitación, donde entrarían desde las competiciones, carreras de caballos, loterías, coches de choques o paracaidismo, hasta el cine, el teatro, conciertos y carnavales. En su estudio sociológico del juego,

Roger Caillois ([1961] 1994) retoma la cuestión de los juegos sociales allí donde la deja Huizinga y se dedica a clasificar las más típicas ocupaciones y tendencias del hombre según unos principios lúdicos fundamentales que dan lugar a una tipología de juegos sociales: los juegos de imitación y simulación (*mimicry*), de competición (*agôn*), de azar (*alea*) y de vértigo (*ilinx*) y sus distintas combinaciones.

En una segunda acepción, el juego se corresponde con una función vital con finalidad biológica que tiene un papel en el desarrollo físico y de las capacidades cognitivas, así como en el desarrollo de la persona como ser social. El otro sentido que toma el término *juego* en el *Homo ludens*, constituye el eje de la antropología de Huizinga y pocas veces se ha sabido entender en toda su amplitud. Por encima de todo, Huizinga concibe el juego como una realidad impersonal y superior al ser humano que impone sus normas a quien participa de él. Aquí, la participación tiene un énfasis especial ya que, a la vez que el juego ejerce cierto dominio sobre los participantes que siguen las normas explícitas e implícitas —en el decorado, en las palabras y los gestos— el juego no puede producirse sin la intervención de los jugadores.

Si bien, esta última acepción es la que más nos va a interesar a la hora de caracterizar la experiencia contemporánea del espectador cinematográfico, aquí, vamos a usar el término *juego* para referirnos indistintamente tanto a las actividades lúdicas de carácter social (en las que se incluye el cine) como al hecho inmaterial que provoca un estado de abandono y que en última instancia provoca una experiencia colectiva de comunicación. Como es lógico trataremos de que el uso que se da del término en cada caso quede claro en el contexto.

Aunque cuando tratemos la cuestión de la *participación espectral* nos detendremos con más detalle en esta última acepción, hay que añadir que Huizinga ([1938] 2007), le da a esta una prioridad especial en su texto. Y es que quien participa en el juego lo hace siempre en un estado de entrega absoluta, que en ocasiones deriva en la devoción o la ludopatía. Nadie quiere que el juego concluya, ya que el placer de imitar es difícil de igualar. Precisamente, por la abstracción de la realidad a la que se tiende cuando se juega, el mismo Huizinga pone en duda que el saber científico pueda ser capaz de reducir esta cualidad del juego a factores cuantitativos (15). Quien se encuentra bajo el ánimo propio de lo lúdico y de lo festivo, difícilmente podrá captar sensiblemente el objeto de la fiesta.

Este placer intenso que obtenemos durante el juego y que se resiste a ser analizado, es quizás su elemento más distintivo. Cuando Huizinga escribe que el juego



se distingue de otras actividades de la vida porque “jugamos con libertad,” se refiere precisamente a la experiencia de goce absoluto que comienza con el juego, y que provoca que la ansiemos y que pasemos buena parte de nuestra vida *deseando jugar*. Por deseársela, escogemos *jugar* con mayor libertad que otras actividades. El trabajo nos ata, el juego nos libera. He aquí la primera paradoja: el juego pertenece al tiempo restante, no productivo, al tiempo del ocio y al pasatiempo y por ello, aparece relegado en nuestras sociedades y en nuestro vocabulario al territorio de lo prescindible. De ahí que muchos hayan querido reivindicar el espacio que el juego ocupa en nuestras sociedades y buscar su utilidad en otras áreas de la vida.

Llegamos así a una tercera cuestión que nos va a permitir adentrarnos posteriormente en las conexiones entre el juego y el arte. Precisamente por la devoción que genera, el juego debe tener una presencia contundente y notoria en la sociedad. Es habitual que el juego posea un espacio distintivo y que se desarrolle siempre dentro de un marco estético bien demarcado y fácilmente reconocible tanto para los que juegan como para los que no. Así, se le reservan al juego espacios concretos en la vida cotidiana que enfatizan con su refinamiento estético. Si hay algo que distingue a la actividad lúdica respecto a otras actividades de la vida cotidiana, es su singularidad ornamental y seductora. El juego “seduce” a los jugadores con sus espacios, su atrezzo, ropajes, instrumentos, espacios y otros ornamentos que revisten las reglas del juego y avisan que se ha accedido a una dimensión sagrada en cuyo umbral hay que abandonar el escepticismo. Así, para Huizinga ([1938] 2007) la intensificación de los elementos estéticos en algunas culturas y períodos de la historia expresa la riqueza lúdica de algunas épocas, tal y como ocurría en el Barroco, con el estilo rococó y en general entre los siglos XVII y XVIII durante los que se normaliza la máscara, el adorno, la peluca o el maquillaje (232). Cuando jugamos y nos sometemos con tesón a las normas del juego (sus gestos, guiños y posturas) realmente estamos comprometiéndonos con su aparato estético.

Pero además, el juego, no sólo dispone de sus propios elementos y escenarios distintivos, sino que posee un tiempo, o mejor dicho: posee el tiempo de las personas. Campeonatos deportivos, salas de juegos, fiestas religiosas, festivales de cine y de música, obras de teatro, conciertos, no sólo se caracterizan por poseer una presencia contundente en el paisaje urbano, sino también porque a menudo, ritualizan su llegada a tiempo de los ciudadanos. Todos saben de la importancia de edificar estéticamente el juego entre un principio y un fin, y por eso la acción colectiva va a menudo

encaminada a fomentar y a anunciar la presencia de este estado festivo de cosas en el que prima la simpatía. La mención de la simpatía, tiene aquí una intención muy concreta. La simpatía acompaña todo ambiente festivo y viene a significar en pocas palabras *sentir con*, *sentir a la vez*, es decir, alude a un sentir conjunto que es propio de las comunidades y de los actos comunitarios. A todos por razones diferentes, nos conviene mantener nuestro papel dentro del juego. Visto así, podemos afirmar que el buen funcionamiento del juego depende en gran medida de la interacción entre estos roles que escenifican una posición de excepción unos respecto de los otros.

Este interés por contribuir a la definición única y general de una situación, se manifiesta en términos sociológicos y con una “mirada ritual” hacia los encuentros sociales, en la actuación colectiva (*performance*) que obedece a lo que el sociólogo Ervin Goffman (1959) llama el marco (*frame*). Los marcos, para Goffman, marcarían ese sistema de premisas y de instrucciones necesarias para descifrar y dar un sentido al flujo de acontecimientos (Wolf 1988, 40). Instrucciones que como ya vimos suelen derivar en fórmulas y normas implícitas que terminamos dando por descontado y que realizamos de forma casi inconsciente, como ocurre en el festival de cine cuando cada uno asume sin más el papel que debe jugar ante los demás. Pero quizás, lo que mejor define el marco es la voluntad las personas por mantenerlo y fomentarlo, de manera que a cualquier encuentro social, le preexiste siempre el objetivo de favorecer ese encuentro. O, en palabras de Goffman ([1959] 1997), “cualquier encuentro podrá definirse como la cooperación entre las personas por salvaguardar esa representación que prescribe una situación social dada” (255).

Podría decirse entonces que lo que posibilita que exista el *marco* del festival es que haya una multitud que se *lo tome en serio* y que sean o deseen ser conocedores de las reglas del juego. Sin olvidar que en el momento en el que estudiamos el festival como un marco, tendremos que considerar que éste se define también por su *afuera*, es decir, por aquéllos que aun no participando, le reconocen un espacio en la sociedad. He aquí la importancia que toman los *participantes potenciales* a la hora de legitimar el juego. Lo que ocurre fuera del juego es tan importante como el juego mismo ya que son todos esos elementos externos y ajenos los que le otorgan visibilidad y proyección. El *afuera* se correspondería por lo tanto con toda la serie de elementos contextualizantes e ideológicos que no forman necesariamente parte del juego y sus normas, pero que contribuyen a promoverlo y legitimarlo en un lugar cultural dado. Esto es muy importante, ya que nos ayudará a interpretar el papel de los medios en la

comunicación de los festivales de cine a distintos niveles —local, nacional, global—, y por lo tanto en su legitimación como un contexto de prestigio cultural que habrá que promover.

En definitiva, en clave sociológica, el *marco* explicaría el fuerte compromiso social que se genera en cualquier comunidad para que el juego siga realizándose. En este sentido, parece coherente decir que el juego necesita de cierta realización ritual para establecerse. Decimos, *ritual*, por las maneras en las que el juego orienta a las personas a estar ahí, a participar y a conducirse en conjunto hacia los mismos objetivos hasta que éstos terminan por hacerse actos rutinarios. Si tenemos en cuenta que el objeto de estudio de Goffman son aquellas competencias que se dan por descontadas en la conducta humana, el *marco* parece un punto de partida coherente para aproximarnos primero al juego y después a los festivales de cine, como escenarios cotidianos que por ser tantas veces reconstruidos en la vida cotidiana terminan por hacerse invisibles como sistemas normativos. Precisamente porque ser invisible es una cualidad típica de los rituales, habrá que dedicar un tiempo a establecer algunas normas que nos permitan aclarar dónde comienza el ritual y dónde acaba el juego, y viceversa.

Dicho esto, no conviene perder de vista que, el destino de todo juego, es el de servir a una función civilizadora y de superación. No por casualidad, Roger Caillois ([1961] 1994) apunta en su texto a que es propio del ser humano ser social y amar las normas. Así, sentir atracción por lo que es normativo por lo que se autorregula y se contiene, resulta tan humano como el exceso de energía del que nace lo lúdico y para el que la sociedad reserva tiempos y espacios concretos. Caillois, descompone así, la bipolaridad del juego —que no deja de corresponderse con la bipolaridad de las emociones humanas—, en dos conceptos que él mismo califica como dos polos que tienden a atraerse: *paidia* y *ludus*. Por un lado, con el término latino *ludus*, Caillois hace referencia a la fase del juego (ya la tendencia humana) que se corresponde con la “virtud civilizadora” (65) de domesticar y aplacar lo que se desborda, de encauzar aquello que brota fuera de su cauce. De este modo, el *ludus*, puede identificarse en todas esas manifestaciones lúdicas que ambicionan formar parte de la institución ya que nacen con una inclinación hacia la norma (64). Mientras tanto, Caillois identifica las manifestaciones más espontáneas, irreflexivas y exuberantes del juego con el término griego *paidia*, que se corresponden con la conciencia más prematura del juego: no se debe pasar por alto que *paidia* deriva de *pais*, es decir, *niños*.

De este modo, Caillois argumenta que las fases más destructivas y menos civilizadas del juego, se modelan y perfeccionan a través del *ludus*, como ocurre por ejemplo, cuando el instinto de supervivencia se convierte en deporte o en un entrenamiento supervisado. De igual manera, la lucha, las apuestas, la irreverencia o el consumo de drogas, se encuentran regulados explícitamente en una sociedad y para ellos se reservan espacios y tiempos concretos: la lucha libre, los casinos, los carnavales, los deportes de riesgo, o los clubs nocturnos, serían ejemplos de cómo a través del *ludus* se tiende a contener los instintos más indómitos y a canalizarlos hacia fines productivos. Podría decirse, que los instintos nacen desbocados y condenados al límite. Esto determina la doble existencia del juego en la vida social, que bien puede adquirir virtudes estéticas y tener una existencia productiva y creadora siempre bajo condiciones artificiales y figuradas en la vida cotidiana (los espectáculos, los parques recreativos, los centros comerciales y el ocio en general, el turismo), o bien puede huir del contorno y aprovechar la coyuntura lúdica para encontrar recodos y huecos por los que rebasarse y dar rienda suelta a conductas liminales.

Aunque despreciado por la institución y excluido de la ciudadanía y del sistema de valores públicos, el exceso siempre encuentra un refugio en las antípodas de la vida cotidiana. Lo sórdido, lo abyecto o el vértigo desbocado como formas aberrantes del juego son a su vez ejemplos de la existencia de un umbral con el que el juego siempre nos reta. Las drogas, una forma profusa de buscar el impulso del vértigo y el delirio son un ejemplo de los espacios subterráneos y furtivos en los que se instalan las formas corruptas del juego, entre las que Caillois ([1961] 1994) cita la violencia, la superstición, la enajenación mental o el alcoholismo (105). Lo abyecto siempre encuentra formas clandestinas de manifestarse y de simular que no está siendo aplacado: las *reivs* o las carreras de coches clandestinas no sólo son formas de posicionarse fuera de lo socialmente lícito, sino que hoy forman parte del día a día. La experiencia subalterna le hace así siempre compañía a lo lúdico, aunque sólo sea en forma de invitación. Y es que romper las reglas se encuentra en el centro mismo de la experiencia al formar parte de sus posibilidades, proporcionando incluso un placer mayor que el que proporciona seguir las: es precisamente en el respeto como en el desprecio que sentimos por la norma, que el juego se desvela como elemento esencial de la condición humana. Para Caillois, mientras que en las sociedades primitivas estas manifestaciones del vértigo se encontraban integradas en la vida diaria en común, en nuestras sociedades contemporáneas, han experimentado una considerable regresión y

han sido “desplazadas hacia la periferia de la vida pública, reducidas a papeles cada vez más modestos e intermitentes, si no es que clandestinos y culpables, o incluso confinados en el terreno limitado y reglamentado de los juegos y de la ficción (...)” (165).

Con todo, sin olvidar que las manifestaciones del juego se presentan en nuestras sociedades no de un lado ni de otro, sino en la frontera —entre la norma y el desenfreno autocomplaciente, entre el deseo por destruir y la obstinación por construir—, hay que subrayar que el potencial del juego para crear y producir algo nuevo *se encuentra siempre en la constancia de su ejecución*. Volvemos así, a la idea de que el juego se manifiesta ahí donde se aprende y se consigue dominar algo: a base de ensayar un movimiento, terminamos por conocer el funcionamiento de las cosas, resolvemos su mecanismo, y nos recreamos en este descubrimiento. Esta superioridad del *ejercicio* y el *ejercitar* como elemento constituyente de lo lúdico, también es la condición que le permite perpetuarse como forma cultural en una sociedad: el juego y los juegos, exigen una práctica y una reiteración física e intelectual, se desarrollan dentro de unos ritmos concretos y pactados, se asientan en estructuras repetitivas y solicitan una asignación de funciones, un orden y un dominio por parte de sus participantes. No es casualidad que Caillois, escoja el término *ludus* para referirse al carácter “edificante” del juego. No hay más que hacer referencia a la variedad de actividades que en la antigua Roma forman parte de la vida lúdica: el juego infantil, la escuela, la competición, la representación litúrgica, las tragedias y los juegos de azar, concurrían en el término *ludus* (que guarda elementos comunes con la *paideia*, el ideal de educación griega), que entonces se usaba para hablar tanto de los juegos públicos con un componente competitivo (como en las luchas de gladiadores y las carreras de carros de los *Ludi Romani*), como de la educación física e intelectual que los niños reciben en la escuela (Huizinga [1938] 2007, 55).

Lo interesante de la terminología de Caillois es que nos pone en contacto con ciertas funciones que han terminado por desaparecer de nuestro limitado vocabulario de lo lúdico. Por ello, recurrir a la etimología puede ser un ejercicio esclarecedor con el que volver a entrar en contacto con elementos como el ingenio, el esfuerzo, la paciencia, las habilidades o la imitación, que al fin y al cabo conectan a lo lúdico con la educación y con la experiencia estética, dos territorios que tradicionalmente han buscado el cuidado, el cultivo y la práctica de lo aprendido.

Si la falta de resonancia que el término *juego* tiene en español ha reducido a la mínima expresión el universo lúdico en nuestro imaginario, en otros idiomas, la relación constitutiva entre el juego, la representación y las artes escénicas (con las que el juego tiene un vínculo ancestral) se encuentra mucho más presente a través del lenguaje cotidiano. Así, en inglés, francés, alemán, sueco o eslovaco, los verbos *play*, *jouer*, *spelen*, *spela* y *hrat'*, se usan para designar la acción de ejecutar una pieza musical, tocar un instrumento, interpretar un papel (por ejemplo, sobre un escenario o en un film) y de practicar un deporte. Esta falta de afinidad en el español se hace evidente en la degradación del significado de lo lúdico, que como vimos arriba hacemos sinónimo del pasatiempo, lo ocioso o incluso lo divertido, donde ha quedado prácticamente desvinculado del vocabulario referente al mundo de la imitación y de las actividades “serias.” Tendemos por tanto a olvidar o simplemente desconocemos la correlación semántica que existe entre el fenómeno de lo lúdico con el juego, así como lo inherente que el juego es al arte y a la cultura. Esto, que puede parecer un detalle sin demasiada relevancia, es de gran significancia para este trabajo dado que por las limitaciones del español, a primera vista, el juego puede aparecer como un elemento ajeno a la vivencia del espectador, cuando en realidad, *el juego es lo que define su existencia*.

Dicho esto, ¿en qué consiste el juego y su potencial como concepto matriz para explicar la cultura? ¿En qué sentido el juego la esencia del sujeto-espectador? En primer lugar, hemos aprendido que jugar es una forma de darle un sentido renovado al tedio de la vida diaria, de cambiar el aspecto de las cosas y de otorgarles un estatus de imagen. Además, el juego se encuentra en la capacidad de controlar lo que nos rodea, en observar y percibir las relaciones causa-efecto y ser capaces de reproducirlas para *darles un sentido*. Este ejercicio tan cotidiano en el que se origina la identidad estética de las cosas, nos hace pensar que el significado y toda institución de sentido empiecen precisamente en el con el juego inocente, tal y como ocurre en la obertura del film *2001 Odisea en el Espacio* (Stanley Kubrick, 1968), donde los homínidos descubren el sentido de la muerte golpeando repetidamente el cráneo de un mamífero. Pero el juego no es siempre inocente. La forma en la que a través de lo lúdico se sobreexponen visualmente elementos y componentes de la vida cotidiana para darles *una nueva visualidad estética* es una actividad frecuente en la que no sólo se han especializado los artistas, sino también los tecnócratas y administradores del estado encargados de diseñar políticas culturales. En este sentido, podemos trazar a través del juego una

línea recta que va desde el arte pop de Andy Warhol a las nuevas ciudades de la cultura concebidas sobre la planificación de eventos y los festivales culturales.

En contrapunto a ciertas nociones que han “endulzado” el significado de lo lúdico, considero que un verdadero análisis de las funciones del juego en nuestras sociedades debe atender al espectáculo, al ocio, a los medios de comunicación de masas y a toda la serie de formas visuales con las que el poder ha promovido la cohesión social y ha dirigido a la población a comulgar con determinadas formas de vida y de pensamiento. Creo que resulta bastante fácil comprobar que las formas de integración social de carácter público juegan siempre a convertir a los sujetos en espectadores-participantes. Podríamos incluso afirmar que el dominio de las formas lúdicas como los ritos, las fiestas, y los espectáculos ha sido y sigue siendo un ejercicio clave en la conquista y la administración del poder. Con el fin de definir de forma más precisa las relaciones menos obvias entre el juego y el espectador, merece la pena dedicar un tiempo a revisar algunas de las formas en las que los estados han puesto lo lúdico al servicio de la ideología y del adoctrinamiento de ciudadanos. A esas culturas que se han especializado en el dominio del espectáculo, vamos a llamarlas “culturas lúdicas.”

#### 4.4 Culturas lúdicas: del poder regio a los medios de masas

Tradicionalmente, las élites gobernantes han acostumbrado a fomentar la participación ciudadana en diversas cuestiones del estado convirtiendo al pueblo en sus *espectadores*. En diferentes momentos de especial necesidad histórica, los estados han tratado de inculcar en los ciudadanos determinados ideales políticos, sociales y culturales a través del despliegue espectacular de imágenes del estado y de una serie de acontecimientos que poseen una relevancia lúdica. Con su presencia y su participación en toda una serie de fiestas y de ritos estatales como ceremonias, procesiones, desfiles, bodas institucionales, coronamientos, y diferentes celebraciones del poder monárquico, el pueblo le ha dado sentido y credibilidad a la visibilidad espectacular del estado. En otras palabras, los estados y diferentes instancias de autoridad han logrado reconocimiento en la medida en la que han ganado visibilidad: han hecho del pueblo, *su público*. Ser espectador, podríamos decir, es un hecho colateral a participar de los acontecimientos que vertebran la vida social.

Entender esto resulta imprescindible a la hora de analizar el tipo de experiencia pública que se tiene de la ciudad moderna y posteriormente, de la ciudad contemporánea. Sobre todo si pensamos en el progresivo auge de fiestas, maratones, festivales y rituales cotidianos con los que las ciudades buscar cohesionar a los ciudadanos y aliviar el desarraigo y la disfuncionalidad social a la que empuja la vida en cualquier ciudad. En concreto, este tipo de eventos que llenan hoy el calendario de las ciudades, se sostienen sobre un determinado uso de lo lúdico que se viene practicando de forma intensiva desde los siglos XV-XVI, es decir, en el periodo de transición que va de la Edad Media a la Edad Moderna en Europa occidental. Este período, coincide con un momento de transición histórica en el que la religión deja de ser el único referente en el horizonte y empieza a ser necesario encontrar nuevas formas de mediación simbólica que como la cultura, promuevan los vínculos afectivos y comunitarios entre las personas. Y es que en el momento en el que entran en escena nuevas formas simbólicas que compiten con el ámbito religioso, se hace necesario emprender un programa que cohesionen al pueblo en torno al nuevo espacio político: el estado y la nación.

No es casual que diferentes historiadores y académicos interesados en el ámbito de la estética y de la cultura hayan señalado el Renacimiento y el Barroco como momentos cúlmine de una puesta en escena lúdica de la ideología del estado. En este periodo, las monarquías absolutistas necesitan fortalecer su poder y su credibilidad ante la crisis inminente económica y las crecientes tensiones sociales que asolan a la Europa del siglo XVII. José Antonio Maravall ([1975] 1990) apunta a que el Barroco se caracteriza ante todo por la forma en la que las diferentes instancias de poder ponen en práctica una *cultura dirigida y masiva* que tiene como objeto unificar a una sociedad disgregada que cada vez muestra mayor descrédito hacia la monarquía. “Esta nueva sociedad (...) necesita una nueva cultura configuradora de los modos de comportamiento y de los fundamentos ideológicos que han de darse en su seno: una nueva cultura manejada como instrumento de integración” (177), escribe Maravall.

De este modo, a la vez que se intenta reconstruir la situación económica presionando a la población y elevando los arriendos, el poder busca acabar con todo signo de decadencia diseñando una cultura para “la nueva sociedad” que desbanque lo existente a partir de una reformulación lúdica de la vida. Esta cultura va a especializarse en el exceso de las formas, que no sólo van a plasmarse en los grotescos, el manierismo pictórico, los caprichos arquitectónicos, la fiesta teatral barroca y toda



una producción artística que busca superar los contornos formales de los siglos anteriores: más que eso, la experiencia formal del Barroco constituye una tentativa de estetizar la vida y la política a niveles que nunca antes se habían dado en la cultura. Así, la “liberación formal” el desprecio que en esta época se muestra hacia la medida, lo simétrico y las delimitaciones precisas —que constituían el ideal del arte renacentista—, conectan con un sentir que, paradójicamente, no se corresponde con una liberación espiritual. Al contrario, la experiencia barroca de la forma impide la acción individual. Como explica Mario Perniola (2001), “lo grandioso, lo robusto, lo colosal, implican la posibilidad de captar sensiblemente el objeto mediante una única percepción” (65). Por tanto, lo informe, lo inagotable, lo infinito, lo inédito y lo sublime, no serían sin más categorías propias de la representación visual barroca, sino metáforas con las que el poder empieza a definir a la población como *masa social*: “la materia sin forma que, dotada de un movimiento incesante, resiste a la acción individual” (66).

Todo esto ha llevado a buen número de historiadores a considerar que en este periodo se empiezan a definir tanto la idea de masa social como la posibilidad de controlarla a través de la producción cultural y los divertimentos vulgares. Como explica Maravall ([1975] 1990), el Barroco “es la primera cultura que se sirve de resortes de acción masiva” (223). Muestra de ello son los estilos y los géneros que en esta época proliferan con el fin de sustentar y entretener a una población que empieza a llenar las ciudades y que desean disfrutar de los privilegios de una clase media acomodada: la expansión del *kitsch* o la proliferación de un estilo literario que copia la erudición de las clases cultas, son ejemplos de cómo la producción cultural empieza a especializarse en producir a gran escala placeres para el “populacho.” En este sentido, Maravall, da continuidad a la tesis benjaminiana de que la crisis de la Modernidad y el auge de la sociedad de masas se remontan al Barroco.

A diferencia de sus coetáneos y colegas de la Escuela de Frankfurt Max Horkheimer y Theodor W. Adorno (2009), Benjamin, no sitúa las bases de la decadencia capitalista en la Ilustración, sino más concretamente en la forma en la que la producción cultural empieza a centrarse en el “gran público” durante el Barroco. Para Benjamin, todas esas categorías que como *lo nuevo* y *la moda* definen la superficialidad del sentir barroco, prefiguran las cualidades de una sociedad que cree por encima de todo en la mercancía y que pende de los placeres efímeros que esta le produce: el anonimato de las ciudades, las aglomeraciones ante los espectáculos, la

fabricación en serie o la importancia de la apariencia y la posición social, son algunos de los síntomas que delatan el barroquismo de nuestras sociedades hiper-controladas.<sup>51</sup>

Aunque aquí no tenemos tiempo de plasmar los debates teóricos que han conectado el sentir barroco con la cultura de masas, hay que señalar el papel que a partir del Barroco adquiere lo lúdico como resorte del desarrollo urbano. Si en el renacimiento se inician las grandes operaciones urbanísticas en Europa, a partir del siglo XVII, los núcleos urbanos se convierten en el verdadero destino del desarrollo de una conciencia social moderna, dirigida a ordenar y controlar a la creciente población urbana que empieza a organizarse en movimientos de oposición al régimen. Como se ha señalado en diferentes historias del urbanismo, la ambición barroca de domesticar a las masas a través de los entretenimientos diversos, se plasma tanto en el plano de las ciudades como en el desarrollo de una cultura urbana orientada al establecimiento de formas administrativas de represión.

En el marco de su preocupación de las transformaciones que experimenta la persona pública desde la modernidad, Richard Sennett (1978) comenta cómo entre los siglos XVII y XVIII, en ciudades como París y Londres se cambia la estructura de las grandes plazas públicas medievales y renacentistas, que dejan de servir a la función de ser lugar de encuentro para la congregación de multitudes. Como explica Sennett, al eliminarse de las plazas el comercio callejero, los puestos comerciales y los espectáculos populares de acróbatas, la población empieza a reunirse en el café, los parques y el teatro (72), lugares en los que se empieza a configurar una idea de *publicidad*, de persona pública bien diferente. No es casual que entonces, el espacio lúdico de la fiesta, se distinga cada vez más del espacio lúdico de la representación, que se va a ir diferenciando cada vez más del ámbito de la calle para recluirse en los espacios interiores. Pero los espacios para lo lúdico no sólo proliferan en el Barroco en

---

<sup>51</sup> Parte del complejo análisis de la modernidad y sus resonancias con el exceso y el hiper-control social del Barroco, lo hace Benjamin a través del concepto de la alegoría, un recurso estético frecuente en el drama barroco alemán, que posteriormente retoma en el *Libro de los Pasajes* (2005), en su análisis de *Las flores del mal* de Baudelaire. Para Benjamin, el uso de esta técnica, es el síntoma o la expresión de una decadencia que él mismo expresa en la “crisis del aura” (372). Esta tesis puede rastrearse en las reflexiones de Benjamin sobre Baudelaire en “Apuntes y materiales” (*Libro de los Pasajes*), así como en *El origen del drama barroco alemán* ([1928] 1990). Véase también el libro de Ana Lucas (1992) dedicado a la temática barroca en los trabajos de Walter Benjamin. Finalmente, hay que anotar que Benjamin será una pieza clave en el desarrollo de la idea de una cultura neobarroca del espectáculo en nuestra sociedad, una crítica que ha tenido un amplio desarrollo en el estudio de la estética posmoderna a través de los trabajos como de Paul Virilio, Jean Baudrillard y Omar Calabrese.

el trazado, las estructuras y la arquitectura de las ciudades, sino que los tiempos de la ciudad, empiezan a ser administrados por un programa de fiestas, festivales y juegos públicos que son reordenados por la institución monárquica. En el caso hispánico, la “transmutación festiva del marco urbano” (Díez Borque 1986, 21), tiene lugar en un momento clave de nuestra historia: la sucesión de fiestas como los autos de fe, las procesiones, las recepciones de la corona y más adelante la tauromaquia, sirven para controlar, sobre todo a partir de la expulsión morisca a “la urbe hispana mestiza, arabizada e ingobernable” (Trachana 2012, 432).

Cabe distinguir, entonces, entre las fiestas populares, que se celebran de forma clandestina en núcleos donde no ha cuajado la propaganda centralizadora de la monarquía, y las fiestas públicas oficiadas por la corona, cuyo centro serán las ciudades. Mientras que en las primeras, la población participa de forma activa en romerías, hogueras, bailes, comidas, enramadas y otros ritos ancestrales dispuestos por la tradición, en las segundas, el pueblo es un espectador inactivo, testigo de la propaganda monárquica y presente en tanto que cuerpo que da credibilidad a lo que ve. En ellas, lo lúdico sirve a una concepción unitaria y coherente de lo urbano con el que todos los miembros del nuevo espacio político puedan identificarse. De ahí que sea tan importante representar para el pueblo las coronaciones, besamanos, recepciones, audiencias, banquetes y demás actos reales, como narrarle todos los detalles a través de *las relaciones de sucesos y las relaciones de fiestas*, un género literario que Victoria Soto (2002) describe de la siguiente forma:

Una literatura afectada, ni verídica ni falsa, encargada de transmitir detalladamente las crónicas y vicisitudes de numerosos festejos europeos, tanto públicos como privados. Ningún festival de importancia durante los siglos del Barroco se organizaba sin tener en cuenta la correspondiente edición impresa.  
(16)

Aunque el esplendor de la imagen del poder monárquico llegue a su cúspide entre los siglos XVII y XVIII, el uso de la fiesta en la política no se extingue tras el Barroco. La transformación del ciudadano en espectador se va a ir especializando y sofisticando desde el siglo XVII hasta nuestros días, revitalizándose en ciertos momentos históricos de especial necesidad institucional. Sobre todo desde que, con la caída de las monarquías, las ciudades europeas asumen el proyecto de promocionar los valores de la Ilustración y de convertirse en los lugares en los que se reúnen de manera simultánea

los conceptos de residencia política y cultura común. Cultura, en este caso, entendida como los símbolos compartidos por una comunidad —*una cultura*—, y de acuerdo con la caracterización de Adela Cortina (2005), como “el conjunto de pautas de pensamiento y de conducta que dirigen y organizan las actividades y producciones materiales y mentales de un pueblo y que incluye repertorios de conducta, regulados por repertorios de normas y sustentados por un conjunto de valores que los legitiman y hacen comprensibles, pero también un conjunto de prácticas legitimadas e institucionalizadas” (188).

Es decir, a partir del siglo XIX, la ciudad prospera como la unidad participativa en la que identificar emotivamente un vínculo, una lengua, una historia, una cultura, unas raíces, incluso un “paisaje” comunes. Este sentimiento de pertenencia que debe surgir al calor de unas normas justas e igualitarias, ha de ser preservado, fomentado y constantemente argumentado por la propia ciudad, de modo que las personas se vean representadas en un cuadro común. La ciudad europea simboliza a partir de entonces el espacio —físico, pero también imaginado— en el que lo propio es establecer una discusión en torno a la ciudadanía, y donde la conservación de esta tarea —la de concienciar de unas virtudes propias de la ciudadanía y la de hacer ciudadanos— va a serle asignada a la cultura y en última instancia a las actividades lúdicas (los juegos, las fiestas populares, los bailes, los espectáculos).

En este contexto en el que se da por superado el Antiguo Régimen, las monarquías van a asumir un papel fundamental a la hora de cohesionar a la sociedad hacia los valores de los estados-nación modernos. Toda una serie de historiadores (Reyero 2015; Moreno Luzón 2013; Anderson 1983; Cannadine 1983; Hobsbawm 1983) coinciden en el desarrollo extraordinario que durante este periodo alcanzan los actos militares, los discursos reales, los viajes regios, los juramentos de la corona, las inauguraciones de monumentos, y toda una serie de acontecimientos que van a tener el objetivo de teatralizar diferentes tradiciones asociadas a la corona. De acuerdo con Javier Moreno Luzón (2013), lo que él define como un despliegue de la *monarquía escénica* experimenta un auge en España en el periodo que comprende el reinado de María Cristina y de Alfonso XIII (320). La manera en la que tras el desastre colonial de 1898 la corona española busca reestablecer su popularidad elaborando un intensivo programa de ceremonias públicas que conectan el presente con el glorioso pasado español, es un buen ejemplo de lo que Eric Hobsbawm ([1983] 2002) define como un proceso de “invención de la tradición,” por el que en tiempos de crisis, los estados se

dedican a inventar y a renovar toda una serie de prácticas rituales que conectan la imagen del poder regio con un pasado mítico glorioso (8). Esta definición valdría para diferentes episodios monárquicos que ocurren a lo largo de los siglos XIX y el XX como la creación del jubileo de oro y de diamantes de la Reina Victoria entre 1870 y 1914 descrito por David Cannadine ([1983] 2002), o la jura de bandera y los ceremoniales de co-soberanía entre el rey las Cortes, en el caso español.<sup>52</sup>

Un hecho que ha llamado la atención de los autores citados arriba, es que la popularidad alcanzada por la corona, no habría sido tal sin la ayuda de la prensa, que entonces se dedicaba a dar visibilidad a los viajes regios, actos militares y demás ceremoniales que oficiaban las familias reales. En su influyente libro *Comunidades imaginadas*, Benedict Anderson ([1983] 2013) focaliza su interés en el papel que asume la prensa en este periodo como elemento aglutinador y a la hora de estrechar los vínculos identitarios y fomentar un sentimiento de comunidad entre los miembros de los nuevos espacios políticos que están definiendo en Europa. La expansión de la prensa y el ritual público de su lectura diaria, son según Anderson, dos hechos decisivos a la hora de forjar un sentimiento de “comunidad imaginada” entre los ciudadanos, elevando a un plano afectivo el vínculo político que establecen los estados. La tesis de Anderson, que tiene tras su publicación un gran recibimiento en los estudios de medios, ha sido decisiva para difundir la idea de que los medios de masas son uno de los principales agentes en la consolidación de una conciencia colectiva de nación-estado. Algo, que nos permite dirigir la atención al vínculo que se establece a partir de la modernidad entre los focos de poder, lo lúdico y los medios de comunicación.

Si la prensa se ha mantenido en la retaguardia desde el siglo XVI y ha tenido un papel importantísimo a la hora de promocionar el papel regeneracionista de la monarquía, a partir del siglo XX el entrenamiento estético de la población se va a centralizar en fundamentalmente en los medios de comunicación de masas. Esto significa que si en los siglos precedentes las formas de representación visual oficiales se habían efectuado desde la corte, ahora *los focos de poder se multiplican y dispersan*: la prensa, los medios de comunicación, la industria del ocio, la cultura, los grupos de opinión, van a ser algunos de los agentes que empiezan a jugar un papel en los

---

<sup>52</sup> Sobre la “invención de la tradición” en la monarquía española del siglo XIX, véase el libro de Carlos Reyero: *Monarquía y Romanticismo. El hechizo de la imagen regia* (2015).

procesos de definición y movilización de la población. Marshall McLuhan (1964), será uno de los primeros en detectar este cambio de paradigma en la vida cotidiana al diagnosticar que la cuestión de la estética que se había producido fundamentalmente en la esfera del arte, pasa a formar parte de la esfera de los media (Perniola 2001, 99).

A partir del siglo XX toda una serie de estudios se van a volcar en definir hasta qué punto los medios de comunicación van a condicionar a partir de nuestro siglo la experiencia política. Si tradicionalmente los ritos y lo lúdico se han usado para legitimar el lugar del poder en la sociedad, *con los medios de masas lo lúdico pasa a formar parte misma de la comunicación telemática*. McLuhan ([1964] 2009) condensa esta idea bajo la fórmula, tantas veces repetida de “el medio es el mensaje” que como él mismo explica, “significa simplemente que las consecuencias individuales y sociales de cualquier medio, es decir, de cualquiera de nuestras extensiones, resulta de la nueva escala que introduce en nuestros asuntos cualquier extensión tecnológica” (31).<sup>53</sup> O dicho en otras palabras: en los medios de comunicación de masas el problema moral deviene cuando la comunicación se convierte en el medio, es decir, cuando la tecnología mediática impone a priori, una forma de ver y de sentir el mundo. A establecer esta dinámica han contribuido los “medios calientes,” es decir, los medios que por tener una presencia fragmentada, abrumadora y extensiva en la sociedad, tienden a legitimar el mensaje que transmiten y a excluir la capacidad interpretativa del público (49).<sup>54</sup> A esta categoría, pertenecen para McLuhan los medios con una “alta definición” como la radio, el cine o la fotografía, medios que cumplen una función lúdica en la sociedad en la medida en la que hacen de “válvula de escape” y funcionan como distracciones que liberan temporalmente a la sociedad de las presiones diarias. Y esto se debe, precisamente a que como ocurre durante el juego, el espectador de los medios calientes se ve inmerso en ellos y distraído del medio en sí, de las formas que aquéllos disponen y modulan la información.

El resultado es que se produce “una tremenda desproporción entre la situación aparente y lo que verdaderamente está en juego” (McLuhan [1964] 2009, 283).

---

<sup>53</sup> Como hiciera Walter Benjamin al hablar sobre la relación entre el cine y su público, McLuhan, recurre a la metáfora de la tecnología como “extensión biológica” o “extensión del cuerpo humano.” Esta idea de la tecnología como prolongación misma del ser humano, la retoma de forma extensiva Mario Perniola en *El Sex Appeal de lo inorgánico* (Madrid: Trama, 2006).

<sup>54</sup> McLuhan hace una distinción entre los medios calientes, que serían aquéllos que movilizaban la opinión pública en la edad moderna, y los medios fríos, en los que las personas tienen un mayor nivel de interacción y por lo tanto de condicionar y transformar los mensajes que reciben.

Resulta del todo relevante contemplar el sentido crítico que lo lúdico toma en la teoría de la comunicación de McLuhan ([1964] 2009): frente a las perspectivas que contemplan el juego como un elemento clave de la participación espectral, para McLuhan los medios de masas tienen un carácter esencialmente lúdico precisamente porque son integradores (en lo social) y alienantes: “los juegos y las instituciones son extensiones del hombre social como ente político, como las tecnologías son extensiones de del organismo biológico” (274). Veremos cuando analicemos la relación entre lo lúdico y las formas de recepción en la actualidad que esta perspectiva es sustancialmente diferente de la que sostiene, por ejemplo, John Fiske, para quien el juego le proporciona al espectador televisivo herramientas interpretativas que le permiten activar de discursos propios, muchas veces divergentes de los arquetipos y posiciones sociales que presenta la televisión (Fiske 1987).

Si, a pesar de todo, McLuhan le va a dar a la audiencia un papel importante en el proceso de comunicación mediática, especialmente en el caso de la televisión, no se puede decir lo mismo de una parte de la crítica a los medios, que va a destacar el efecto narcótico que la comunicación mediática, en especial el cine, efectúa sobre el gran público a partir de las grandes guerras. En este sentido y como ha indicado Mario Perniola (2006), la comunicación, se convertiría en el elemento opuesto a la información en la medida en la que la primera pasaría a ser “el principal medio de las ideologías” (15).<sup>55</sup> El virtuosismo con el que los totalitarismos elaboran y difunden una imagen mediática y espectacular de sus regímenes, lleva a una serie de académicos marxistas vinculados a la teoría literaria a trabajar sobre el concepto de la ideología estética, o lo que es lo mismo, sobre la idea de que en nuestro tiempo y especialmente a partir de mediados del siglo XX, la política adquiere una valencia estética a manos del fascismo y el nazismo alemán. El término, acuñado por Paul de Man y posteriormente retomado por Terry Eagleton y David Lloyd, hace referencia a las ideas originalmente expuestas por Benjamin en *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* ([1936] 2003), donde concluye que la guerra es el estado culmen de la estetización que experimenta la política en entreguerras:

---

<sup>55</sup> Perniola cita aquí el artículo de Jean-Paul Fitoussi: Jean-Paul Fitoussi, “Le retour des temps idéologiques,” *Le Monde*, 4 de abril, 2003.

La humanidad, que fue una vez, en Homero, un objeto de contemplación para los dioses olímpicos, se ha vuelto ahora objeto de contemplación para sí misma. Su autoenajenación ha alcanzado un grado tal, que le permite vivir su aniquilación como un goce estético de primer orden. (98-9)

El tratamiento que el fascismo hace de la guerra como obra bella, lleva a Benjamin a concluir que la guerra responde a la lógica de “el arte por el arte” (*l’art pour l’art*), es decir, en la guerra, como en ciertas formas artísticas, la belleza se convierte en un fin en sí misma. Un hecho que se deja ver en la retórica del fascismo y en la forma en la que promotores e ideólogos aplican criterios de belleza a la muerte de humanos y a los efectos devastadores de la tecnología de la guerra (Jay 2003, 147).<sup>56</sup> En el extenso marco que compone la crítica a los medios de comunicación de masas, el concepto ideología estética, contribuye a extender la idea de que la estética fue la base antropológica de los grandes proyectos de dominio y administración de conciencias del siglo XX. El cine, como es bien sabido, va a tener un papel esencial en asentar esta idea, que encuentra su máxima representación en cine documental de propaganda y en las ficciones que ensalzan el papel de los totalitarismos en la sociedad en las contiendas.<sup>57</sup>

No es en absoluto irrelevante que, como han sugerido diferentes historias de cine, la consolidación y el florecimiento de la producción cinematográfica europea como la alemana, la italiana y la soviética en los años veinte, se produzca a la vez que diferentes ideologías buscan imponer sus intereses y crear determinados modelos de sociedad en el confuso escenario que sigue a la Primera Guerra Mundial (Paz y Montero 1995; Ferro 1995).<sup>58</sup> Como de costumbre, Benjamin se adelanta a sus coetáneos a la hora de detectar el potencial que la entonces incipiente pero fuerte industria cinematográfica tiene para ponerse al servicio de la causa fascista. Una vez más, la pérdida del aura (sagrada, en el énfasis benjaminiano), es una consecuencia de

---

<sup>56</sup> Walter Benjamin cita entre otros acontecimientos el *Manifiesto Futurista* de Marinetti.

<sup>57</sup> En el caso español cabe destacar los estudios de Vicente Sánchez Biosca y Rafael R. Tranche sobre el uso propagandístico del cine durante la Guerra Civil. Véanse: Vicente Sánchez Biosca, “Propaganda y mitografía en el cine de la guerra civil española (1936-1939),” *Cuadernos de Información y Comunicación*, 12 (2007): 75-94; Rafael R. Tranche, *El pasado es el destino: propaganda y cine del bando nacional en la Guerra Civil* (Cátedra: Madrid, 2011).

<sup>58</sup> A este respecto es del todo significativa la referencia que Silvestra Mariniello hace de la frase del historiador Georges Sadoul sobre el origen del cine soviético y su conexión con el leninismo: “El cine soviético nació el 27 de agosto de 1919, día en que Lenin firmó el decreto que nacionalizó el antiguo cine zarista” (Sadoul citado en Mariniello 1997, 211).



la lógica industrial del cine, que convierte al público en extensión de la propia aparatología cinematográfica, Así lo explica Benjamin ([1936] 2003):

Lo peculiar de la filmación en el estudio cinematográfico está en que ella pone al sistema de aparatos en lugar del público. Se anula de esta manera el aura que está alrededor del intérprete y con ella al mismo tiempo la que está alrededor de lo interpretado. (70)

Aunque a menudo tanto Benjamin como los intelectuales de la escuela de Frankfurt han sido acusados por su profundo pesimismo y desprecio hacia el triunfo de la imagen y de la industria de la cultura y del cine, tenemos que leer sus críticas en perspectiva con su realidad histórica y personal. Desde mi punto de vista, Martin Jay (2003) y Armand y Michèle Mattelart (2005) han sabido quizás mejor que otros dar forma a los diferentes escenarios históricos y biográficos sobre los que se conformó eso que se vino a llamar con gran desprecio la *cultura de masas*. En este sentido, no podemos negar que el contexto en el que estos intelectuales ponen bajo sospecha el triunfo de la imagen cinematográfica coincide con un periodo en el que el lenguaje del cine se desarrolla en complicidad con las agendas de las diferentes partes involucradas, ya fueran las clases dominantes (el capital, el soviét, la burocracia) o la oposición. En este sentido, hay que reconocer que el uso propagandístico que los estados hacen de los medios de comunicación va a favorecer la permanencia en la teoría de los medios de un concepto del espectador-ciudadano que se muestra pasivo e indefenso ante la presentación espectacular del poder en los medios de masas.

Todo lo dicho aquí parece indicar que la riqueza lúdica de algunas épocas es proporcional al nivel de adoctrinamiento al que se encuentran sometidos sus ciudadanos. ¿Acaso el exceso de estética es señal de una debilidad por parte del receptor ciudadano? Sin olvidar que a través de lo lúdico el poder ha legitimado tradicionalmente su autoridad, a continuación vamos a exponer cómo el juego y otras formas lúdicas como la fiesta, se encuentran también implicadas en procesos sociales en los que los individuos desafían y deslegitiman las instancias de lo institucional. En otras palabras: si la presencia de lo lúdico es indicativa de una intención de transmisión de cultura y de dominio, también lo es de una intención de lectura. A continuación, partiendo de las teorías de Gadamer en torno a la experiencia del goce estético, vamos a argumentar que ser espectadores no nos convierte en meros contempladores del espectáculo institucional, sino que es la condición para establecer una dialéctica con

los discursos de poder. Ser espectador, diría Gadamer, es participar en el juego. Veremos que de forma inaudita, esta capacidad dialógica de las personas, se va a ampliar bajo determinados contextos de lo lúdico, como la fiesta.

#### 4.5 Gadamer y la “participación espectral”

En el capítulo anterior definíamos al espectador de la cultura actual como un sujeto de muchas caras que interviene de forma activa en los procesos de comunicación “apropiándose” del medio mismo. Aunque la tesis del espectador activo viene tomando fuerza sobre todo desde los años ochenta con las contribuciones de autores como David Morley, John Fiske o las teorías feministas en torno a las audiencias televisivas, en el campo de la hermenéutica, se lleva mucho más tiempo pensando en la condición interpretativa de los espectadores-lectores. Para la hermenéutica, el receptor es siempre un sujeto activo que al mirar o al leer, da vida a la obra y contribuye plenamente a darle un sentido. Es decir, desde una perspectiva hermenéutica, cualquier acto de recepción es un acto participativo y de reconstrucción en el que las partes participantes colaboran en la comprensión completa del todo.

Dicho esto, podría decirse que el conjunto de teorías que desde diferentes sectores de los estudios de medios han criticado la visión pesimista de los fundadores de la Escuela de Frankfurt, han ido construyendo una “hermenéutica del espectador actual.” En este sentido y aunque tradicionalmente la hermenéutica se ha encargado de estudiar el arte de entender e interpretar los textos escritos, no podemos pasar por alto su papel a la hora de influir establecer una teoría de la comunicación que tenga en cuenta al receptor como elemento clave en el proceso de producción del mensaje en la comunicación audiovisual. En concreto, el ámbito del discurso de la escuela hermenéutica más reciente, el trabajo de Hans-Georg Gadamer parece anticiparse a la primacía que los usuarios de los nuevos medios digitales tienen en los procesos comunicativos y de consumo “productivo” que analizamos en el capítulo anterior.

Como filósofo hermeneuta, Gadamer está interesado en desentrañar el proceso de comprensión que lleva a la verdad, un proceso que no debe ser sino el producto de un diálogo que depende del contexto particular de la comunicación y de la experiencia de sus participantes. En otras palabras, la condición para llegar a la verdad se encuentra para Gadamer en la propia comunicación, es decir, en el hecho mismo de darle sentido a las palabras de los otros. Este compromiso bidireccional implica que el receptor da

sentido a lo que contempla, a lo que lee o a lo que escucha, aplicando criterios de acuerdo a su experiencia, sus creencias, su entorno sociocultural, su visión de sí mismo y de los demás y finalmente, su *historia*. Lo interesante es que todo este proceso tiene para Gadamer una dimensión lúdica: el juego es la realidad antropológica que va a permitir que se produzca la comunicación. Gadamer, va a llevar estos argumentos al campo de la estética ya que considera que el proceso de comprensión, es un proceso creativo que encuentra su máxima expresión en arte. Al trasladar la cuestión del conocimiento al mundo del arte, Gadamer no sólo demuestra que el arte *es* conocimiento, sino que extiende si cabe, una provocación para la filosofía de la época: el arte, no pertenece a la esfera de las apariencias ni a un territorio espiritualmente superior y completamente abstracto, sino que forma parte de la más inmediata realidad humana.

Concretamente, el *juego* —junto con la fiesta y el símbolo—, ocupa un lugar importante en *Verdad y Método* (1960) y posteriormente en su teoría estética en *La actualidad de lo bello* (1977). Si los condicionantes históricos, sociales y personales del receptor se corresponden en Gadamer con la esencia del proceso de comprensión, el juego y la fiesta prefiguran, por decir así, la estructura espacio-temporal del comprender. En este sentido, la conceptualización gadameriana de la experiencia artística presenta una desviación respecto a los debates que en el siglo XIX se inician en torno al carácter lúdico de la experiencia del goce estético: Gadamer ([1960] 1997) propone el juego como el “modo de ser” de la obra de arte, siendo una de las condiciones de posibilidad para que se de la comprensión, la interpretación y el conocimiento (143).

Lo que a Gadamer le interesa de la obra de arte es que *provoca las condiciones para comprenderla*, es decir, impone el juego o ella misma es juego. Así, para que se produzca el encuentro con la obra de arte —o con lo que tenemos intención de comprender— hay que someterse al juego, liberándose de la subjetividad. A someternos al juego se deshacen la todas las distancias y diferencias entre la obra de arte y nosotros, lo que nos hace distintos de ella y en definitiva, lo que nos separa. Dicho de otra forma, para Gadamer, someternos al juego es condición para el conocimiento en la medida en la que el único punto de partida para comprender algo es asumir que no comprendemos. De este modo, en la medida en la que el significado de lo que produce el autor sólo toma sentido cuando es recreado, transformado y tergiversado por el receptor en su diálogo con el emisor, el verdadero “juego de la

comunicación” sólo llega a buen puerto cuando nos implicamos —tomando prestadas las palabras de Emilio Lledó (1999)— “en el diálogo incesante que mantenemos con los otros por comprender” (55).

Al asumir que el arte no depende de los instintos del individuo, Gadamer ([1960] 1997) reelabora las ideas centrales del romanticismo alemán en torno a cómo las personas deben relacionarse con el arte defendidas por Kant, Schiller o Goethe. Mientras que para Schiller (1793) sólo es posible entrar en contacto con lo bello desde la individualidad de las emociones personales —siendo este un estado que impone *el impulso del juego*—, Gadamer, rechaza esta teoría y propone que la obra de arte debe concebirse no como un acto privado que dependa del sentir individual, sino como un acto recíproco en el que la obra es construida y elaborada en colectivo. Esto tiene ya implicaciones profundas sobre la ontología del arte ya que la obra sólo alcanza su estatus como arte, en la medida en la que *es reconocida por una comunidad*. Para Gadamer, esto es sólo posible a través del juego ya que “la estructura ordenada del juego permite al jugador abandonarse a él y le libera de la iniciativa, que es lo que constituye el verdadero esfuerzo de existencia” (148).

Aquí, puede verse el sentido imprevisto que Gadamer le da al juego: en lugar de entender el juego como un equivalente a la actividad recreativa y subjetiva de jugar, el *juego* “es una entidad impersonal que impone sus propias reglas a aquellos que en él participan” (Perniola 2001, 121). Y es que, como una maquinaria que reemplaza sin más sus elementos cuando estos fallan, la razón de ser del juego puede verse como la necesidad de perpetuar un movimiento. Un movimiento oscilante y repetitivo que no es otro, creo, que el que nos requiere el aprendizaje del funcionamiento de las cosas, aprendizaje que demanda su continua reproducción: a pesar de lo ajeno que el juego parezca ser a nuestra vida cotidiana, mediante los juegos aprehendemos el mundo y su realización social, a través del juego entramos en contacto con la comunidad y nos disolvemos en la masa social.

Este adiestramiento que forma parte de todo ejercitar es, por otra parte, el elemento que estimula la supervivencia de los juegos en una sociedad y que permite que se establezcan en el tiempo, creando una necesidad sobre las personas y llegando a adquirir entidad dentro de un lugar concreto. A esta autonomía que el juego presenta respecto a los jugadores que se pierden él, es a lo que llama Gadamer ([1960] 1997) “el primado del juego frente a la conciencia del jugador” (147), una cualidad que como

vimos, también forma parte de la conceptualización del juego en la que se mueve Johan Huizinga.

Entonces, ¿cuáles son las circunstancias ideales para que se produzca esta distinción o, mejor dicho, esta distancia entre el objeto de arte y nosotros? Paradójicamente, para Gadamer ([1960] 1997), es durante la fiesta cuando nuestra visión de la realidad se amplifica, y cuando se consigue la “verdadera participación” (170). En realidad, cuando Gadamer apunta a la fiesta como realidades antropológicas implicadas en el proceso de conocer, lo que realmente está insinuando es que para llegar a la verdad, es necesario abandonar la subjetividad y el individualismo. Es decir, Gadamer le está dando primacía a la *comunidad* y al tiempo que se pasa en comunidad como la posición natural desde la que el individuo afronta su verdadera condición. Lejos de resultar subjetiva y solitaria, la noción gadameriana de *verdad*, queda por tanto restringida al momento que se pasa con los demás, y en particular, a los momentos de cohesión social y de efervescencia afectiva a los que la comunidad accede durante la fiesta. Al proponer la fiesta como la base antropológica de toda comunicación, Gadamer, le asigna al conocimiento un tiempo de celebración. Una manera de observar esto que a primera vista puede resultar desconcertante, es que durante la fiesta se produce una ruptura con el tiempo: durante la celebración emerge un tiempo diferente, un orden de cosas que en nada se parecen al tiempo del trabajo, o sea, al tiempo en el que vivimos separados. La fiesta aparece entonces como el tiempo de celebración que suspende temporalmente las diferencias para que se produzca una comunicación de todos con todos.

En este sentido, la fiesta es tanto un acontecimiento de superación del tiempo presente, como un retorno al origen, ya que se celebra para reconocer la tradición y concebir el presente en continuidad con el pasado: “lo que tiene que lograr cualquier comprensión del tiempo,” escribe Gadamer ([1960] 1997), “es precisamente la continuidad, aunque se trate de la temporalidad de la obra de arte” (167). Durante la fiesta todo se vuelve cándido y familiar, y es por eso que en ella se encuentra la verdadera posibilidad de comprender. Es en esta forma peculiar de temporalidad en la que se produce una ruptura con lo cotidiano donde el arte encuentra su propio sentido como realidad histórica y *se construye algo completamente nuevo*. Esto se debe a que el tiempo de celebración, nos pone en un estado de “éxtasis” y “en realidad, estar fuera de sí es la posibilidad positiva de asistir a algo por entero” (171). Para ilustrar este estado de gracia, Gadamer recurre a la figura del *Theorós*, embajadores de fiestas que

en la antigua Grecia eran invitados desde tierras lejanas y cuya función era la de ser contempladores de los festejos de sus anfitriones.

Los que participan en esta clase de embajadas no tienen otra cualificación y función que la de estar presentes. El *theorós*, es pues, el espectador en el sentido más auténtico de la palabra, que participa en el acto festivo por su presencia y obtiene así su caracterización jurídico-sacral por ejemplo, su inmunidad. (168)

El *theorós*, en su capacidad de contemplador, regresaba entonces a su tierra con historias de lo acontecido, llevaba consigo ese conocimiento de lo nuevo y por tanto, esa visión amplificadora de la realidad conocía. Sólo el *theorós*, es decir, *quien participa con toda su extranjería en el acontecimiento lúdico-festivo*, puede llegar a comprender lo que ante él ocurre. Tubella y Alberich (2012) resumen con gran lucidez esta noción de la participación espectral gadameriana:

Para Gadamer, al igual que en el juego, quien no participa en él no puede llegar a entenderlo. Comprender una producción cultural supondrá así participar del desafío que esta nos plantea. Para Gadamer, conocer, interpretar, emitir un juicio crítico ante una obra es siempre actualizar prejuicios que habíamos establecido o construido previamente en nuestra práctica anterior. (39)

Esta relación constitutiva que se produce en la *theoria* entre el acontecer de la fiesta y el hecho de comprender algo, la encontramos presente en nuestro lenguaje en un término tan cotidiano como el *teatro*: En *El artesano* (2009) Richard Sennett hace la siguiente observación: “*Theoria* comparte su raíz griega con *theatron* que significa, literalmente, ‘lugar para ver’” (157). La idea del teatro como *lugar de visiones* se remonta a las más antiguas representaciones y rituales sagrados en los que la escena, era tradicionalmente un espacio en el que se iniciaba al público sobre distintos misterios de la vida, como ocurría, por ejemplo, durante los misterios de Eleusis. En el espectáculo teatral, los actores, el tablado, el escenario, y finalmente, los espectadores, contribuyen a hacer visibles determinados aspectos de la vida que nos habían pasado por alto: el simple hecho de contemplar a los actores sobre escena representando escenas de la vida corriente, nos sitúa por encima de lo cotidiano y nos permite mirarnos a nosotros mismos de una manera que resulta completamente inaudita.

Es decir, el teatro, tiene la función de hacernos ver las cosas de manera distinta a como normalmente las vemos. El poder que el teatro tiene como espacio en el que la

representación de la vida cotidiana se presenta como motivo de revelaciones trascendentales para el público, es descrito por Sennett con gran realismo en el siguiente fragmento de *El artesano* (2009):

En el teatro arcaico había relativamente poca diferencia entre el espectador y el actor, entre ver y actuar: la gente bailaba y hablaba, luego se retiraban a un asiento de piedra y observaba como otros bailaban y declamaban. (...) El público permanecía fuera del escenario, desarrollando de esa manera sus propias habilidades de interpretación como espectadores (aunque a veces ese papel esclarecedor lo asumía el coro, instalado en el escenario). En cuanto a los críticos, trataban de especular acerca de aquello que los personajes en escena parecían no entender de sí mismos. El clasicista Myles Burnyeat cree que aquí, en el teatro clásico, reside el origen de la frase “ver con los ojos de la mente. (157)

Es esta, precisamente, la función social que cumple toda representación moderna: la de presentar la monotonía de la vida, como un hecho relevante y trascendente del que podemos aprender. Claro que, como nos hace entender Sennett, la vida corriente sólo toma sentido en la mirada del espectador. “Ver con los ojos de la mente,” significa que el teatro, se hace en la cabeza de aquél que mira, o mejor dicho: de aquél que *mira de otra forma*. Esta *forma otra* de mirar que le corresponde a la experiencia estética del juego, va privilegiar una forma límite de pensar que pone en entredicho las convenciones del día a día y todo ejercicio destinado a adoctrinar.

Esta perspectiva nos pone ya ante una de las grandes contradicciones que presenta el juego como centro de la experiencia estética. ¿Cómo es que el juego puede estar implicado tanto en procesos vicarios en los que la comunicación se produce a nivel afectivo, como en procesos de interpretación crítica? Si como vimos, las culturas que presentan mayores cualidades lúdicas son aquéllas que generan mayor fascinación por presentan un mayor exceso en sus formas, ¿cómo es que el juego se encuentra detrás de procesos sociales que rechazan la cultura dominante? Más aún, si pensamos en nuestra propia experiencia de la fiesta, parece del todo difícil asumir que, como insinúa Gadamer, sea el tiempo festivo el que proporciona las condiciones ideales para la comprensión. Puesto que nuestro objetivo final será exponer por qué los festivales de cine son lugares en los que se perpetúa de manera lúdica la discusión en torno al cine y sus culturas, tenemos que plantear hasta qué punto lo lúdico ha articulado tanto formas de pensar como formas participativas contrarias al establishment. Como contrapunto a esas culturas a las que utilizan los ritos para estimular perceptivamente a

los ciudadanos e imponer su autoridad, en lo que sigue, vamos a revisar algunos procesos revolucionarios que han tenido juego como denominador común.

#### 4.6 Las revoluciones pasadas fueron fiestas: el juego entre el arte y la política

El arte del siglo XX es probablemente el mejor lugar desde el que empezar a comentar la relación constitutiva que el juego mantiene con las formas de pensamiento alternativas y las revoluciones que marcaron el siglo pasado. No es casualidad que la discusión de Gadamer en torno al arte moderno y su potencial como herramienta epistemológica tenga lugar en un momento en el que la experiencia artística adquiere una valencia política y se esboza sobre un complejo programa revolucionario. La concepción de la obra como acontecimiento (como “ruptura en continuo”) tiene su auge precisamente en las vanguardias artísticas y en los movimientos que buscan denominaciones alternativas a la idea de arte heredada de los siglos anteriores y que entra en crisis a principios del siglo XX. La ironía del *ready made* y de la escultura de entreguerras, la búsqueda de lo inverosímil y lo absurdo y el gusto por la caricatura del movimiento Dadá, la creación espontánea e intuitiva del surrealismo, las utopías arquitectónicas del expresionismo alemán, el juego matemático y la voluntad pedagógica de algunos grupos literarios como el grupo francés O.U.L.I.P.O, son ejemplos de cómo el juego va a ser el lugar común desde el que cuestionar la historia del arte y reinventar las técnicas tradicionales.

Aunque habría que escribir otra tesis para hablar del juego como elemento para la puesta en práctica de la revolución artística del siglo anterior, es necesario que reconozcamos la apuesta decisiva que el arte del siglo XX hizo por lo lúdico, como una realidad que no sólo se corresponde con el hedonismo y la espectacularización de la vida sino que puede servir de resorte con el que retar lo establecido. La importancia del gesto dramático y la performance en el *action-painting* de Jackson Pollock, la música dodecafónica, la renovación estilística de la literatura de Borges a Cortázar, la búsqueda de lo primigenio en teatro de Artaud y el teatro pánico, o el revés que el arte conceptual y el arte pop le dan al modernismo, son ejemplo de cómo algunas manifestaciones artísticas han entendido que el juego debe de ser el lugar desde el que



llevar a cabo una revolución estética *a base de generar nuevos significados para lo que ha estado siempre ahí.*

Esta premisa, resulta quizás especialmente visible en el surrealismo y su predilección por la creación poética como método desde el que forzar un regreso al punto de partida. Por encontrarse unida al estado primigenio y aún “sin hacer” de las cosas, la poesía representa por excelencia esa necesidad de volver al inicio y de empezar desde cero (a la que también se refiere Gadamer como punto de partida para conocer y para el saber). No por casualidad la utopía de liberación de los surrealistas encuentra sus bases en el psicoanálisis y en corrientes analíticas de pensamiento que buscan métodos a través de los que estimular los vínculos con el inconsciente, la conciencia del niño y del pensamiento sin hacer de los salvajes.

Esta voluntad de despojarse de lo aprendido va a ser una constante en el arte y el pensamiento del siglo XX, pero también, en toda una serie de movimientos contraculturales que emergieron en la segunda mitad del siglo XX y que partían de una recreación del comienzo como forma de conseguir un cambio sistémico.<sup>59</sup> Parece posible, por tanto, argumentar que los contextos para lo lúdico proporcionan espacios para la comunicación que ponen las condiciones ideales para el cambio. En la segunda mitad del siglo XX, el pensamiento lúdico va a encontrar su máximo desarrollo tanto en el trabajo intelectual como en la militancia política de toda una serie de pensadores, activistas y artistas que en el horizonte de la vanguardia, van a condenar la aparición de una cultura fuertemente mediada por las imágenes espectaculares y por los medios de comunicación de masas.

Si, a lo largo del siglo XX los modos y la filosofía del juego impregnan prácticamente el total de las manifestaciones artísticas, los miembros de la Internacional Situacionista serán los primeros en llevar la experiencia estética del juego a sus protestas en las calles. Para Guy Debord, Henri Lefebvre o Raoul Vaneigem, la represión cultural capitalista ha privado a las personas del placer del juego reduciendo su creatividad y su capacidad participativa. Por ello, la insurrección pasa por devolverle al juego el poder originario que le corresponde en la vida social: habiendo sido estratégicamente secuestrado por el mercado y puesto al servicio del

---

<sup>59</sup> Es interesante a este respecto como los *hippies* y otras corrientes contraculturales juveniles que siguieron a las revueltas populares de mayo del 68 asumen la estética y las costumbres de las religiones paganas como símbolo de identidad. La búsqueda del éxtasis a través del uso de estupefacientes, los ritos o las músicas y bailes con elementos étnicos son algunas de las prácticas de la parafernalia *new-age* que revelan esta tendencia de la “vuelta a un origen.”

espectáculo, el juego será en el programa situacionista la herramienta sistemática con la que elaborar una realidad alternativa a la que ofrece la opresiva sociedad de consumo. Por su potencial para ejercer una ruptura en el tejido de la vida cotidiana, el juego puede trascender los esquemas institucionales y encontrar espacios divergentes en los que reaccionar a la falsedad de la realidad impostada que producen los medios de comunicación de masas. “Expulsado de la organización social jerárquica, la pasión por el juego ha regresado para destruir a esa misma organización, y en su destrucción, construir un nuevo tipo de sociedad fundada en la participación real” (Vaneigem [1967] 2012, 231).

La recurrente asociación que el situacionismo (y después Herbert Marcuse) hace entre el *juego* y la búsqueda de una *realidad diferente* a la impuesta por el capitalismo, pone de manifiesto la influencia que las observaciones de Sigmund Freud (1979) tienen desde un época temprana sobre algunas concepciones revolucionarias en torno al juego como supuesto detonante de la creatividad y la participación ciudadana sin límites. Para Freud, aquello que se corresponde en nuestro lenguaje con la realidad (y que percibimos como tal), no equivale sino a una experiencia de represión que es vivida como real, pero que nos separa de la vida auténtica y libre. Por el contrario, el juego, al igual que el “acto creativo,” se encuentra del lado de la fantasía y de la imaginación desbordada que se manifiestan los niños cuando juegan.<sup>60</sup> La revolución contra el sistema, pasaría entonces por una abrupta separación de la realidad que sería en términos freudianos el requisito previo para que se produzca todo acto de creatividad. A pesar de lo valiosas que resultan las iniciativas situacionistas a la hora de elaborar una crítica a la vida urbana, es posible encontrar en esta asociación directa entre juego y creatividad algunas de las razones por las que el situacionismo fracasa como propuesta política viable. Como puntualiza Sennett (1978), la oposición freudiana juego-creatividad/realidad que tan ha asumido ha pasado como incuestionable, ha llevado a ciertas interpretaciones erróneas del proceso creativo que, vinculado a esta “energía” o a este “impulso” desbordado del juego, han excluido la

---

<sup>60</sup> En *El creador literario y el fantaseo* (1908) Freud sostiene que el juego y la creación son actividades equivalentes y comparten el mismo proceso cognitivo, de manera que el escritor creativo, se pone en la piel del niño cuando juega: “No olviden ustedes que la insistencia, acaso sorprendente, sobre el recuerdo infantil en la vida del poeta deriva en última instancia de la premisa según la cual la creación poética, como el sueño diurno, es continuación y sustituto de los antiguos juegos del niño” (Freud [1908] 1979, 134).

importancia de los procesos deductivos y del juicio en que interviene en la producción del trabajo de cualquier creador (391).

Con todo, para los situacionistas el juego desde el que llevar a cabo la revolución, no debe ser un juego completamente libre y desorganizado sino un juego armado de estrategia, capaz de retar el sistema con un programa lúdico que combine las tácticas de la huelga y las manifestaciones antisistema en las ciudades con la espontaneidad, la sorpresa y la provocación propias de la fase más irracional, primaria e instintiva del juego. A partir de aquí, los situacionistas desarrollan un programa de intervencionismo urbano en el que llevarán a cabo a través de formas de guerrilla como el “*derive*” o el “*détournement*,” con las que trasladan a la calle las técnicas y la estética ya ensayadas por el arte y la literatura de vanguardia. Durante estas intervenciones, los activistas juegan con el mobiliario urbano, se apropian de los espacios icónicos de la ciudad y como ocurre durante el *derive*, retan el tránsito de las masas urbanas yendo, literalmente, a contracorriente y creando recorridos alternativos a las trayectorias que imponen el trabajo y el ocio.

El espíritu lúdico que impregna el programa situacionista queda patente en las reflexiones que Debord hará años después en *La sociedad del espectáculo* ([1967] 2009):

El proyecto revolucionario de una sociedad sin clases, de una vida histórica generalizada, es el proyecto de la descomposición de la medida social del tiempo en beneficio de *un modelo lúdico de tiempo irreversible* de los individuos y de los grupos, modelo en el que están simultáneamente presentes *tiempos independientes federados*. (el primer subrayado es mío) (95-6)

Aunque *La sociedad del espectáculo* se corresponde con la etapa menos militante de Debord, en él se detecta el historicismo marxista que marca su primera etapa. En concreto, en este fragmento, Debord apunta al hecho que convierte al juego en mecanismo desde el que cambiar el transcurso de la evolución histórica: el juego *crea un tiempo diferente*. En una sociedad en la que el transcurso de la vida gira en torno al trabajo y la producción económica, la revolución sólo es posible cuando el tiempo deja de ser cuantificable, es decir, cuando se juega. El mismo Lefebvre ([1968] 1984), consciente de la condición estética de toda revolución, apunta al carnaval como una de las modalidades más revolucionarias e inestables del juego y escribe que “Las revoluciones pasadas fueron fiestas (cruels, pero ¿no hay siempre un lado cruel,

desenfrenado, violento en las fiestas?)” (51). Debord ([1967] 2009), caracteriza así nuestra época como un tiempo que es contrario al juego, es decir, como una “época sin fiesta” que sin embargo, “se muestra a sí misma su tiempo como siendo esencialmente el retorno precipitado de múltiples festividades” (92).

Debord ([1967] 2009) localiza este cambio esencial en la manera de concebir la temporalidad que experimenta la sociedad moderna, es para el centro de la problemática capitalista y de su sistema opresivo: a lo largo del Renacimiento el tiempo se va desvinculando de su conexión con lo cósmico, con los astros y con lo divino, y es reemplazado por un tiempo estable que existe en su posibilidad de ser poseído.<sup>61</sup> El tiempo deja así de ser un tiempo cíclico que vuelve, como ocurría en las vivencias rituales y religiosas de las sociedades premodernas, para ser un tiempo que pasa, es decir, un tiempo seudocíclico que sólo celebra los logros del capitalismo (74).<sup>62</sup> Este último, aunque pretende ser un tiempo estable y controlado, se caracteriza porque provoca una inestabilidad patológica ante la pérdida de los referentes comunitarios.<sup>63</sup>

La conexión entre la represión capitalista, y este cambio en las formas tradicionales de medir y de sentir el tiempo, será también un asunto de gran importancia en la filosofía de Herbert Marcuse ([1955]1999), para quien el juego, se ubica como elemento deslegitimador de esta temporalidad falseada: “(...) el enemigo fatal de la gratificación verdadera es el tiempo, la finitud interior, la brevedad de todas las condiciones. Por tanto, la idea de una liberación humana integral, contiene necesariamente la visión de la lucha contra el tiempo” (180).

---

<sup>61</sup> Podría decirse que la difusión de los relojes-mueble y de los relojes de salón, empiezan a marcar la crisis del tiempo en el siglo XVII.

<sup>62</sup> En su crítica a la racionalización de la vida que llega con la secularización y el abandono de los rituales, Debord, se encuentra en deuda con la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt, en particular, con la crítica que Horkheimer y Adorno hacen del iluminismo como origen del descarrilamiento moral que experimenta Occidente y de todas las negligencias occidentales en *Dialéctica de la Ilustración*, (Madrid:Trotta, 2009).

<sup>63</sup> Según Anthony Giddens (1997) este cambio en la organización interpersonal del tiempo por el que se sustituyen los referentes tradicionales por la certeza del conocimiento racional, da lugar a una sociedad que sufre una “inseguridad fabricada” y que se encuentra afectada por una falta de confianza patológica y por el caos que, como observa Giddens, “no es sólo desorganización, sino la pérdida del sentimiento de la realidad misma de las cosas y de las demás personas” (52). En este sentido, el trabajo de Giddens y el de otros muchos críticos de la cultura, son muestra de hasta qué punto los argumentos de Debord van a seguir estando muy presentes en las siguientes décadas.

iendo justos, el programa político de los situacionistas no deja de ser una reflexión de los presupuestos filosóficos de Herbert Marcuse, que en 1955 publica *Eros y Civilización*, una obra clave para entender el significado político que se encuentra detrás de la experiencia lúdica. Marcuse, criado intelectualmente en la Escuela de Frankfurt, encuentra una profunda relación entre la realidad impostada que ha manufacturado el capitalismo y la represión que la razón teórica y práctica ha hecho de la estética en el pensamiento moderno. Por eso, para encontrar una salida a la racionalización de la vida y la represión cultural que se vive en entreguerras, determina que es necesario reformular los significados que desde racionalismo ilustrado ha acumulado la estética, concretamente, a partir de Kant.

Si Marcuse se acerca Freud cuando formula que el Eros (en el sentido freudiano de la liberación de las pulsiones sexuales) se ha visto duramente reprimido en virtud de los fines prácticos de la civilización, pronto se desmarca del derrotismo freudiano para afirmar que es posible un orden de vida alternativo basado en la liberación de las pulsiones: tomar las riendas de la evolución histórica y arrebatarle el poder a los poderes productivos, pasa por dar prioridad al Eros, puesto que sólo este contiene los rasgos de una vida que es digna de ser vivida. Es aquí donde Marcuse ([1955]1999) le asigna a la estética el poder de frenar las agresiones capitalistas. Si desde el siglo XVIII, la estética se ha identificado con valores que pertenecen al territorio de la contemplación y lo espiritual, “valores que son la marca de los bohemios decadentes” (164), se hace imprescindible traer la estética al territorio de la vida material, en este caso, a la acción política. Es aquí donde Marcuse acude a Schiller y a su noción del “impulso del juego” para elaborar su tesis en torno al poder emancipatorio de lo lúdico:

La disciplina estética instala el *orden de la sensualidad* contra el *orden de la razón*. Introducida a la filosofía de la cultura, esta noción aspira a la liberación de los sentidos, quienes, lejos de destruir la civilización, le darían una base más firme y aumentarían en gran medida sus potencialidades. Operando bajo un impulso básico “el impulso del juego,” la función estética aboliría la compulsión y colocaría al hombre, tanto moral como físicamente, en la libertad. (172)

A través el juego, el principio de placer puede empezar a formar parte de la realidad, que hasta ahora, había sido fatalmente asociada al capitalismo y sus logros técnicos y tecnológicos. Si *Eros y Civilización* constituye una referencia, una obra clave de los

movimientos políticos y estudiantiles de los años sesenta, lo que nos interesa de la tesis revolucionaria de Marcuse es que sitúa el juego como elemento constitutivo de la participación, del ejercicio de la voluntad y en definitiva, del derecho a vivir una vida digna y libre. Benjamin Shepard (2011) en deuda con Marcuse y su legado, ha trasladado recientemente esta tradición al presente en un estudio en torno a las formulaciones lúdicas del intervencionismo urbano en los Estados Unidos.

En concreto, Shepard (2011) argumenta que tanto en las grandes manifestaciones celebradas en los ochenta y los noventa (principalmente en torno a la epidemia del Sida y las guerras de Irak y Afganistán) como en las movilizaciones ciudadanas con un alcance local, el juego ha sido una constante para movilizar el programa político de los gobiernos. Estos movimientos de protesta liderados por colectivos como ACT UP, More Gardens! o Times Up! no sólo habrían contribuido a generar una cultura de resistencia a través del carnaval, el teatro experimental, la danza y las intervenciones artísticas callejeras, sino que habrían perpetrado un cambio de conciencia en la sociedad estadounidense, sobre todo en lo que se refiere a los derechos de los homosexuales (261).

Si algo pone de manifiesto el trabajo de Shepard es que las variantes del juego (la creatividad, la espontaneidad, la representación, la fiesta) siguen contemplándose como herramientas que los ciudadanos usan para reivindicar su espacio vital. Ahora bien, parece necesario proponer una interpretación alternativa a la propuesta por Shepard y por toda la tradición que ha asumido que en el juego existen principios revolucionarios incuestionables. En los trabajos y los paradigmas aquí expuestos el juego no deja de presentar una carga importante de ambigüedad. Si la sucesión constante de fiestas es una de las características fundamentales de la estetización de la vida propia de las sociedades occidentales, ¿cómo distinguir el juego libre de las ilusiones y diversiones seudo-festivas en las que se embeben las sociedades del espectáculo?<sup>64</sup> En una sociedad en la que el potencial liberador y creativo del juego se

---

<sup>64</sup> Aunque a lo largo de este trabajo nos referiremos al *espectáculo* también como *espectáculo(s)* es decir, como el conjunto de eventos u obras no reproducibles que buscan apelar emotivamente a un público, respaldados por una actividad industrial y con un estatus cultural. Mientras tanto, en la definición de Debord (2009) el espectáculo es “la realidad vivida es materialmente invadida por la contemplación del espectáculo, y reproduce en sí misma el orden espectacular concediéndole una adhesión positiva. (...) la realidad surge en el espectáculo, y el espectáculo es real” (3-4).

disuelve en la lógica misma del espectáculo, ¿puede el juego conservar su potencial revolucionario? Richard Sennett (1978), observa que el hecho de que el juego contenga un potencial revolucionario, no debe distraernos de sus funciones culturales (389). Precisamente, porque la cultura no es sino una forma extrema de sofisticación y de domesticación de nuestros impulsos. Al hilo de estas consideraciones, resultan tremendamente valiosas las palabras de Alfonso López Quintás (1997) respecto del carácter radical de la acción lúdica:

El carácter desinteresado de ésta, su desprendimiento e independencia respecto a los intereses de la vida diaria, su interna libertad afirmada a través de la sumisión a normas inflexibles, y la condición festiva del ámbito espacio-temporal que funda, la sitúan en óptimas condiciones para ser vehículo de toda suerte de actos humanos creadores, incluso de vivencias religiosas. (31)

Aunque Sennett aconseja separar la investigación acerca del significado cultural del juego de la celebración habitual del juego como principio revolucionario, creemos que cualquier investigación en torno a la cultura debe tener en cuenta ambas derivaciones de lo lúdico. Principalmente porque ambas fórmulas, la de la cultura hegemónica y la de lo popular, se han servido y se siguen sirviendo de la capacidad que el juego tiene para promover la interrelación y la cohesión entre las personas. A la hora de valorar esta relación, suele pasarse por alto que la energía que se le ha asignado al juego (Marcuse, Debord, Lefebvre, Shepard), no es otra que la capacidad que tiene cualquier formulación lúdica para movilizar a las personas y hacer que sumen sus fuerzas y presencia para promover objetivos a veces inesperados. Desde este punto de vista, aunque ciertos sectores de la filosofía y la sociología le hayan asignado al juego una valencia política, me parece que el juego no sería tanto el acto vital del que procede la acción política como el medio por el que se llega a esta, es decir, *el conjunto de estrategias y fórmulas afectivas que empujan a las personas a comulgar con determinadas agendas sociales*.

Habiendo aclarado esto, nos queda acercarnos a algunas de las teorías que han usado el juego para justificar diferentes perspectivas de concebir al espectador contemporáneo. A primera vista puede sorprender la cercanía que existe entre, por ejemplo, la ruptura con la realidad opresora que Marcuse plantea a partir de la liberación de las pulsiones sexuales, y el componente transgresor que John Fiske identifica en determinadas formas “lúdicas” de ver televisión en los años 80. Si las

reflexiones anteriores han servido para definir el contexto en el que lo lúdico ha sido el resorte de negociación con la autoridad, a partir del que reformular las visiones existentes del mundo y darles otra luz, nos queda reducir el marco de nuestro enfoque a la experiencia del espectador actual y el papel que se le ha asignado al juego en el encuentro entre el público y la comunicación masiva.

#### 4.7 Los placeres del espectador audiovisual

Si nos atenemos a lo expuesto hasta aquí, llegamos a la conclusión que el juego ha mantenido y mantiene una posición ambivalente como resorte desde el que explicar la cultura. Algo similar ocurre cuando intentamos aplicar las razones y las formas del juego a la cuestión del espectador de los medios de comunicación de masas. ¿Cómo abordar la experiencia del espectador como una experiencia fundamentalmente lúdica? En primer lugar, el juego nos remite a la movilización emocional del público y el aspecto afectivo de la comunicación de masas. Aunque en pocas ocasiones el juego ha sido asociado a esta faceta de los medios de comunicación (con la excepción relevante de Andrew Darley y Marshall McLuhan), veremos que por lo general, los afectos y las emociones derivadas de la recepción cinematográfica o televisiva han sido identificadas como emociones pasivas, que sirven para fortalecer y validar ciertos discursos de la cultura dominante entre el público. Según esta perspectiva, el aparato audiovisual se presenta ante el público como productor de sensaciones inmersivas que calan en su conciencia a distintos niveles (ideológicos, sociales, culturales) y que lo adormilan intelectualmente, dificultando que el espectador emita estrategias de lectura y de interpretación críticas. En el ámbito de los efectos de la recepción y la interpretación filmica por parte de los espectadores, se ha escrito sobre todo desde la perspectiva de la psicología cognitiva (Grodal 1997) y del psicoanálisis (Williams 1991). Por ejemplo, en este ámbito de la teoría de los medios, se ha avanzado y escrito mucho desde el ámbito de la teoría feminista, en lo que se refiere a la gratificación emocional que muchas mujeres obtienen durante la recepción de determinados productos televisivos como las *soap operas* o los radio seriales.

En segundo lugar, y frente a las teorías que han asumido que los medios de comunicación seducen y en cierto modo, “abducen” al público con su estética espectacular y sus mitos, el juego se ha visto implicado en los debates en torno al nivel de participación que el espectador es capaz de tener en la comunicación audiovisual.



Ya hemos visto cómo desde el punto de vista de la hermenéutica, el juego ha servido para justificar que el acto comunicativo no es unidireccional, sino producto de una negociación constante entre el pueblo, los mensajes y las instituciones que las emiten. A pesar del peso que los argumentos de Gadamer tienen sobre la construcción y la definición del espectador de la obra de arte como sujeto activo y participante, sus ideas rara vez han sido aprovechadas o estudiadas en el ámbito de los medios de comunicación o los estudios cinematográficos.

De manera excepcional, en nuestro país, algunos autores como los ya citados Tubella y Alberich (2012) han sabido ver esta correspondencia y han situado a la escuela hermenéutica gadameriana como una de las referencias importantes a la hora de interpretar el papel activo que los contextos y la historia de cada individuo tienen en los procesos de comunicación, especialmente, en la dialéctica que establece la comunicación *online*. Con todo, y aun resultando poco familiar en la teoría de la comunicación, el juego ha sido un concepto de gran calado en algunas discusiones sobre los procesos de comunicación y de recepción en el siglo XX. En concreto, en algunos ámbitos de los estudios de comunicación, ha servido para justificar la capacidad de los individuos para negociar con los significados alienantes emitidos por los medios de comunicación de masas. En este caso, los placeres derivados de la recepción han sido el eje de la discusión. El principal representante de esta línea de pensamiento es John Fiske (1987) y sus teorías sobre cómo el juego le proporciona al espectador televisivo herramientas interpretativas que le permiten activar de discursos propios, divergentes de los arquetipos y posiciones sociales que presenta la televisión norteamericana a finales de los años 80.

A partir de las ideas de Roland Barthes en torno a los placeres del texto (1977), Fiske ([1987] 2009) mantiene que el juego es el vehículo del que disponen los espectadores y consumidores de medios para elaborar discursos “resistentes” y posicionarse de manera crítica ante los valores dominantes que emiten los medios de comunicación de masas y que no dejan de ser la expresión del ejercicio de poder y de control sobre una sociedad dada. Para ilustrar esta primacía de lo lúdico en los procesos de interpretación crítica que activan los espectadores de televisión, Fiske parte de las conclusiones a las que llegan que Ien Ang (1985) y Dorothy Hobson (1982) en sendos estudios sobre las audiencias femeninas de *Dallas*. Las formas en las que diferentes grupos de mujeres se implican en el visionado de la serie escogiendo identificarse o no con los diferentes roles y valores de género que en esta se

representan (en Holanda en el caso de Ang y en los Estados Unidos en el de Hobson), demuestra para Fiske que incluso cuando las audiencias obtienen placer del visionado, pueden ejercer control sobre los significados de los medios de masas.

Para Fiske ([1987] 2009), este proceso de “interpretación crítica,” es comparable a la exploración de las fronteras entre lo simbólico y lo real que experimentan los niños cuando juegan (231). Así, al igual que los niños son capaces de detectar que lo que está ocurriendo forma parte de una representación controlada por ellos (representación de la que, además, obtienen placer), el espectador, es capaz de detectar ciertos discursos alienantes y decidir si desea comulgar con ellos: ser espectador televisivo, o al menos, pertenecer a un determinado grupo de espectadores, implica jugar con el texto. “The play,” escribe Fiske, “may not in itself be resistive or subversive, but the control or empowerment that it entails produces a self-esteem in the subordinate that at least makes resistance or subversion possible” (232).

No obstante, más allá del placer que el espectador de televisión obtiene de extraer sus propias conclusiones respecto a las líneas argumentales, roles y discursos que estructuran la narración televisiva, a Fiske le interesa reivindicar *el placer de lo popular*. Esta forma de placer, que Fiske asocia a la *jouissance* de Barthes, tiene lugar en el plano de lo corporal y se corresponde con ciertas reacciones fisiológicas que la representación televisiva le provoca al público: la risa, el estremecimiento, la conmoción y los placeres eróticos que se manifiestan a un nivel físico, son estímulos en los que se ha especializado la televisión, sobre todo, a través de ciertos géneros como el telefilm, la lucha libre, los programas de vídeos caseros, los concursos o el vídeo musical. Estas fórmulas que Fiske identifica como “formas ‘extremas’ de televisión,” crean en la vida cotidiana un espacio para los placeres prohibidos, un refugio donde el público asiste a una suerte de “fiesta” televisiva diaria en la que sacia sus anhelos más básicos.

Es en este sentido en el que Fiske ([1987]2009) comienza a relacionar los placeres televisivos con ciertos elementos propios del carnaval expuestos por Mijail Bajtín ([1965]1999). En su estudio imprescindible sobre la cultura popular medieval y renacentista, Bajtín sitúa el humor carnavalesco de Rabelais en el centro de una cultura del humor que impregnaba las formas de vida popular y que existía de forma paralela a la cultura oficial representativa del *statu quo*. La descripción de Bajtín por la que los códigos propios de la cultura carnavalesca (la risa, lo grotesco, la máscara, la ironía, el plurilingüismo) logran traspasar los convencionalismos de la cultura oficial e influir en

las corrientes mayoritarias de la literatura de la época, le sirve a Fiske para justificar el carácter transgresor de un cierto *gusto* televisivo por el grotesco, lo degradante y lo desproporcionado (243). La explotación de las deformidades y las personalidades *borderline* en los telefilmes, el uso de la parodia, o la amplificación del detalle morboso a través de recursos como el primer plano o la voz testimonial, convocan una serie de emociones en el espectador que de acuerdo con Fiske, se le resisten a las clases dominantes: al igual que para Bajtín, el pueblo expresa a través del carnaval su discrepancia con la cotidianeidad impuesta, para Fiske, la recreación en los placeres televisivos constituyen el refugio del telespectador medio respecto de la corrección, la medida, los convencionalismos y las formas de mirar que impone la cultura dominante. La televisión es el medio del pueblo porque los placeres que convoca se le resisten a las clases que ostentan el poder. A raíz de la descripción que Bajtín hace de la literatura de Rabelais y la perturbación que produce sobre la coyuntura de su tiempo, Fiske ([1987]2009) , escribe:

A similar semiotic tension exists in television between its official, ideological language, and the vernacular, low languages it carries, though contains with difficulty, and that may collide healthily with its official voice. The carnivalesque is the result of this collision and is a testament to the power of the “low” to insist upon its rights to a place in the culture. (241)

De este modo, y de manera un tanto inaudita, Fiske sitúa a las audiencias televisivas como fuerza social pujante y participativa que a finales del siglo XX, es capaz de evadir los intereses controladores de los medios de masas. En este sentido, la fuerza del discurso de Fiske radica en haberle asignado a las audiencias el poder de transformar la producción cultural dominante, nada menos que, participando de ella: ejerciendo control sobre su propio espacio personal de recepción, los espectadores televisivos eluden determinadas estrategias de control.

Aunque a Fiske se le ha criticado duramente por su visión excesivamente optimista de las capacidades subversivas de los espectadores, lo cierto es que su visión del juego como resorte de *lo popular* no se mantiene del todo al margen de una visión integradora y matizada de la cultura. Según esta visión, lo popular funciona de forma soterrada, existiendo siempre en los recursos interpretativos con los que los que cuentan consumidores y que les permite al fin y al cabo, integrarse en el orden propuesto, pero de la manera que mejor les conviene. En este sentido, la asimilación

que Fiske hace de la actividad de las audiencias televisivas le debe mucho a la interpretación que de Michel de Certeau ([1984]2010) hace de lo popular. Así, al igual que para Fiske, para De Certeau, lo popular no es una categoría estática que actúa desde fuera de lo institucional, sino que se encuentra vivo en las prácticas de desvío que “existen en el centro de las fuerzas de la economía contemporánea” (30).

Con todo, a Fiske, se le puede reprochar una falta de perspectiva a la hora de asumir que el juego favorece siempre el carácter subversivo de los espectadores televisivos. Las interpretaciones que Fiske hace del juego y del carnaval como fuerzas a través de las que el espectador neutraliza los discursos subordinantes que los media emiten a escala global, parece pasar por alto que el juego, por estimular las relaciones afectivas entre las personas, funciona en ambas direcciones: puede hacer de bisagra entre los grupos sociales que desean desestabilizar el sistema, pero también, puede reforzar formas de convivencia alienantes. Esto mismo que Fiske pasa por alto en el caso de la experiencia del espectador televisivo, se puede aplicar al carnaval y a toda una serie de fiestas populares que en manos de las élites gobernantes pierden su fuerza regeneradora y terminan convirtiéndose en espectáculos de masas. A este respecto, resultan útiles las observaciones de LLuís Duch (2002) en torno al uso del carnaval en diferentes momentos históricos. Duch comenta que a la vez que no resulta sorprendente que algunos regímenes totalitarios, como por ejemplo, los de Primo de Rivera y Francisco Franco, prohibieran el carnaval, “en otras muchas situaciones como, por ejemplo, en Francia de los siglos XVI-XVIII y en el Brasil actual, el poder no se ha sentido amenazado por la inversión carnavalesca, sino que, más bien, ha favorecido su expansión y reforzamiento” (197). Por otra parte, a Fiske se le ha criticado el favorecer el placer físico que el público obtiene de los productos televisivos, por encima de otros mecanismos de interpretación y de lectura más conscientes y con los que la audiencia también se “apropia” de los discursos televisivos (Staiger 1992, 77-8).

Será Andrew Darley quien asuma una revisión crítica de la tesis de Fiske. Si bien, Darley reconoce que el espectador puede realizar lecturas críticas a través del placer que le proporciona el espectáculo televisivo, enseguida rectifica en el caso particular de la estética visual de la cultura digital. En su libro sobre *Cultura visual digital* (2002), establece la posibilidad de estudiar a los espectadores como personas que reaccionan de distintas formas a los géneros de la cultura visual (los videojuegos, el cine, la televisión), pero que se inscriben bajo una *experiencia única* que une a los

“espectadores” de la variedad de expresiones audiovisuales. Es aquí donde Darley se distancia sustancialmente de los debates en torno a las audiencias activas al sugerir que lo que determina el carácter de los nuevos géneros audiovisuales es que movilizan a los espectadores cada vez menos como “lectores” y cada vez más como “sensualistas” (271).

Como Fiske, Darley (2002) opina que el juego ocupa un lugar importante en la experiencia del espectador contemporáneo, sobre todo, a través de los placeres efímeros, sensuales y físicos. Sin embargo, pone en duda que los placeres sensuales funcionen siempre como un elemento de discernimiento crítico o incluso de recurso interpretativo capaz de distanciarse del sentido que le da el medio. Como escribe Darley: “Lejanamente emparentados con los juegos de máscaras y apariencias, con las carreras, con los garabatos que uno dibuja para distraerse y con el baile, los placeres de la recepción de la cultura visual digital resultan directos, sensuales y casi rituales” (267). Mientras que para Fiske, la gratificación emocional que el público obtiene del visionado de ciertos productos televisivos le proporcionan al espectador libertad interpretativa, para Darley, representan la falta de control consciente que el espectador tiene sobre los productos audiovisuales que consume: las imágenes digitales envuelven al público en una experiencia inmersiva y ritual en la que es difícil sostener una posición subversiva y opuesta al *statu quo*. Para Darley, el espectador es jugador no por su capacidad hermenéutica sino porque las formas de recepción que impone la cultura digital posee los rasgos de los juegos rituales: la embriaguez que acompaña a la experiencia de visionado de ciertos géneros basados en el montaje del cine espectáculo (como el videoclip o la publicidad), o elementos como la competición, que predomina en los videojuegos definen el nivel de participación que el espectador puede llegar a tener al consumir estos productos.

Aunque Darley termina su análisis negando que el sujeto de la cultura visual digital sea un sujeto pasivo, “hiperfascinado” por lo digital y sometido (como diría Baudrillard) al “éxtasis de la comunicación,” no termina de dar forma a esta posibilidad, quizás, porque no cree del todo en ella. Si nos interesa el análisis de Darley es porque reconoce que el énfasis lúdico que define el estatus de la imagen en la actualidad no se limita al texto sino que abarca tanto las cualidades de recepción del público (competición, placer sensual) como los contextos de visionado. Quizás el mayor error de Darley es asumir que a través del análisis de la estética visual digital y sus contextos de consumo, se pueden deducir unos elementos que definen a grandes

rasgos unos modos de recepción comunes a todos los espectadores. De lo mismo se le puede acusar a Fiske, que se inclina por pensar que los espectadores tienden siempre a “resistirse” a la experiencia que le ofrece la televisión. Al proponer que determinados productos audiovisuales como videojuegos, películas y programas, televisivos existen en el marco de unos contextos (el múltiplex, el hogar, las salas de arte y ensayo), y unas formas concretas de consumo (silenciosa, etc.), ambos autores se adscriben a una tradición de los estudios de recepción que ha asumido que por ejemplo, el espectador del cine clásico es un espectador que permanece en silencio y en un estado voyerístico.

Creo que cualquier intento de definir al espectador y su experiencia pasa por aceptar que existen muchos tipos espectador al igual que existen muchos tipos de formas y contextos de visionado que en ocasiones se escapan a las previsiones de consumo establecidas por la industria filmica y televisiva y por la academia. En este sentido, mi punto de vista se aproxima al de autores como Janet Staiger (Staiger 1992; 2000), que se ha interesado por todas esas formas imprevisibles en las que los públicos miran las películas. Staiger llama la atención sobre cómo las formas de visionado “perversas” asociadas a determinados géneros o películas tiende a variar en función de la audiencia. Un hecho que Staiger ilustra con el caso de *The Rocky Horror Picture Show*, un filme de culto fuertemente asociado a visionados de tipo participativo cuyas lecturas han variado sensiblemente desde que el filme se estrenó. Si la película empieza siendo un símbolo de libertad para hombres homosexuales de la clase urbana en los Estados Unidos, hoy su público mayoritario son adolescentes cuyos comentarios misóginos e incluso homófobos contrastan con el inicial carácter progresista de las proyecciones originales (Staiger 2000, 44).

Estas “historias de recepción” no sólo demuestran que un mismo texto está sometido a diferentes tipos de lectura, sino que estas lecturas se encuentran fuertemente condicionadas por el “bagaje” socio-cultural de sus audiencias así como por su edad, condición sexual, ideología y por las circunstancias que rodean el momento de proyección. Para Staiger, el significado de un filme no depende tanto de las características del texto en sí (por ejemplo, del argumento de la película y de su estética), como de las circunstancias culturalmente connotadas y preestablecidas que se convocan en el espacio de exhibición y que enmarcan las interpretaciones que pueden hacer las audiencias. Lo que nos interesa de la tesis de Staiger es que contempla la historia del cine como un conjunto de eventos, de “momentos de recepción” en los que el público genera colectivamente sentidos que se van incrustando en la historia cultural

de la película. Nuestro punto de vista es que los festivales de cine no sólo promueven la circulación de los discursos institucionales en torno a las películas (pases de prensa, crítica, foros de discusión para profesionales), como han sugerido autores como De Valck o Elsaesser, sino que ponen a disposición del público un espacio de interpretación colectiva y de producción de significado que cada año se confirma en la celebración del propio evento. Un festival de cine se define por sus películas, por su trabajo de programación, por lo que dice de él la prensa especializada, la prensa local y nacional, pero ante todo, un festival se define por sus públicos y por los discursos que genera colectivamente en conversaciones antes y después de las sesiones, en los cafés y locales de la ciudad, o en la propia sala. Es decir, el significado de un festival lo encontramos más allá de la pantalla, en el diálogo y el rumor que va formando el público a su paso por la sala.

Si Darley plantea que los contextos de la cultura visual digital contribuyen a generar una versión fascinada y fascinante de la imagen y que por tanto, contribuyen a completar la imagen histórica de un espectador pasivo y sometido al espectáculo, me gustaría proponer una perspectiva bien diferente en el caso del festival de cine. Bien es cierto que el festival, por tratarse de un evento que reúne a los ciudadanos bajo un mismo impulso festivo, moviliza emocionalmente al público y lo enreda en una experiencia vicaria y participativa que sin duda interviene en las formas en las que los públicos dan sentido a esa experiencia filmica y a lo que ven. Sin embargo, creo que esta experiencia festiva nos invita a adoptar una perspectiva hermenéutica a la hora de entender las prácticas del público en los festivales de cine.

Lejos de amedrentar la capacidad interpretativa del público, el festival convoca un diálogo cultural en el que el público se enreda en discusiones sobre los filmes, genera opinión y *abre posibilidades de interpretación* que van a circular por el festival y que potencialmente, se van a recordar en encuentros venideros. Partiendo de las teorías de la recepción del espectador de Gadamer, quiero sugerir que el festival de cine convoca para las audiencias un contexto de recepción crítica que se ve favorecido por el ambiente festivo y lúdico que invade las calles, las salas y el ánimo de los presentes. Es decir, la fiesta del festival contribuye a una interpretación crítica y dialógica de los textos. Para llegar a afirmar esto, tenemos que considerar en primer lugar que el festival de cine no limita la experiencia del cine al momento de recepción sino que propone una experiencia que excede el espacio de la sala y el tiempo del filme. Llevando a las ciudades una programación continua de películas, de actividades

y de fiestas, los festivales movilizan a las personas a las salas e instauran un tiempo en el que lo propio es ver cine y hablar de cine. Los festivales provocan conversación y por eso, son espacios ideales en los que investigar los efectos ideológicos, culturales y personales que las películas generan sobre el público. En este sentido, en los próximos capítulos veremos que el festival puede alumbrar prácticas alternativas de recepción y convertirse en un espacio de diálogo en el que elaborar una “dialéctica de la contradicción.” Un hecho, que no sólo se refleja en las propuestas estéticamente e ideológicamente arriesgadas de la programación, sino también en las formas de participación del público que en muchas ocasiones, escapan a las expectativas planteadas por el cine arte y por todos los valores cinéfilos y culturales que representa la institución “festival.” Vienen al caso festivales de cine más vernáculos o dedicados a géneros como el terror y el fantástico, en las que el público a través de comportamientos, protocolos, gustos y formas de interpretar los filmes, reescribe las expectativas de lo que tradicionalmente se ha entendido como formas de recepción “apropiadas.” Exploraremos con más profundidad estas formas en la sexta sección de esta tesis.

#### 4.8 Conclusión

Poniendo el foco en el papel que el espectador tiene como sujeto de conocimiento en la teoría estética gadameriana, nuestro objetivo ha sido reivindicar el carácter lúdico de la condición del espectador contemporáneo. Concebir al espectador como sujeto que participa en el acto lúdico de mirar y de darle sentido a algo de forma colectiva, no sólo sitúa a los festivales de cine como contextos que tienen un lugar relevante en lo social y en el espacio público, sino que nos va a permitir definir los festivales de cine como una “actuación colectiva y comunitaria” en la que se presentan las condiciones ideales para ver cine. Los festivales crean un contexto festivo y espectacular, una temporalidad especial en torno al cine que engulle a los festival-goers en *una auténtica experiencia espectral y de contemplación en el sentido gadameriano*: la fiesta, el festival, pone a los ciudadanos bajo un el público crea texto y contexto, en la que el público se integra en lo social de lleno y de forma esencialmente participativa (mirar, dice Gadamer, es participar). En este sentido, los festivales de cine son escenarios en los que se concentran algunas de las paradojas que se encuentran en el propio hecho de ser ciudadano. Por un lado, los certámenes son parte de un programa global europeo en



el que los ciudadanos son *testigos* de la cultura europea en todo su esplendor a través de la cinematografía. Vistos desde este ángulo, los festivales de cine destacarían por su naturaleza ritual y simbólica en la medida en la que para participar, se deben de seguir unos protocolos y en principio, comulgar con los valores europeos representados en el circuito de festivales.

Por otro lado, la participación del público puede verse como la condición que permite que el festival se celebre y si cabe, que exista el cine europeo con el estatus que hoy disfruta (sus cineastas, sus ceremonias y sus instituciones, como vimos en el capítulo segundo). Podríamos incluso ir más lejos y afirmar que la función del público que asiste a los festivales de cine no es ni más ni menos que el de dar credibilidad al ideal europeo y a su programa cultural, político y económico. Así, la experiencia de participar en un festival de cine, ver una película o ser sujeto-espectador, no sólo consiste en dejarse seducir por las experiencias senso-afectivas de los espacios, los ritos y las imágenes de la cultura audiovisual que proporciona su experiencia lúdica — como plantearían los críticos de la posmodernidad como Andrew Darley—, sino que es compatible con una experiencia dialógica en la que el público construye colectivamente lo que ve, asistiendo a los pases, mirando y comunicándose; *comunicando lo que ve*.

De este modo, en el festival, el cine es el centro de un gran diálogo que se produce entre los miembros del público, las instituciones y la imagen cinematográfica. Y es que cuando los directores hablan de *dar visibilidad* a determinados cines (y a determinadas comunidades), no tienen sino la intención de hacerlos *comprensibles* para una audiencia. Hemos visto que esta idea de educar al público invitándole a mirar aquello que desconoce no deja de tener correspondencias con la noción de *theoria* gadameriana. Para Gadamer, la teoría debe preservar el sentido originario, es decir, debe provenir de la participación “en cuerpo y alma” en el hecho concreto y no de la mera observación: para llegar a entender aquello que tenemos ante nuestros ojos, debemos, como el *theoroi* en la antigua Grecia, ser una parte de la acción, o lo que es lo mismo: la comprensión no debe ser tanto producto de una metodología como de una experiencia inmersiva en la que el individuo se deja imbuir en el acontecimiento festivo. Siendo así, podemos afirmar que los festivales de cine ponen las condiciones para que esto ocurra. No sólo porque asistir a un festival implica una apertura de miras en la medida en la que su programa nos pone ante una diversidad de ideologías políticas, sociales, sexuales, que nos obligan a mirar de formas diferentes, sino porque

en él se construyen las circunstancias para que se produzca el diálogo en torno a los asistentes, la ciudad, los filmes, y esta diversidad de identidades. Desde mi punto de vista es en este sentido, y no en otro, desde el que podemos afirmar que un festival es un *espacio de participación*.

Bajo este paradigma en el que el espectador no es una mera pieza en el proceso de recepción sino quien posibilita la comunicación, los festivales de cine pueden observarse como instituciones que *incitan* esa comunicación poniendo en circulación toda una serie de cines y de discursos que suponen a priori un reto para los espectadores. En este sentido, hemos valorado el hecho de que los festivales proporcionan contextos lúdico-educativos en la medida en la que dan visibilidad (y por tanto de hacen comunicable) a lo ajeno, a lo indómito, a lo liminal y en definitiva, a lo que pone al público occidental en una posición que lo obliga a adoptar una actitud dispuesta y abierta a lo que no le es familiar.

Sin ir más lejos, Julian Stringer (2008), interesado en estudiar la retórica que los festivales de cine usan como espacios de distinción, llega a la conclusión de que los festivales funcionan en muchas ocasiones como *esferas públicas alternativas (counter-public spheres)* en las que “se negocian” determinadas identidades consideradas minoritarias, desprestigiadas o que ocupan espacios marginales en la esfera pública (53). Puesto que a menudo estos festivales atraen a todo tipo de públicos, puede decirse que los asistentes participan en un trabajo de exégesis en el que lo que importa no es tanto la visión individualizada de cada sujeto, como la del público en conjunto. El juego, consistiría entonces en la capacidad que el público tiene de negociar sus propias estrategias de recepción y de placer espectral en medio de una encrucijada de discursos en los que el marketing y la representación institucional se encuentran en dialéctica continua con el espíritu crítico que muchos festivales intentan promover. En este sentido, podemos afirmar que la experiencia que el público tiene del festival será compleja y contradictoria más que armoniosa y simple. Siguiendo este argumento, podemos situar los festivales de cine como un tipo de experiencias que surgen en la ciudad y que proliferan como parte del proyecto de llevar un tiempo lúdico a las ciudades. Un proyecto que se ve constantemente confrontado por toda una serie de fuerzas participativas y críticas con lo institucional y con los procesos de capitalización de las ciudades. Con el fin de situar la los festivales de cine como espacios en los que se dan todas estas contradicciones, en el capítulo que sigue, vamos a explorar los paradigmas de la ciudad se ha desarrollado el fenómeno de los festivales y de toda una

serie de fórmulas que ha terminado por convertir la ciudad en una sucesión constante de eventos culturales.

## 5. La ciudad como terreno de juego

### 5.1 El cine y la ciudad

El cambio del estatus cultural y económico de las ciudades en un contexto global ha sido del interés de toda una serie de disciplinas tales como la sociología, la geografía crítica, la antropología, los estudios sobre el cosmopolitismo o de las distintas teorías de la globalización y el urbanismo que han trabajado sobre la construcción visual e identitaria de las ciudades, sobre sus formas y funciones, sobre las políticas de planificación y territorialización o sobre sus tendencias sociales. Los festivales de cine, no sólo están implicados en el diseño urbano, el marketing urbano y el turismo sino que se encuentran implicados en el proceso de reconversión de las ciudades en puntos nodales del poder económico y político (Stringer 2001).

Además, por su presencia continua en el calendario cultural de las ciudades, los festivales también están implicados en la experiencia que los ciudadanos tienen del tiempo libre en las ciudades y de sus espacios. En este sentido, podríamos decir que la experiencia que proponen los festivales, ofrece cierta continuidad con la presencia que los contextos de exhibición cinematográfica han tenido en el entorno urbano a lo largo de la historia. El corazón de la ciudad ha sido desde principios del siglo XX el espacio donde se han ubicado las salas de cine. Christian Metz (1977) o Roland Barthes (1975), han descrito este ritual único y sin duda mitificado de “ir al cine,” como una experiencia adscrita a habitar la gran ciudad. El cine ha formado parte de lugares estratégicos y visibles en la puesta en escena urbana y en ellos hemos ido domesticando nuestra relación con la imagen y aprendiendo las formas sociales de ir al cine.

Hoy el cine, sigue siendo importante en nuestra vivencia del tiempo libre, y forma parte de contextos que se encuentran marcados por la planificación del territorio y por agendas locales, nacionales y postnacionales que encuadran la experiencia del ciudadano en unas políticas culturales y unas ideologías dadas. En particular, nos interesa la posibilidad de pensar en el espacio de la ciudad como un lugar que se planifica como el suelo idóneo para la sucesión permanente de eventos y actividades. La agenda cultural, es un ejemplo claro de cómo la ciudad se convierte en un continuo de actividades programadas y en particular en el intento de transformar las ciudades en

ciudades-experiencia. Las teorías de los eventos y en particular las de la economía de la experiencia, nos darán las claves para abordar esta nueva empresa en la que se han embarcado recientemente las grandes urbes.

Retornando al interés principal de esta tesis, los eventos son los responsables de que hoy percibamos la ciudad como la representación de una fiesta constante, una fiesta que se justifica en su afán formador, divulgativo y cultural. Los festivales se posicionan, en fin, como el formato más común bajo el que proliferan este tipo de manifestaciones en la ciudad y en la que el cine ha encontrado una fórmula potencial de experiencia participativa. Aunque su especificidad espacio-temporal y la proximidad que guardan con los macro-eventos nos va a permitir aislar a los festivales como objetos de estudio, tenemos que empezar a definirlos como fenómenos que han prosperado en el medio de la ciudad como “fiestas del cine.”

Para entender las funciones institucionales que lo lúdico asume en las ciudades como forma de administración, tenemos que acudir a la ciudad y a la transición que se produce desde las formas de vida propias del Antiguo Régimen hacia lo que Richard Sennett (1978) ha definido como “una cultura capitalista, nueva, secular y urbana” (26). De acuerdo con Sennett, el auge de la burguesía va a significar que el dominio público empiece a verse como un espacio confuso y distante de la vida privilegiada que se vive de puertas para adentro. El “hombre público” empieza entonces a dedicarse cada vez más intensamente a los aspectos de la vida privada y a su preservación, un hecho que se deja ver no sólo en las formas en las que se mistifica la vida material en público (30), sino también en el “vaciado” del espacio público y la redistribución de los lugares para relacionarse con los demás. En este contexto, los espacios para los espectáculos van a aumentar su visibilidad en el paisaje urbano y a cumplir una función clave en los procesos de sociabilidad y de aprendizaje de las “formas de estar en público.” Con el fin de focalizar la atención sobre la importancia que lo lúdico adquiere en los nuevos estados modernos a través del cine y los espectáculos, a continuación vamos a examinar los cambios que se gestan en la ciudad como parte de la expansión de una cultura urbana que se sostiene fuertemente sobre la idea del ciudadano como espectador. Un espectador-ciudadano con una vida que va a oscilar entre el trabajo y las diversiones.

## 5.2 Ciudades lúdicas: la experiencia urbana en la postmodernidad

Ser espectador ha sido y sigue siendo una condición que se encuentra íntimamente vinculada a la experiencia urbana. Hemos visto cómo la plaza pública, los jardines barrocos, los escenarios de los autos de fe, los estadios y espacios para los juegos, los teatros o incluso los estilos arquitectónicos en diferentes lugares de la ciudad son ejemplos de cómo se ha concebido al ciudadano como espectador a través de la organización del espacio urbano. Algunos han ido incluso más lejos llegando a sugerir que la razón de ser de las ciudades es la de convertirse en *imágenes de algo, en imágenes de sí mismas* (Julier 2008; Delgado 2005; Amendola 2000).

Si pensamos en la transformación que las ciudades han ido experimentando a lo largo de la historia para encajar con determinados imaginarios, esta idea no parece del todo descabellada: no es sólo que las ciudades se hayan ido especializando en albergar espacios para el espectáculo y la proyección de imágenes como ha ocurrido, por ejemplo, con la reciente instalación de pantallas de la madrileña Plaza de Callao, sino que hoy en día las ciudades son diseñadas para ser *imágenes* de metrópolis modernas, globales y cosmopolitas. Como ha puntualizado Guy Julier (2008) el estudio de las ciudades en la actualidad debe dirigirse a examinar la ambición de las ciudades contemporáneas por convertirse en ciudades-marca (*branded places*) exportables y diseñadas a partir de auténticos proyectos de marketing (124). En esta dirección apuntan las transformaciones puntuales a las que las grandes ciudades se someten para concretarse en una serie de apariencias muy simplificadas que las hagan escaparates atractivos para el turismo y las perfilen como potencias económicas.

Puede decirse que convertirse en ciudad-imagen o en ciudad-marca, delineada en el imaginario del turismo internacional por la silueta del *skyline*, ha sido una de las consecuencias de la progresiva internacionalización del espacio y del intento de las ciudades por integrarse en la nueva economía. Victoria de Elizagarate (2003) comenta cómo desde finales de los años noventa y con la apertura de los mercados internacionales, las ciudades han tenido que identificar a sus competidores e analizar sus ventajas competitivas, es decir, han tenido que empezar a gestionar el espacio urbano como lo hace una gran empresa (37). No en vano, el marketing aplicado a la ciudad está definiendo los nuevos modelos de metrópolis y las características que la hacen competitivas y atractivas a turistas, inversores y empresas internacionales. Un claro ejemplo de esta tendencia es la conversión de la arquitectura y de los espacios

históricos de la ciudad en soportes publicitarios, como ha ocurrido en Madrid con la antigua estación de metro Sol, transformada en pancarta de una empresa de telecomunicaciones, o el Teatro Calderón, que desde 2007 asume el nombre y la imagen de la conocida empresa alemana de helados Hägen Dazs. En este contexto en el que el espacio público y la ciudadanía parecen debilitarse en favor de la competitividad empresarial y la proyección de la ciudad-marca en el mercado, describir en qué consiste la experiencia urbana ha sido una de las obsesiones de la crítica a la cultura. Todas esas contradicciones que desdibujan el lugar del sujeto en el espacio público, han sido descritas bajo la idea de la *ciudad postmoderna*, una ciudad que en un sentido baudrilliano, ha ido adoptando cada vez más las formas de los medios de comunicación de masas. Esta tendencia puede resumirse en la caracterización que Giandomenico Amendola (2000) hace de la experiencia urbana a partir de las ideas de Ihab Hassan (1985) sobre la postmodernidad: la indeterminación, la fragmentación, la crisis del yo, la reducción del pasado al presente, el pastiche, el travestismo y finalmente, la progresiva carnavalización (la vida como juego, el antifaz, la fiesta), son entre otros, elementos que se han ido imponiendo en la vida cotidiana y que han contribuido a la desposesión del espacio público por parte de los urbanitas (Amendola 2000, 71-2).

En este contexto, la discusión sobre la progresiva transformación de las ciudades en espacios para el ocio y los servicios no es en absoluto ajena a la formación y el asentamiento de los festivales de cine. Es más, la crítica a la desubicación del individuo en la ciudad contemporánea, toca muy de cerca a la propia cuestión de “necesidad” de los festivales de cine y su papel en las ciudades. Aunque los festivales de cine justifican su presencia en el espacio público como espacios para el diálogo y el debate, para la presentación de identidades contestatarias, para la educación y por tanto, para la ciudadanía (Koven 1999b; Zielinski 2012) bien es cierto que los festivales internacionales comienzan con propósitos distintos. En el segundo capítulo de esta tesis, situábamos el origen los certámenes internacionales en el marco del proyecto histórico de cohesionar la sociedad tras la Segunda Guerra Mundial. Además, presentábamos los festivales como un tipo de evento público integrado en una idea de un proyecto común europeo sostenible que comienza a mediados de siglo y que continúa en nuestros días en el proyecto global de la Unión Europea. En este sentido, podemos concluir que el proyecto global los festivales de cine, concuerda con el propósito histórico y cultural de reconducir el tiempo de los ciudadanos y los

trabajadores hacia el tiempo de ocio y las actividades de carácter lúdico. Un proyecto que continúa hoy en una concepción de la ciudad como “ciudad programable” en función de un calendario cultural de eventos (Elsaesser 2005b).

Comprender en qué consiste este proyecto, nos ayudará a plantear que el actual éxito de los festivales de cine como un fenómeno social, cultural, político, que se encuentra vinculado a la creación de la ciudadanía y de la sociedad civil. Sobre todo cuando existe la tendencia de defender los festivales con un perfil crítico, artístico y educativo frente a los festivales con un perfil industrial, siervos de la cultura *mainstream* y en ocasiones concebidos a partir de procedimientos de marketing y turismo. Todavía, desde distintos sectores de la crítica cinematográfica, se tiende a criticar que los festivales sean eventos que responden a las dinámicas de la industria del ocio, del turismo, del *star-system* y de toda una serie de sectores que los sitúan en el centro los intereses macroeconómicos del mercado global y de las políticas locales de las ciudades.<sup>65</sup>

La persistencia del debate no deja de destacar la importancia de abordar los festivales desde la perspectiva de la crítica al ocio y al tiempo libre. Una tradición que se viene desarrollando con fuerza desde los años sesenta y cuyo origen podemos ubicar en las primeras concepciones del ciudadano moderno y de la ciudad excesiva y deshumanizada como herencia abyecta de la Modernidad. Veremos más adelante cómo de esta experiencia, van a derivar una serie de trastornos que se tratarán de subsanar a través de las políticas urbanas y de una progresiva basculación de la experiencia pública hacia los espacios de la cultura.

Hablar de ocio no es sino acordar una terminología en la que concretar las experiencias diarias que tienen un contenido primordialmente lúdico y que están orientadas al disfrute de los individuos y en definitiva, al juego. A partir de ahora, nos referiremos al ocio como una actividad inmediatamente industrial, que se ha especializado en la producción de experiencias altamente controladas que no suponen una dedicación continuada, sino una distracción temporal. Si hasta hace apenas

---

<sup>65</sup> Por otra parte, si seguimos una historia cultural del cine pasando por las salas de barrio, los teatros, las salas de cine-clubs, salas de arte y ensayo, los festivales, hasta el catálogo de formas híbridas públicas y privadas hacia las que ha derivado su consumo, tendremos que concluir que la industria del cine fue determinante en el asentamiento de las bases de la extensa industria del ocio tal y como la conocemos hoy. Sin ir más lejos, la mayoría de los gigantes mediáticos que como TimeWarner, Vivendi, o Walt Disney Company se dedican a la creación de experiencias de ocio y entretenimiento, tienen su origen en los antiguos estudios de Hollywood.



cincuenta años aún se separaba netamente a la cultura de masas (aquellas actividades que pertenecían a las llamadas industrias culturales en los años setenta) de otras actividades de entretenimiento como los deportes y los juegos (Rodríguez Ferrándiz 2011, 150), hoy el concepto de ocio es un “cajón de sastre” en el que caben todas una serie de actividades a las que dedicamos nuestro tiempo libre: el cine, la televisión, la radio, la literatura de consumo, los cómics, los videojuegos, el teatro, las artes performativas, la música, los parques temáticos, los juegos para niños, los juegos para adultos, los deportes, el turismo, los nuevos media, los eventos o la moda, son actividades que basculan hacia el entretenimiento o hacia la cultura, dependiendo de quiénes las cite.

Aunque la industria del ocio no produce ni gestiona exclusivamente bienes culturales, lo cierto es que a menudo, se concibe que el tipo de actividades que manufactura pertenecen a las industrias creativas y de la comunicación. Esto ha hecho que el campo de la cultura se haya tratado de “preservar” y de delimitar conceptualmente a través de una serie de etiquetas que delatan diferentes inclinaciones ideológicas a la hora de definir su ámbito de producción y distribución. Así, por ejemplo, el concepto de industrias creativas, que se viene popularizando desde finales de los años ochenta, hace hincapié en el hecho de que toda obra cultural, aunque sea producida industrialmente tiene detrás un cierto trabajo creativo (Tremblay 2011, 116). En este sentido, la separación terminológica de los diferentes contextos económicos no deja de ser un intento por desplazar la denostada idea de cultura de masas, hacia el discurso de la creatividad y el conocimiento.

Con todo, lo cierto es que, como reconoce Tremblay (2011), “generalmente los investigadores reconocen que las industrias culturales presentan características que consideradas una por una pueden encontrarse con otros sectores industriales (...)” (115) Y es que toda delimitación deviene confusa en el momento en el que los beneficios de las industrias creativas repercuten en sectores como el turismo, o cuando el turismo se apropia del patrimonio cultural y se propone explotarlo bajo fórmulas híbridas como el *turismo cultural*. Sin ir más lejos, los festivales crean oportunidades para el turismo y dan salida a una determinada demanda turística, algo que ha hecho que muchos se pregunten a quiénes benefician los festivales (Pedersen Strandgaard y Mazza 2011).

Aunque, como veremos más adelante, a finales del siglo XX la ciudad se va a convertir en el máximo exponente de la participación ciudadana a través de los espacios lúdicos, en los años setenta, la progresiva transformación que vienen

experimentando las ciudades para albergar el espectáculo proporciona el contexto para un estudio de los espacios lúdicos como lugares dirigidos a definir a los ciudadanos a través de la gestión del *tiempo libre*. Antes de que Debord, Lefebvre o Foucault desarrollen su crítica a la ciudad postmoderna, Walter Benjamin ya contempla la ciudad como un espacio que no sirve a la participación ciudadana sino a la represión, de control social y disciplinamiento. De entre los miembros del Instituto de Investigación Social, nadie comprendió como Benjamin que las transformaciones que se estaban produciendo a nivel de la cultura y el arte se venían forjando a pie de calle, en las costumbres y las formas de vida de la burguesía en las grandes metrópolis. Es más, resulta un tanto llamativo que como ha apuntado Martin Jay (2003), a excepción de Benjamin, los miembros de la Escuela de Frankfurt nunca dirigieron su atención al importante rol que cumple la ciudad en la sociedad moderna (31). En el *Libro de los pasajes* (2005),<sup>66</sup> Benjamin se inspirará en las descripciones que Baudelaire hace del *flâneur*, el paseante ocioso de los bulevares, para ilustrar el preludio de una conciencia crítica hacia la sociedad de masas y hacia la ciudad como signo de la decadencia capitalista y del aislamiento que sufre el hombre moderno dentro de las multitudes: “El ‘fenómeno de la vulgarización del espacio’,” escribe Benjamin, “es la experiencia fundamental del *flâneur*” (424). Afectado por una parálisis que le impide intervenir en los ritmos frenéticos de la vida diaria, el *flâneur* se confunde con el fondo de la mancha urbana, “callejea,” se limita a ser observado, y a ser mero observador de escenas que ocurren en el mercado, en la taberna, en las calles. La vida social de la burguesía se reduce precisamente a eso: a mirar y a ser mirado. Y este es el origen de la indecisión constante del *flâneur*. Como lo expresa Benjamin: “Del mismo modo que aguardar es el estado propio del contemplativo inmóvil, parece que la duda lo es del *flâneur*” (430).

Precisamente, los espectáculos van a servir a esta función de “dejarse ver” en un contexto social: no es casual que el auge de la burguesía urbana coincida con una remodelación de los espacios para el espectáculo y con la adquisición de toda una serie de normas de socialización y de formas de estar en público. En *El declive del hombre público* (1978), Richard Sennett alude a cómo coincidiendo con las grandes reformas de los teatros urbanos, el espacio de las butacas se transforma para contener y

---

<sup>66</sup> Aunque se publicó de forma póstuma en 1983, el *Libro de los pasajes* se considera una de las obras más ambiciosas del autor, escrita entre 1927 y 1940, el año de su muerte.

acomodar a un público que en contraste con la clase obrera, adopta una actitud recatada y que se instala en un estado de contemplación silenciosa. Una forma de introspección que no deja de confirmar la actitud con la que las personas se muestran en público en las calles y en los bulevares. Ser espectador, se confirma en la ciudad del siglo XIX como una forma de vida pública esencial dado que es en el teatro, en la ópera y en otros espectáculos burgueses donde las personas aprenden y practican los códigos de rectitud propios de su clase: como el teatro, la ciudad misma, deja ser un entorno para la comunicación y se constituye en espacio donde los ciudadanos pueden fortalecer una falsa conciencia de élite (225-59). Esta actitud se va a reforzar en el siglo XX cuando el tiempo de los ciudadanos se configure definitivamente como mercancía.

Habrá que esperar a los años sesenta y a las obras de pensadores como Debord, Lefebvre y Foucault, para encontrar una noción clara y manifiesta del ocio como actividad que se corresponde económicamente con una industria dirigida al control ciudadano. Michel Foucault es quizás quien lleva más lejos la idea de la ciudad como instancia administrativa dirigida a hacer ciudadanos en un sentido ético. En *Vigilar y castigar* (1975) Foucault estudia cómo la ciudad se consolida en nuestro siglo como institución-prisión en la que la cultura, la educación y el ocio son dispuestos como medios de instrucción y vigilancia. La lectura foucaultiana de la ciudad como institución de control, viene a poner de manifiesto el cambio sustancial que se produce con el nacimiento de la prisión y la burocratización de los mecanismos de castigo a finales XIX. Para Foucault, este proceso se deja ver en el poder que las instancias administrativas en las ciudades le otorgan a las élites gobernantes a través de la institución judicial. Desde este punto de vista, la progresiva transformación que vienen experimentando las ciudades para albergar el espectáculo, puede leerse como parte de un mismo proceso de encauzamiento ciudadano que se ha visto fortalecido a nivel administrativo.

Si para Foucault las formas de control en las ciudades se han instalado en los capilares de su vida administrativa y en las diferentes instituciones desde las que se dirige la gubernamentalidad, para Debord, el verdadero sometimiento se está llevando a cabo a través de la gestión del tiempo libre. Es más, para Debord el ocio y las vacaciones se confirman en el capitalismo como los bienes más anhelados por las personas, que han aprendido a concebir el tiempo como una aspiración de la que apenas pueden disponer. El ocio, como fabricación de tiempo libre, sería entonces la

máxima esencia del *tiempo espectacular*, un tiempo que se define porque no es vivido como tal, sino porque es imagen (ilusoria) de tiempo (Debord [1967] 2009, tesis 154). Debord, usa entonces el tiempo cíclico de las sociedades primitivas, o las llamadas sociedades frías por Lévi-Strauss como antítesis a la temporalidad en la que se instala la lógica capitalista: la escisión definitiva entre el tiempo y la vida, se produce con la desaparición de las fiestas que marcaban los cambios en el entorno, y como consecuencia, en la comunidad y que por tanto, confirmaban el nexo entre hombre y naturaleza, entre tiempo y vida.<sup>67</sup>

Antes de Debord, Horkheimer y Adorno (1944) ya contemplan fiesta como medio por el que poder administra emociones para el vulgo a través del tiempo libre. La fiesta, como un territorio en el que el individuo afianzaba los lazos que le unían al mundo de la vida, experimenta según Horkheimer un cambio cualitativo: al ser sustituidos los referentes de autoridad tradicionales por las nuevas reglas de la ideología de mercado, la realidad intersubjetiva que el individuo compartía con su comunidad se viene abajo. Este desplazamiento de las referencias vitales que provoca el desamparo afectivo en la *sociedad de masas*, es visible en la celebración de la fiesta, que deja de pertenecer al ámbito de lo sagrado para pasar a formar parte del *sistema*, una postura que Adorno y Horkheimer expresan en la *Dialéctica de la Ilustración* ([1944] 2009):

Los amos introducen el placer como racional (...) tratan, para sí mismos de neutralizarlo y al mismo tiempo de conservarlo en la cultura superior; y para los sometidos procuran dosificarlo donde no puede ser enteramente negado. El placer se convierte en objeto de manipulación hasta que finalmente, desaparece en la organización. La evolución va desde la fiesta primitiva hasta las vacaciones. (151)

La fabricación de momentos (y no tanto de *tiempo*) lúdico-festivos, es un tema sobre el que la sociología de la cultura ha regresado con asiduidad. Desde que Debord aplica el concepto de espectáculo a nuestras sociedades occidentales contemporáneas, la idea de que la realidad ha sido suplantada por la difusión masiva de imágenes espectaculares sigue estando muy presente en una determinada forma de entender nuestra cultura (un

---

<sup>67</sup> Esta separación entre vida y capitalismo es un tema recurrente en el cine primitivo (en especial en el expresionismo alemán y posteriormente en el *film noir*) donde la pérdida del sentido común y los trastornos provocados por la vida urbana inspiran retratos de ciudades-máquina como las de *Amanecer* (F.W. Murnau, 1927), *Metrópolis* (Fritz Lang, 1927) o *Berlín, Sinfonía de una ciudad* (Walter Ruttmann, 1927).

legado, que se confirma en la repercusión de las ideas de Baudrillard en torno a la realidad como simulacro y en el auge del pensamiento post-marxista en la segunda mitad del siglo XX). Siempre en deuda con el ideario de Debord, José Luis Brea (2004) advierte que ese desplazamiento de las formas de control administrativo del trabajo al consumo y el ocio (16), ha llevado a que sean las industrias culturales (“industrias de lo simbólico”) las principales productoras de experiencias de sociabilidad en nuestras sociedades. Escribe Brea:

(...) podríamos afirmar que en nuestras “sociedades de riesgo” las prácticas culturales son las principales detentadoras del encargo social de producir comunidad y vida propia, de alimentar los procesos de subjetivación y socialización, y es en ello donde reposa y se articula todo el potencial de su creciente valor simbólico.<sup>68</sup> (61)

Como consecuencia, escribe Brea (2004):

Surge y se afianza así un nuevo modo de trabajo cuyo sentido no es ya responder a las necesidades materiales básicas, sino fundamentalmente alimentar las demandas de la ciudadanía en el ámbito de la vida psíquica: satisfacer nuestras expectativas de sentido y emoción, de concepto y afecto. (24)

Que los marcos legitimadores de comunidad se encuentren salvaguardados hoy por el espectáculo, pone de manifiesto para Brea la necesidad de pensar en cuáles son hoy los espacios para *lo común* más allá de la “comunidad falseada” que ha consagrado el capitalismo del espectáculo —*el capitalismo informacional contemporáneo*— (Brea 2004, 83-4). Haciéndonos eco del pensamiento de Brea y tratando de extender sus reflexiones en torno a qué es y dónde se ubica lo común, diríamos que los festivales, eventos y toda una serie de “formatos industriales de la experiencia” proporcionan vivencias vicarias y afectivas que están siendo clave a la hora de reconstruir un cierto sentido de comunidad en el seno de las ciudades (o al menos, lugares en los que los ciudadanos practican algo parecido a la comunidad).

Muy cercana a la crítica del espectáculo de Debord y a la idea de la ciudad como espectáculo para las masas, se encuentra la crítica al urbanismo de Henri

---

<sup>68</sup> Aquí Brea hace referencia a la “sociedad de riesgo” descrita por Ulrich Beck (1986); una sociedad que ante la pérdida de los referentes tradicionales vive en un estado de inseguridad patológica que. Véase: Ulrich Beck, *La sociedad del riesgo* (Barcelona: Paidós, 2002).

Lefebvre. Como Debord, Lefebvre cree que las ciudades son el reflejo del espectáculo que albergan, hasta el punto de haberse convertido en puras imágenes dedicadas a la seducción de los ciudadanos, una idea, que desarrolla en *La producción del espacio* ([1974] 2013). En este texto, Lefebvre explora la significación social de los espacios en relación con el uso que se les da en la vida diaria, mostrando especial interés por los espacios del ocio. Desde el momento en el que la oportunidad de participar en la vida pública viene dada por el consumo de cultura, o lo que es lo mismo, desde que se produce una asimilación entre cultura y tiempo libre, el turismo y el ocio se convierten en sectores económicos en los que invertir el espacio de las ciudades. Pero ante todo, el ocio es para Lefebvre un “espacio erotizado” (346), en el que nunca se alcanza el objeto de deseo. El ocio, “un momento inicialmente contingente que deviene necesidad” (385), se especializa en ofrecer oportunidades para el juego, la libertad y el placer como alternativa a las limitaciones y restricciones de la vida laboral ordinaria: las discotecas, los bares, los alojamientos vacacionales, la ciudad histórica, la playa, la montaña, el mar, son ejemplos de cómo el espacio se convierte en mercancía al ponerse al servicio de la producción de placeres (220). En este sentido, en la medida en la que el turismo integra el espacio en el ciclo de la producción industrial, el ocio no constituye tanto un *espacio de consumo*, como una forma de *consumir el espacio*.

La idea de que el propio espacio pueda ser consumido y por tanto convertido en valor de cambio se encuentra en la concepción que Marc Augé (1992) hace de los espacios despersonalizados, espacios que no se caracterizan por sus signos históricos y patrimoniales, sino por ser “tierra de nadie,” *no-lugares*: los parques de atracciones, los aeropuertos, los complejos turísticos, los centros comerciales, pero también las salas de espera, los andenes, las áreas de descanso, las autopistas, y los lugares intermedios que sirven al desplazamiento, son lugares en los que estamos en cuerpo presente, pero no el cuerpo y alma, espacios en los que se produce la despersonalización de la experiencia pública.

Estos espacios quedan fuera del ámbito de la memoria colectiva ya que su función no es la de comunicar o producir socialidad, sino la de facilitar el tránsito y acelerar los flujos de capital humano: los *no-lugares* son espacios que se corresponden con el olvido y la disolución de la comunidad en favor de la movilidad de capital. De ahí que cuando Augé ([1992] 2008) habla del turismo como “viaje imposible” enuncia la utopía de convertirse en viajero en un mundo en el que las imágenes se nos adelantan y las experiencias se venden prefabricadas, en el que nada nos pertenece por

experiencia o ni siquiera por herencia o memoria.<sup>69</sup> El ocio, aparece así asociado a un espacio despersonalizado, un *ready-made* manufacturado para su rápido consumo. Un hecho que de acuerdo con Augé ha transgredido hasta el propio sobreuso del término que según él, se encuentra en plena difusión:

El auge del término espacio aplicado tanto a las salas de espectáculo o de encuentro (“Espace Cardin” en París, “Espace Yves Rocher” en La Gacilly), a los jardines (“espacios verdes”), a los asientos de avión (“Espace 2000”), o a los automóviles (“Renault Espacio”) da testimonio a la vez de los motivos temáticos que pueblan la época contemporánea (la publicidad, la imagen, el ocio, la libertad, el desplazamiento) y de la abstracción que les corroe y les amenaza (...). (88)

“El espacio” escribe Lefebvre (2013), “ya no puede ser considerado como resultado o resultante, efecto empíricamente constatable de un pasado, de una historia, de una sociedad. ¿Es el espacio un médium? ¿Un entorno? ¿Un intermediario?” (440). Con todo, para Lefebvre el espacio físico en el que se inscribe la vida cotidiana no funciona exclusivamente como un fenómeno de alienación. En todo caso la “producción del espacio” expresa el proceso constante de resolución de conflictos por el que los ciudadanos logran colectivamente crear focos de cambio y reorganizar la ciudad. En este sentido, lo interesante de la crítica de Lefebvre es que concibe el espacio urbano no sólo como un conjunto a merced de las fuerzas del mercado y de la competitividad interurbana, sino como un *espacio vivido y a vivir* que puede ser transformado en un verdadero espacio público a través de la apropiación consciente de los ciudadanos.

A medida que las ciudades se van transformando en grandes *ciudades-empresa*, más al servicio de la actividad económica que de sus habitantes, se empieza a consolidar desde la geografía humana una teoría del urbanismo que denuncia la tendencia de las ciudades a favorecer las grandes maniobras mercantiles y financieras que atentan contra las actividades humanas y provocan importantes procesos de exclusión social. David Harvey (2012), uno de los autores más representativos de este “urbanismo crítico,” propone que la única vía para maximizar la justicia social en las ciudades debe venir de la revolución social que cree nodos de resistencia anticapitalista. A pesar de que “el desarrollo de la cultura local y sus tradiciones ha

---

<sup>69</sup> En este marco intelectual de esta crítica a la sociedad de la abundancia, Augé dedica un libro al turismo como experiencia prefabricada y falseada: Marc Augé, *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes* (Barcelona: Gedisa, 1998).

sido absorbido dentro del cálculo de la política económica” (100), lo cierto es que en su último trabajo Harvey se hace eco de un importante número de iniciativas ciudadanas que desde un discurso de resistencia y de la política del bien común se apropian de espacios para articular lugares con identidad dentro de la vorágine urbana: una identidad basada en el debate y el diálogo que a menudo, emerge a partir del cine. Veremos entonces cómo fuera de las extensiones del diseño urbano y la planificación del espacio, frente a los grandes festivales se extiende una constelación de (siguiendo la terminología de José Luis Brea) *lugares-otros para el cine*, o lo que es lo mismo, espacios que usan el cine como mecanismo de activación y recuperación del espacio público en las ciudades.

### 5.3 Ciudad, ciudadanía, cultura

Hemos visto que las ciudades son los lugares en los que lo lúdico ha tenido una máxima expansión a través del ocio, el turismo, el entretenimiento y la cultura. La progresiva transformación que vienen experimentando las ciudades para albergar el espectáculo y para “programarse” en función de una agenda cultural, nos plantea serias dudas acerca del papel de las ciudades tienen como territorios en los que legitimar y poner en práctica los valores de la ciudadanía. Como Sugiere José Luis Brea (2004), “sería un gran error pensar que esta metamorfosis contemporánea del capitalismo en capitalismo cultural conlleve de modo automático efectos optimizadores de nuestra vida común (optimizadores de la libertad colectiva, la justicia, la igualdad ciudadana o la misma intensificación de la experiencia)” (62). Que, como indica Manuel Delgado (2005), en la ciudad se encarnen una serie de valores abstractos y postizos que pretenden ser la quintaesencia de las virtudes ciudadanas (Tolerancia, Solidaridad, Igualdad, Diversidad), la convierten de manera un tanto obscena en el lugar donde cultivar con exclusividad la vida ética. ¿Acaso le corresponde a la vida ética una realización lúdica en el marco de la ciudad? ¿Qué define entonces al ciudadano? ¿Su relación con la cultura? ¿Qué cultura?

Para caracterizar la relación constitutiva entre lo lúdico, la cultura y la ciudadanía, tenemos antes que enunciar la cultura dentro del marco que la reconoce como un *derecho* connatural al ser humano cuya igualdad de acceso el Estado está



obligado a garantizar y cuyo amparo pende del reconocimiento de los “derechos culturales” formulados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos.<sup>70</sup> Es decir, ser ciudadano lleva implícito el derecho de acceder a una amplia oferta cultural, que parece imponerse como la única vía de acceso a la cultura. A esto mismo apunta Ulrich Beck (2001) cuando escribe que “si la cultura antes estaba definida por las tradiciones, hoy debe definirse como área de libertad que protege a cada grupo de individuos y posee la capacidad de producir y proteger su propia individuación” (235). Diríamos entonces que la cultura, más allá de configurar y definir nuestras formas de consumo, conlleva una garantía de democraticidad. Es esta nueva condición de la cultura como derecho institucional indispensable para garantizar la “dignidad y el libre desarrollo de la personalidad del ser humano,” lo que va terminar de consolidar una asimilación de la cultura como cultura masiva. Si es la cultura lo que define hoy nuestra forma de entender y de practicar la ciudadanía, ¿cuáles son los límites de tal condición y qué nos hace entonces ciudadanos?

En primer lugar, la idea de ciudadanía y la del ciudadano dibujan el marco en el que las personas elaboran su identidad ética en la actualidad. De acuerdo con Victoria Camps (1993), la ciudadanía hace referencia a una identidad colectiva fundamental que es la base de la igualdad y bajo la que se hacen lícitas la libertad de asociación o la libertad de elección de identidades (162). Cuando hablemos aquí de ciudadanos nos estemos refiriendo específicamente al habitante de las ciudades —a la ciudad contemporánea, como colonia cosmopolita que exhibe prioridades postnacionales—, estaremos en último término considerando al habitante de los estados modernos, sujeto de derechos políticos que interviene ejercitándose en el gobierno del país. La ciudadanía, vendría pues a ser una idea que se encuentra en la conciencia de todos los que participan en su comunidad y que desean hacerse en ella y experimentarla en la práctica; un marco de derechos y deberes según los que se han de dirigir los objetivos e intereses comunes y que es la condición previa para ser alguien en esa sociedad concreta, pero también en cualquier sociedad: ser ciudadano es la circunstancia en la que cualquier proyecto individual encuentra salida en este mundo.

Por otra parte, no podemos desvincular el concepto de ciudadanía a la dimensión espacial que la hace posible: la pertenencia a una comunidad cultural y política determinada y la posibilidad de contribuir a la vida pública sólo es posible en

---

<sup>70</sup> Artículo 22, 10 de diciembre de 1948.

nuestra vinculación con un territorio concreto, con un *lugar* con “nombre y apellidos” y una identidad dada que se contrapone a eso que Augé llama el *no-lugar*. Julio Alguacil Gómez (2003), expresa esta condición territorial de la ciudadanía del siguiente modo: “la ciudadanía es una condición de *ser* que es indisociable de la condición de *estar*” (19). Esto, sitúa a la ciudad como el lugar donde tradicionalmente se ha forjado la ciudadanía, y en particular a la ciudad europea, como paradigma histórico de la construcción de la condición del ciudadano tal y como hoy lo conocemos.

Queda definir, qué tipo de relación es ésta que el ciudadano mantiene hoy con la cultura y cuál es el lugar-bisagra que en esta relación ocupa lo lúdico. Sin abandonar nuestra concepción de la cultura circunscrita como derecho institucional, diríamos que paradójicamente, el ciudadano se apropia de la cultura en la medida en la que dispone de tiempo de ocio. Esta idea de la cultura que hunde sus raíces en la constitución del ideal marxista de la cultura como conquista social, no deja a su vez de subrayar una diferencia social: la que se produce entre las personas “cultas” o “intelectuales” que viven de la cultura, y las personas que en mayor o menor medida participan de la vida sociocultural de su ciudad durante su tiempo de ocio; tiempo, que le es tradicionalmente asignado a la clase obrera, es decir al grupo social que tiene que trabajar para ganarse su tiempo libre. Como muy lúcidamente ha indicado Antonio Méndez Rubio (1997), en el momento en el que la cultura se inscribe en las rutinas del tiempo del ocio, pasa de ser un privilegio a ser necesaria, y esta necesidad, esta *insuficiencia* de la que primero da constancia y que después llena la cultura, crea comunidad (52).

Lo que quiero decir con esto es que la oportunidad de contribuir a la vida pública viene en la actualidad principalmente promovida por la posibilidad de participar en la “esfera cultural” de una sociedad y que esta necesidad de inclusión en una comunidad determinada es lo que va a definir esa “inclinación cultural” de las personas. Una experiencia colectiva, que además, el ciudadano pone en práctica mediante un uso determinado del espacio. Saberse miembro activo de una comunidad lo da hoy más la participación en toda una serie de actividades lúdicas —desde los juegos online o las redes sociales, hasta los festivales y eventos—, que propiamente el hecho de ejercer una profesión, compartir un entorno cultural y económico determinado o incluso votar. Que ciertos valores sociales hayan entrado en nuestra

sociedad bajo la etiqueta de la cultura y que sea en el tiempo de ocio durante el que hemos tomado conciencia de ellos, relega la cultura al ámbito, siempre secundario.

En este sentido, cabe esperar que en el momento en el que la cultura pasa a formar parte de la oferta de bienes consumibles, no se desvincula de la idea de una conciencia de clase sino que empieza a asimilarse con determinadas formas de ostentación y de conquista social en el marco urbano. Como ha indicado Gustavo Bueno (1997), “(...) es mediante la participación en esas culturas circunscritas por grupos determinados y no por otros, por los que la élite o la plebe alcanzan la conciencia (la falsa conciencia) de la ‘realización de su plenitud vital, de su libertad’” (218).

Sin embargo, la relación entre cultura y ciudadanía es una relación con múltiples matices: antes de inscribir la cultura en un entorno específicamente urbano, debemos de argumentarla como elemento político desde el que tradicionalmente las sociedades han intervenido de manera subversiva en la vida pública, erosionando lo institucional. La teorización que Antonio Méndez Rubio (1997) hace de la cultura como encrucijada nos resulta especialmente adecuada para ilustrar las atribuciones ideológicas de toda manifestación lúdica. Méndez Rubio comienza su libro sobre los elementos de la crítica a la cultura con una reflexión acerca de la intervención constituyente que históricamente ha mantenido *lo popular* como fórmula social pujante, participativa y autocrítica, en la elaboración de la cultura.

En busca de ese arraigo histórico de lo popular en la producción y transformación de la cultura dominante, Méndez Rubio (1997), parte de la tesis bajtiniana que pone en relación la cultura popular cómica del medievo con la literatura. La descripción de Mijail Bajtín por la que los códigos propios de la cultura carnavalesca (la risa, lo grotesco, la máscara, la ironía, el plurilingüismo), traspasan las corrientes mayoritarias de la literatura de la época logrando mantenerse vivos, le sirve al autor para explicar la cultura popular (vista aquí como folclore) como *modo de acción*, “motor de una dialéctica continua con respecto a la ideología y el poder político dominantes” (64). En este sentido, Méndez Rubio condensa el pensamiento bajtiniano en la noción clave de la encrucijada: la cultura, se encuentra *en la encrucijada de* un conjunto de interrelaciones y procesos por los que se crean identidades —en plural— que entran en conflicto y que ponen en cuestión las formas culturales e identidades *dadas* para favorecer su propia visibilidad. Esta apreciación será especialmente importante tanto a la hora de argumentar las razones por las que lo

lúdico se ha prestado históricamente como motor para el cambio social, como a la hora de considerar quiénes son los agentes que gestionan lo lúdico en las ciudades. Lo que pretendo poner en relieve a través de la lectura que Méndez Rubio hace del texto de Bajtín, es la condición siempre ideológica a la que está sujeta toda manifestación cultural ya sea su objetivo asentar unos límites (*fronteras*, en la terminología bajtiniana), transgredirlos, o desplazarlos. Resulta especialmente esclarecedora para esta enunciación de la cultura la noción bajtiniana de *especificidad* que, como reivindica Méndez Rubio (de manera, diríamos, un tanto lúdica), no es una categoría “inamovible”:

La *especificidad* de la literatura —como la de la filosofía, la política, el arte, la religión o la ciencia— no es tanto una determinada forma naturalmente inherente a sus discursos como el producto interesado de una función social que le es institucionalmente atribuida. (66)

Lo que hace al arte, arte, o al cine, cine, sería entonces el resultado de toda una serie de motivaciones de orden social y cultural. Siguiendo este argumento, la creación de cultura en la ciudad no se correspondería con las formas en las que las estructuras de dominio se asientan a través de la política cultural y sus extensiones institucionales, sino en la que los distintos focos de opinión negocian a través de estrategias de movilización que a menudo tienen una base lúdica: el espectáculo, como hemos tratado de exponer hasta ahora, es solo una parte del texto; un texto que es interpretado y compartido por muchos espectadores que en, este caso, son además ciudadanos y habitantes de la metrópolis. Creo que esta perspectiva concuerda mejor con las actuales generaciones de espectadores y por eso me gustaría usarla para enfocar el binomio espectador-ciudadano. Es en este sentido y no en otro, desde el que creo que debe enfocarse la relación constitutiva que existe entre “el *pueblo* y el *público*.”

#### 5.4 De la “ciudad de la cultura” a las ciudades-evento

Para entender cómo lo lúdico ha ido instalándose en el tejido de la ciudad, es necesario plantear que el modelo urbano actual proviene de la reconversión de la ciudad industrial en *ciudad de cultura*. Este es el contexto en el que tenemos que empezar a considerar la proliferación de eventos cinematográficos y festivales de cine en España.

¿Cómo pasan las ciudades a ser espacios para “el culto a la Cultura,” como las concibe Manuel Delgado (2005)? (18). Hagamos un poco de historia.

Gradualmente y desde los años sesenta las ciudades europeas han ido en mayor o menor grado experimentando un progresivo proceso de desindustrialización que moviliza a los gobiernos municipales a buscar nuevas formas de inversión privada. En el caso de España, esta transición es especialmente significativa en las ciudades industriales de la franja cántabro-vasca como Bilbao, Santander u Oviedo que habiendo subsistido fuertemente de la industria siderúrgica y naval encuentran cierta prosperidad en el turismo y la industria del ocio. Pero sobre todo, coincidiendo con la prosperidad política y económica que se empieza a vivir desde la transición a la democracia, los centros urbanos empiezan a involucrarse en el desarrollo de las políticas culturales y a invertir grandes cantidades en proyectos con un énfasis artístico y cultural. Diferentes autores coinciden en que el impulso de la política cultural municipal en ciudades como Barcelona y Madrid se produce con el afianzamiento democrático que en España empieza a hacerse efectivo a partir de mediados de los ochenta y coincidiendo con el inicio del gobierno socialista. Un período que Teresa Vilarós (1998) enmarca en la “segunda transición” entre 1982 y 1993, es decir, desde el triunfo electoral del gobierno socialista hasta la firma del Tratado de Maastricht y el ingreso de España en la Unión Europea (3).

Pero el direccionamiento estratégico de las ciudades hacia la cultura vive su momento culmen en 1997 con la construcción de la sede europea del Museo Guggenheim en Bilbao, un coloso de cinc y titanio construido a los márgenes de la ría bilbaína que nace como un proyecto turístico y que en poco tiempo se convierte en emblema del resurgimiento de la ciudad industrial de sus propias cenizas. La construcción de esta obra icónica de la arquitectura contemporánea va a significar el inicio de un cambio en la política cultural de las regiones costeras castigadas por el declive industrial que alentadas por la proyección internacional que consigue Bilbao, empiezan a reinventarse como sedes culturales. A lo largo de los dos mil el llamado “efecto Bilbao” —es decir, la construcción de arquitecturas museísticas singulares enfocadas al turismo de masas— se extiende a lo largo de la costa atlántica en ciudades como San Sebastián (Kursaal y Tabakalera), Avilés (Centro Niemeyer), Gijón (Laboral Centro de Arte y Creación Industrial), Bilbao (Azakuna Zentroa), o Santiago de

Compostela (Ciudad de la Cultura de Galicia), así como a otras regiones europeas marcadas por el declive industrial.<sup>71</sup>

En este contexto favorable a las grandes arquitecturas de la cultura, se inicia un proceso de reconversión de antiguos inmuebles industriales y edificios históricos degradados en museos, centros de arte, instalaciones educativas, laboratorios para la investigación artística y empresas con fines creativos. Podemos citar entre algunos proyectos promovidos por el Ayuntamiento de Madrid la restauración del centro militar Conde Duque en Centro Cultural; la rehabilitación de la central eléctrica del Mediodía en el Paseo del Prado para alojar La Caixa Forum y su reciente extensión MediaLab Prado, centrado en la experimentación artística en entornos digitales; o la reciente transformación del antiguo matadero de Madrid, reconvertido en el centro de creación contemporánea Matadero Madrid, que alberga exposiciones temporales, talleres, “espacios de acción” disponibles a los ciudadanos, ciclos de cine, y festivales de música, danza y teatro. Aunque en algunos casos como ocurre con el Museo Guggenheim de Bilbao o el Centro Niemeyer en Avilés, estos proyectos se dan de bruces con la oposición de la opinión pública, lo cierto es que en general, la rehabilitación de inmuebles en desuso cuenta con el beneplácito de ciudadanos que no discuten el beneficio social de cualquier propuesta cultural. Muy en especial, si esta se representa como el resurgimiento de la Cultura de las cenizas de cierta actividad ignominiosa o lucrativa. Un hecho visible en el apoyo popular que reciben los proyectos (desechados) de rehabilitación de la cárcel de Carabanchel en Madrid.<sup>72</sup>

Esta reorientación de la economía y el paisaje local hacia la cultura, acercan a la ciudad a un proyecto de diseño, una suerte de marca comercial ultimada para ser expuesta en el mercado internacional, y la vez, ser agradable a la vista y al tránsito de los paseantes cuyos vaivenes culminan en los cafés, las tiendas, los centros

---

<sup>71</sup> Algunas de estas ciudades “reconvertidas” que brillan en el panorama del turismo cultural europeo son Glasgow, Capital de la Cultura Europea en 1990, Salford, que experimenta un resurgimiento económico a raíz de la remodelación de su puerto y la construcción del macro-teatro y centro cultural The Lowry; Liverpool, que vive una suerte similar con la construcción del Tate; Valencia, que acoge hoy la Ciudad del Arte y la Ciencia, Rotterdam, o Metz, que se consolida como ciudad del arte con el Centro Pompidou.

<sup>72</sup> Algo parecido puede decirse de las cajas de ahorros que tradicionalmente dedican parte de sus beneficios a la “acción social y cultural” y que en los últimos años han abierto al público una serie de centros privados en los que, como ocurre en La Caixa Forum de la Obra Social La Caixa (en Madrid y Barcelona) o La Casa Encendida de la Obra Social de Caja Madrid, la cultura convive (y se mezcla) con otras áreas de “acción social” como la solidaridad y el medioambiente.

comerciales, las galerías, o en algún evento o exposición temporal. Es deseable, por tanto, que esa gran *ciudad-marca* sea valorada por los habitantes de la ciudad que serán en última instancia los que van a sostener con su consumo todos estos planes de regeneración urbana. Es más, en las últimas décadas, la identidad cultural de las ciudades se ha ido desarrollando al ritmo que ha ido prosperando una clase profesional urbana que no sólo se pueden permitir el estilo de vida que ofrecen los centros urbanos, sino que desean ser identificada como *consumidora de cultura*. Para Richard Florida (2010) las “clases creativas” se corresponden con un grupo social que en las últimas décadas ha sido central en el desarrollo económico de las ciudades: se trata de profesionales de clase media, que generan valor económico mediante alguna labor creativa y que poseen empleos en el sector de los media, la cultura, el arte o el diseño.<sup>73</sup> De hecho, son las propias ciudades las que se han volcado en despertar las expectativas de los nuevos habitantes de las ciudades que son también, potenciales turistas permanentes de la ciudad-museo o la ciudad-evento.

Si hasta los años ochenta eran las clases altas quienes estimulaban la economía a través del consumo, ahora, es esa clase media profesional quien queda en los cafés y los restaurantes de moda, quien hace colas en los museos y en las salas de conciertos, quien llena los auditorios de festivales de cine y carpas de festivales de música y ante todo, quien acude a los eventos que se organizan en cualquier punto del centro urbano: la clase creativa es esa clase que siempre quiere estar ahí donde ocurre algo, ahí donde la ocasión le permita proyectar su gustos y sus hábitos de consumo. Por eso, las autoridades metropolitanas se han volcado en atraer a este sector de la población convirtiendo la ciudad en un escenario programable abierto las 24 horas, en una fiesta continua en la que es posible participar incluso *after-hours* (Elsaesser 2005c, 101-3). Lo que Elsaesser ha definido como la *ciudad programable* se corresponde con un modelo industrial y económico “de la experiencia” que de acuerdo con Joseph Pine y James Gilmore (2001) está implicado en el proyecto de reconversión de las ciudades en puntos nodales del poder económico. Ciclos, festivales y pases especiales de cine,

---

<sup>73</sup> De acuerdo con Florida, “la clase creativa incluye a personas que se dedican a la ciencia y a la ingeniería, a la arquitectura y al diseño, a la educación, al arte, y a la música y el espectáculo, y cuya función es generar nuevas ideas, nueva tecnología y/o nuevos contenidos creativos. Alrededor de este núcleo la clase creativa también abarca a un grupo más amplio de *profesionales creativos*, en el mundo de la empresa y de las finanzas, en el ámbito legal y en el sanitario, y en otros campos relacionados.” (Florida 2010, 47). Según Rafael Boix y Luciana Lazzeretti (2012), en 2011 este sector de la población formaba parte el 22% de los españoles (182).

ferias del libro y de arte, festivales de teatro, danza, música, literatura y cómic, semanas de la ciencia y de la moda, *flash-mobs*, exposiciones temporales, convenciones, happenings callejeros, macro-maratones y grandes fiestas patrocinadas, son hoy actividades cotidianas en las que el ciudadano gasta su tiempo libre.

En la *ciudad programable*, los eventos le ofrecen a la ciudad la posibilidad de desplazar la atención de sus elementos singulares y emblemáticos hacia la visibilidad absoluta de la esfera pública, tanto a través de espectaculares actos de congregación colectiva, como a través de una programación continua de “vivencias especiales” y ocasiones que se presentan en todos los rincones de las ciudades. Bajo este tipo de propuestas, las vías centrales de una ciudad o su eje cultural pueden transformarse en la extensión imaginaria de algún museo, albergando temporalmente obras de arte — como la exposición *Arte en la calle* que reunió las esculturas de las Meninas de Manolo Valdés en el Paseo del Prado de Madrid en 2009, las habituales actuaciones organizadas en el centro de Madrid con motivo de la Noche de los Teatros, o las intervenciones artísticas “en vivo” realizadas en el madrileño barrio de Lavapiés en 2015 y 2016—, pero también, en una suerte de circuito temático, en el que el recorrido que las personas hacen por la ciudad se encuentra marcado por la posibilidad constante de toparse con una “experiencia memorable”: música en vivo en algún café, un pase especial comentado por el director en alguna sala de cine, una sesión de *swing* en algún mercado rehabilitado, o alguna proyección acompañada con vermut y música, confirman esa tendencia de “eventualizar” cualquier actividad cultural para hacerla más atractiva.

Si, de acuerdo con Guy Julier (2008), el rediseño y ampliación de las urbes se ha dirigido hasta los años 90 a remodelar el aspecto metropolitano, trabajando la visualidad de sus calles y de sus imaginarios, a finales del pasado siglo, los esfuerzos se han dirigido a producir una ciudad de *experiencias sensibles y consumibles* (128-9). En el caso español, el despliegue de acontecimientos culturales en los años noventa coincide con los esfuerzos del gobierno de Felipe González por terminar con el sentimiento de desencanto que de acuerdo con Teresa Vilarós (1998) invade a la sociedad española en los primeros años de la transición a la democracia (13). Vilarós argumenta que la conciencia de una ruptura con el pasado se extiende finalmente entre los españoles con la celebración los Juegos Olímpicos de Barcelona, la Exposición Universal de Sevilla y la capitalidad cultural de Madrid, efemérides que “en cierto modo dan por terminado en la psicología nacional el sentimiento de cambio y



transición de los primeros veinte años de la España postfranquista” (3). Eduardo Subirats (2002), va incluso más lejos al afirmar que la estetización de la política de la transición culmina en las Olimpiadas del 92 y la fiesta nacional que las acompañaron (84). Es más, Para Subirats, los megaeventos mediáticos de los noventa fueron el signo de una política de transición que apostó fuertemente por el espectáculo como fórmula desde la que dirigir a la población hacia un optimismo ciego por el nuevo Estado y desde la que neutralizar toda crítica social o intento de reflexión histórica. Un argumento similar sostiene Carolina del Olmo (2004) que demuestra que sin ser especialmente rentables, las Olimpiadas de Barcelona sirvieron para estimular la moral ciudadana y levantar el ánimo de los españoles en un momento en el que la situación de empleo se había deteriorado en los sectores más importantes (69). Pero lo más importante es que la euforia nacional desatada a raíz de estos eventos instala en España la tendencia de alojar macro-eventos, un modelo económico que le servirán a los gobiernos municipales para promover la participación de las comunidades locales y mejorar la imagen que los ciudadanos tienen de su propia localidad.

Y es que uno de los logros más indiscutidos de los llamados *fastos del 92* fue lograr que los ciudadanos contemplaran este tipo de eventos como instigadores de la riqueza económica y las remodelaciones urbanas, un voto de confianza que se irá perdiendo progresivamente, como demuestra la original oposición de los bilbaínos al proyecto de construcción del museo Guggenheim en 1997.<sup>74</sup> En estos casos, y como comentamos en el segundo capítulo de esta tesis, la opinión pública ha ido progresivamente desacreditando la rentabilidad de estos eventos culturales, que a menudo ven como un derroche innecesario. Para confirmar las sospechas de la opinión pública, distintos estudios dedicados a analizar el impacto económico de los eventos en la ciudad, han demostrado que este tipo de operaciones no suelen acarrear los beneficios sociales y económicos prometidos por las autoridades nacionales y económicas. Es más, como comenta Del Olmo (2004), estas operaciones suelen venir acompañadas de precariedad y la estacionalidad laboral, el aburguesamiento de los espacios urbanos, el encarecimiento de determinadas áreas de la ciudad y en algunas ocasiones incluso del endeudamiento de las administraciones públicas que desean por todos los medios encontrarse durante un tiempo en el punto de miras mediático. Algo,

---

<sup>74</sup> Para estudiar las implicaciones político-culturales que generaron la puesta en marcha del museo y la polémica en la que el proyecto se vio envuelto, véase: Joseba Zulaika, *Crónica de una seducción: el museo Guggenheim de Bilbao* (Madrid: Nerea, 1997).

que se ha dejado ver en la falta de repercusión que las Olimpiadas tuvieron sobre los indicadores económicos del área barcelonesa (73).

La misma crítica se ha dirigido a los grandes festivales de cine internacionales, cuya celebración choca a menudo con la “habitabilidad” de la ciudad para los locales. En su estudio sobre la viabilidad social de los festivales de categoría “A,” Jérôme Segal (2011) critica la incapacidad de certámenes como Cannes de encontrar un equilibrio entre los intereses de los visitantes y de las comunidades locales (44). Un hecho que no sólo se confirma a nivel de planificación urbana, donde el espacio se concibe para favorecer la movilidad y el consumo de los turistas, sino también en la despersonalización y la de-socialización de un espacio en favor de un espacio “internacionalizado” con el que los locales, los no-turistas, difícilmente pueden identificarse. El festival de cine, dejaría así de cumplir una función constructiva para la ciudadanía, al marginalizar a los locales en beneficio de los objetivos del mercado turístico y cinematográfico. Prueba de ello es la prioridad de acceso que de acuerdo con Segal, el festival de Cannes da a los profesionales de cine frente a los habitantes de la zona, para quienes se reservan proyecciones gratuitas en la playa, fuera del epicentro del festival.

### 5.5 El festival de cine entre el turismo y la comunidad local

A pesar de todo, muchos estudios económicos han argumentado en favor de la rentabilidad de los festivales a largo plazo, algo que se encuentra directamente relacionado con la función de los certámenes como estimuladores del turismo cultural (Kredell 2012; Knee and Rithdee 2011; De Valck 2007; Stringer 2001). Los festivales requieren inversiones menores que otras actividades culturales, su estacionalidad favorece la concentración de la demanda y además, por estar ligados al turismo, favorecen a la transformación del tejido productivo local (M. Devesa Fernández y Sanz Lara 2009, 138). Sin embargo, todo parece indicar que los festivales de mayor presupuesto son los que atraen un mayor número de turistas. Por ejemplo, en su estudio sobre festivales culturales en Cataluña, Montserrat Crespi-Vallbona y Greg Richards (2007) sostienen que salvo algunas excepciones, la mayoría de los festivales que se celebran en la ciudad no cuentan con el apoyo del sector público y por tanto, no están directamente relacionados con el turismo (106). Con todo, no debemos olvidar que los primeros festivales internacionales tienen entre sus objetivos realzar el atractivo

turístico de sus ciudades y atraer a visitantes de manera estacional (Sassatelli 2008, 28). Dicho esto, Cabría preguntarse cuál es el perfil de los visitantes que acuden a un festival de cine, es decir, quiénes son las personas que viajan e incluso, piden sus vacaciones para que coincidan con el certamen. A este respecto, es esclarecedora la respuesta que José Luis Cienfuegos da a una pregunta sobre la procedencia de los espectadores en la cuadragésimo sexta edición del Festival Internacional de Cine de Gijón (2008):

Entrevistador: ¿Se sabe de qué comunidades proviene el mayor volumen de visitantes?

JLC: Por las reservas que facilitan los hoteles de la ciudad no tendríamos una fiabilidad segura. Pero lo que indican los coloquios es que proceden del País Vasco, de Cataluña, de Valladolid... Es decir, de lugares en los que también hay festivales de cine.<sup>75</sup>

Además del interés que el comentario de Cienfuegos suscita desde el punto de vista del papel que los festivales de cine cumplen en la promoción de la cultura cinematográfica en diferentes regiones y a largo plazo, este detalle nos habla de los desplazamientos que la celebración de festivales internacionales generan entre comunidades autónomas. Los amantes del cine marcan en sus agendas las fechas en las que tienen lugar estos certámenes y reservan un tiempo específico a lo largo del año para desplazarse a los lugares del evento. Si una programación suculenta es parte de la seductora oferta que los festivales le ofrecen al público, éstos añaden al placer fetichista de ver películas en un espacio exclusivo la experiencia concreta del lugar. Esto implica que el asistente al festival, además de escoger las sesiones, conocer el funcionamiento interno del festival (sistema de acreditaciones, categorías premiadas, secciones competitivas y no competitivas, etc.) y establecer contacto con algunos talentos del cine, tendrá que negociar con los tiempos marcados por el lugar, la publicidad, el marketing local, los media, las actividades anexas al evento, el material impreso o el espacio urbano.

---

<sup>75</sup> José Luis Cienfuegos, entrevistado por Alberto Piquero, *ABC.Hoycinema*, 20 de noviembre, 2008. Accedido 7 de septiembre, 2016. <http://hoycinema.abc.es/especial/gijonfestival/noticia-17.asp>.

Por otra arte, que el espectador de un festival de cine asista al evento en calidad de visitante significa que su experiencia concreta del cine va a estar filtrada por la mirada del turista. Es más, puede decirse que el festival es el lugar por excelencia en el que la mirada del turista confluye con la del cinéfilo. Si el turismo da sentido a la experiencia particular de asistir a un festival de cine, es lógico que también contribuya a la percepción *global* que el público internacional y la industria tienen de estos certámenes. Julian Stringer (2001), por ejemplo, ha anotado que asociando el tráfico de películas con determinados enclaves internacionales y sus peculiaridades locales, el festival logra atraer la atención mediática a la ciudad en la que se celebra (139). El prestigio del festival y su calidad competitiva, se sostienen más que cualquier otro evento sobre el suelo que lo apadrina. Es decir, porque los festivales de cine no funcionan de manera aislada, sino que dependen del discurso del circuito, que los posiciona en un lugar concreto del sistema y los reúne bajo un mismo cuerpo simbólico —lo que contribuye a consolidar un marco que, salvando las distancias entre festivales, funcione como una cadena de valor por la que transiten las películas—. Apadrinar un festival de cine, no significa necesariamente entrar en ese circuito restringido de prestigio, del que sólo pueden alardear unas pocas ciudades en el mundo, sin embargo, sí supone vincular la ciudad o la localidad a un discurso que connota automáticamente el lugar de interés cultural y modernidad.

Prueba de ello es que en muchas ocasiones el turismo y la comercialización de los aspectos más locales de la ciudad, forman parte de la propia retórica del festival. Cuando las referencias a las singularidades locales no forman parte de la programación (como demuestra la reciente incorporación al festival de San Sebastián de la sección *Culinary Cinema*), la imagen de la ciudad y sus iconos se funden con la propia imagen del evento: la cortinilla que antecede a las películas, la cartelería o la página web del festival, suelen ser plataformas habituales para la promoción turística. Una tendencia inevitable si tenemos en cuenta que el propio ayuntamiento y las consejerías de cultura y turismo de la ciudad son principales organizadores y patrocinadores del certamen.

En otras ocasiones, las propias actividades que programa el festival potencian el contacto entre el visitante y lo local, por ejemplo a través de la organización de las tradicionales catas de sidra o “espichas” en el festival de Gijón, o de la instalación de carpas con una amplia oferta de “pintxos” en el festival de San Sebastián. Además, aprovechando el tirón del turismo culinario en Donostia, el festival de San Sebastián patrocina la ruta *Keler Pintxo Zinema* en la que se ofrecen descuentos para degustar las

especialidades gastronómicas en los locales de la ciudad. En otras ocasiones, la promoción del espacio se hace mucho más evidente llegando incluso a motivar la propia celebración del certamen.

Un caso ejemplar a este respecto es *Telluride Film Festival*, un pequeño certamen que se ha convertido en clave en el panorama del cine independiente norteamericano y que desde hace cuarenta y dos años se celebra cada septiembre a 2760 metros de altura en las montañas de San Juan, al suroeste de Colorado, en los Estados Unidos. Las montañas de San Juan no sólo se imponen sobre los visitantes, sino que se superimprimen su imagen en el material impreso del festival. Quizás uno de los elementos más representativos de Telluride es que a diferencia de los grandes festivales prescinde de ruedas de prensa, de jurados y de premios, centrándose en apenas cuatro días en una programación reducida de películas y encuentros entre cineastas y una concentración de mil personas que además de ver películas buscan habitar el decorado sin igual que se alza sobre ellos. Podría decirse que en Telluride, la espectacularidad del propio espacio se alía con la causa cinematográfica del festival para atraer a los cinéfilos y aventureros a ese recóndito punto del mundo.

Aunque en otras ocasiones la conexión entre el festival de cine y el turismo no siempre es obvia, la importancia de la localización prevalece en los discursos de la prensa que a menudo se centra en construir la reputación del festival en relación con los atractivos de su entorno. En el caso de los festivales con mayor cobertura, al trabajo de la prensa se suma la reproducción viral de imágenes de la ciudad anfitriona que filtrada por los múltiples encuadres televisivos aparece a los ojos del televidente como un paisaje habitado temporalmente por el cine. Donostia Zinemaldia es un buen ejemplo de la atención mediática que el espacio recibe por parte de la prensa durante el festival. Qué mejor fondo para el *photocall* del festival que la Playa de la Concha, una de las instantáneas más invocadas durante el certamen por los medios en la que se mezclan para el deleite del público imaginarios cinematográficos de glamour y estrellas internacionales, con discursos de turismo de élite, sol y playa.

En cuanto a los festivales menores y más vernáculos, cuyo público proviene principalmente de la propia localidad y los alrededores, también insisten en aferrarse al *lugar* como seña de identidad, en poner el nombre de una localidad y unas fronteras visibles a la experiencia del cine que ese festival ofrece. Tratar de seducir al público a través de los encantos de la localización se ha convertido en una estrategia clave, sobre todo para festivales menores que no cuentan con el potencial turístico que sí tienen

eventos como Cannes o Donostia Zinemaldia. Certámenes como la Semana de Cine Fantástico y de Terror (San Sebastián), Cines del Sur (Granada), Festivalito (La Palma) o el Festival de Cans (O’Porriño, Pontevedra), pero también certámenes de renombre como el FICX (Gijón), son buenos ejemplos de esta sinergia entre la programación filmica y la exploración del espacio histórico, la arquitectura o incluso el paisaje. En Gijón, San Sebastián y Granada, el casco antiguo de la ciudad se presta a ser recorrido y reconocido por los visitantes del festival que transitan sus callejones y frecuentan sus locales para celebrar sus alianzas filmicas.

Mientras que en la Semana de Cine Fantástico y en Gijón el mal tiempo invita a habitar los locales y a degustar los productos locales y las especialidades de la tierra, en Granada, la ciudad se entrega a la celebración del cine en sus patios, plazas y corredores medievales que sin estupor alguno se transforman en espacios de proyección. Algo parecido ocurre en Festivalito, donde el paisaje volcánico de La Palma se integra en el programa a través de las sesiones de observación de estrellas las proyecciones “a cielo abierto.” Mientras tanto, la pequeña aldea gallega de O’Porriño se reinventa durante el festival de cortometrajes de Cans como antítesis paródica del glamour y el protocolo de los festivales de alfombra roja. Los desfiles de “chimpíns” (pequeños tractores), los pasacalles y los conciertos en directo, se han convertido en algunas de las señas identitarias de lo que en Cans se viene llamando el “agroglamour,” un pastiche que pretende ser la versión rural y burlesca de la pompa de los grandes certámenes.

De este modo, el público no sólo habita temporalmente los espacios y las rutinas de ese lugar, sino que asocia esa experiencia concreta del cine con su vivencia en la localización. Una vivencia que no es estática, sino que empieza en el momento en el que el espectador se desplaza hasta la ciudad donde tiene lugar el evento y que continúa en el tránsito que hace por la ciudad, en los caminos que recorre hasta la sala. No está de más pensar en el festival como un espacio angosto, abierto, pero a la vez cerrado por las fronteras del propio evento. Un espacio que se ha confeccionado para los transeúntes y para ser imaginado como un ir y venir entre estancias que el espectador conecta a su paso. Para la audiencia del festival, la ciudad se convierte en un mapa de coordenadas y de puntos de encuentro a explorar en los que el espectador va tejiendo su especial relación con el festival y adoptando nuevos hábitos que pasarán a ser rituales imprescindibles para las próximas visitas. Así ocurre por ejemplo en el café central de Gijón, antiguo café de tertulias asociado al Teatro Jovellanos que

durante el certamen acoge a los visitantes al festival, que aprovechan los tiempos muertos antes y después de las proyecciones para entablar conversación al calor de un café y con suerte, tropezarse con algunas de las personalidades invitadas. Así es como el *festival-goer* puede pasar de ser un visitante casual y esporádico a conocer la ciudad y sus rincones, a ser experto también de ese espacio que empieza a serle familiar y que el cinéfilo incorpora a su universo afectivo por el cine.

Ahora bien, el éxito del festival, no sólo ha sido medido en función de su rentabilidad económica y de acuerdo con indicadores de empleo, de turismo o de riqueza acumulada en el período post-festival. Más allá de la proyección turística que pueda tener un certamen, los festivales, son el resultado de un acuerdo a largo plazo con los ciudadanos por el que ambos ceden y construyen su identidad conjuntamente. Hasta el punto de que el nombre de una ciudad y su vida social, no puede llegara imaginarse sin sus festivales de cine y viceversa. Aunque menos comunes que los estudios que abordan la naturaleza económica de los festivales, desde los estudios de turismo, diversos trabajos han demostrado que los festivales de cine cumplen una función importante como activadores del sentido de comunidad y del “espíritu ciudadano.” Ross Derrett (2009), por ejemplo, argumenta que la celebración de festivales culturales “une a la comunidad y puede ser el instrumento que la comunidad sea una experiencia fresca y en constante renovación, un elixir que mantiene la comunidad relevante y sensible a las necesidades de los tiempos” (109). Desde luego, parece difícil negar que los eventos, ciclos y demás festividades culturales se hayan convertido en una rutina importante en la experiencia comunitaria contemporánea: si antes las salas de cine, los teatros, los museos y otros espacios para la cultura ponían las normas de socialización, hoy son los eventos y otras ficciones ideadas por las “industrias de la experiencia” los que ponen el contexto para comunicarnos con los demás. Algunos contemplan incluso los festivales de cine como ceremonias cuya recurrencia en una localidad permite que la propia comunidad se celebre a sí misma en un sentido ritual (Elsaesser 2005c, 94)

Esta misma función se le ha asignado a festivales que se centran en las comunidades e identidades políticas de la diáspora y que vuelcan sus esfuerzos en la posibilidad de que éstas puedan ser invocadas y reinterpretadas como una comunidad lejos de su lugar de origen o de una patria. Para Dina Iordanova (2010), esta invocación que pretende fomentar la unión entre distintos grupos internacionalmente dispersos se puede expresar también en el intento de crear una suerte de “comunidad

imaginada,” concepto que Iordanova toma prestado de Benedict Anderson para ilustrar una función que es común a toda una serie de festivales que celebran afiliaciones identitarias ya sea políticas, sociales, lingüísticas, de género de etnia, de religión, etc.

A pesar de todo, no resulta fácil decidir cuáles serían los factores a tener en cuenta a la hora de considerar hasta qué punto un festival de cine contribuye a estrechar los lazos afectivos de una comunidad local dada. Lo que está claro es que una investigación que considerase esta función comunitaria y social de los festivales debería empezar con un estudio histórico y etnográfico (diacrónico y sincrónico) capaz de identificar los efectos del festival sobre la planificación urbana, sobre el crecimiento de la economía creativa de la ciudad, e incluso sobre la cultura cinematográfica de los ciudadanos. En este estudio, no deberíamos despreciar el carácter lúdico-festivo que el cine adquiere durante los festivales, y el papel que lo lúdico juega tanto en la fase formativa de los espectadores a través del cine, como en la fase más comunitaria, en la que destacaría el poder de movilización que tiene lo lúdico en torno a dinámicas afectivo-emotivas del evento. Aunque a menudo se asume que los festivales de cine ofrecen experiencias de cohesión para una comunidad concreta, lo cierto es que no se ha llevado a cabo un estudio serio que evalúe las formas y las condiciones bajo las que esa comunidad comparte o se imagina como tal, a partir de las relaciones afectivas que se producen durante el evento a largo plazo.

De los pocos estudios que consideran las cuestiones afectivo-emotivas que emergen durante el festival de cine, disponemos del trabajo de Felicia Chan (2014), que propone incorporar al estudio de los festivales la experiencia afectiva de los asistentes. Chan considera que frente a otras formas de recepción cinematográfica, los festivales se han especializado en ofrecer “encuentro culturales afectivos” que modulan las formas en las que vemos cine, hablamos de cine, o hacemos negocios en torno al cine. En su estudio sobre el Festival Internacional de Cine de Singapur, el teatro en el que se organizan las proyecciones se transforman en “espacio afectivo” sobre los que escribir la historia personal del festival y activar la memoria: la experiencia afectiva no es sin más un elemento colateral a la singularidad de la experiencia fílmica que ofrecen los festivales, sino que se convierte en un elemento imprescindible para interpretar las relaciones que en él se producen y que debe tenerse en cuenta a la hora incluso de incorporarlo a la metodología de la investigación.

De acuerdo con Chan, todos los discursos y relaciones que se dan cita durante la celebración del certamen pueden ser entendidas como “una política económica que



funciona a través de instituciones culturales e imperativos de mercado, junto con lo que sólo puede considerarse como un *encuentro afectivo* que crea la experiencia del festival” (Chan 2014). Esto se debe en gran medida a la condición de ocasión especial del evento, que de acuerdo con Pine y Gilmore, favorece a que se produzcan ciertas emociones y experiencias memorables: “la economía de la experiencia busca involucrar al público de un modo personal y *memorable* en una determinada empresa durante un cierto lapso de tiempo” (Pine y Gilmore 2001, 36). De este modo, como indica Chan, “mientras que los asistentes al festival experimentan la ciudad como un destino para los negocios o para el ocio, la intensidad de la experiencia del festival puede dar lugar también relaciones viscerales e inesperadas dentro de los espacios, más íntimos del festival” (Chan 2014). Esto, que sin duda es parte de lo que ofrece un festival, se traduce en *la acumulación de una serie de momentos representativos de tiempo vivido*, que como ha demostrado Sarah Thornton (1995), contribuyen a que acumulemos “capital subcultural.”

¿Acaso es este el papel de los eventos hoy? ¿Dónde ubicar las iniciativas europeas de carácter masivo como La noche en blanco, La noche de los libros, La noche de los teatros, los Forum de las Culturas o las celebraciones multitudinarias en torno al patrimonio de una ciudad?<sup>76</sup> ¿Cómo abordar los macroeventos de nuevo cuño que se desmarcan como las nuevas fórmulas de denominación cultural de las ciudades? ¿Cómo valorar la respuesta masiva que por parte de la ciudadanía estas manifestaciones están teniendo por toda Europa? ¿Cómo interpretar iniciativas como el “apagón mundial” en la que lo que importa es batir récords de participación?<sup>77</sup> En este contexto, ¿cabe la posibilidad de que lo lúdico sirva a la función de escenificar determinados principios como la solidaridad o la comunicación en el espacio público?

Nuestro sentido común nos sugiere en primer lugar que este tipo de manifestaciones buscan contagiar de un ánimo específico a los ciudadanos que incluso en la distancia se complace con esa acción simbólica y simultánea que resuena a algo parecido a la solidaridad. En segundo lugar, siguiendo a Del Olmo (2004), no deseamos librar a los macroeventos de la iniciativa de las políticas urbanas que en

---

<sup>76</sup> Véase, por ejemplo, la *flashmob* organizada en torno a la celebración del centenario de la Gran Vía de Madrid en 2010.

<sup>77</sup> Se trata de la campaña de sensibilización contra el cambio climático La Hora del Planeta, promovida por la organización WWF por la que se “cita al mundo entero” a apagar las luces progresivamente en un día del año y a una hora concretas.

“momentos difíciles” o en “tiempos de crisis” buscan levantar el ánimo de sus habitantes suscitando el furor en torno, por ejemplo, a algún elemento singular de la ciudad o símbolo de la identidad ciudadana. En tercer lugar, tendremos que analizar estas propuestas en el marco en el que actualmente se están desarrollando las políticas culturales urbanas: la creatividad.

Si analizamos estas manifestaciones desde el punto de vista la transformación urbana y de sus estilos de vida, tendremos que comenzar a definir la ciudad como “terreno de juego” en el que los festivales deben competir con toda una oferta de lo lúdico que se vuelve cada vez más agresiva también en el marco internacional. Para ello, habrá que repasar las manifestaciones del juego desde los distintos agentes que lo administran en la ciudad: las políticas culturales, las industrias creativas y el urbanismo, sin olvidar los colectivos que erosionan el tejido social (y activan distintas formas de intervención social) desde fuera de las vías institucionales.

## 5.6 Ciudades creativas: el nuevo paradigma de la economía global

Al principio de este capítulo vimos que el juego se nos hace hoy un término con resonancias muy positivas del que ciertas instituciones se han apropiado para nombrar una gama de actividades que presentadas bajo el hábito de la cultura tienen la finalidad constructiva de hacer ciudadanos: los espacios para el juego y la educación física, los parques, los jardines o la reconversión de espacios industriales en espacios para el recreo, nos apremian a llevar a cabo un análisis de las connotaciones con las que las personas intervienen en el espacio público a través del juego. El “espacio público,” entendido aquí como ese espacio compartido que nos habilita para la comunicación y el intercambio y que es, aunque sólo lo sea idealmente, accesible a todos.

Por decir así, frente a la fragmentación del espacio, corrompido por los excesos urbanos, por la calificación de suelos y la especulación inmobiliaria, a través del juego se está procurando devolverle al espacio su singularidad y su capacidad de serle útil a la comunidad, es decir de ser espacio de reunión. La cuestión que nos toca aclarar ahora es bajo qué fórmulas (políticas urbanas, activismo social, etc.) el juego se está convirtiendo en vehículo para facilitar (y aumentar cuantitativamente) esta función comunitaria. Hemos visto que la proliferación y la expansión de lo lúdico y de los eventos en la actualidad es una consecuencia de que las ciudades se hayan visto obligadas a reinventarse como centros culturales visibles a la inversión extranjera y al

turismo. Ahora bien, cada vez se percibe más un intento por parte de las autoridades metropolitanas por conciliar los intereses micro y macroeconómicos de la ciudad con la construcción de entornos en los que lo propio es el desarrollo de los lazos comunitarios a través de técnicas y conceptos en los que a menudo se encuentran involucrados el juego. En este proceso la apelación a la creatividad ciudadana y el desarrollo de toda una serie de proyectos que ponen a disposición de los ciudadanos entornos que estimulan la creatividad, están siendo una fórmula habitual a través de la que representar esta conciliación de intereses. Tanto es así que ser una “ciudad creativa” no sólo se considera hoy sinónimo de democracia sino que es un requisito para obtener cierto reconocimiento internacional.

En muy poco tiempo *la creatividad* ha experimentado una amplia difusión como valor económico en alza, así como motor del cambio y de la regeneración en las ciudades: no es sólo que las políticas públicas relativas a la cultura se deriven cada vez más a las áreas de comercio, es que las industrias creativas vienen definiendo la creación de políticas a todos los niveles en el espacio urbano: desde los planes de financiación a nivel europeo y nacional, hasta su extensión capilar en la administración local y las políticas municipales. La *creatividad*, en definitiva, se ha convertido en una herramienta para la cohesión social, pero también en un instrumento de marketing con el que muchas ciudades buscan equiparse de referentes culturales en un el mapa transnacional dominado por las grandes metrópolis europeas. ¿Pero a qué se debe este nuevo furor por la creatividad y cómo se está reformulando en el espacio público? Puesto que en la actualidad muchos festivales y certámenes culturales se enmarcan en políticas públicas que pretenden “fomentar la creatividad ciudadana,” es necesario echar brevemente un vistazo a estas nuevas cualidades que adquieren las ciudades en el vocabulario económico y social bajo el prisma de la tan preciada creatividad.

Ser una Ciudad Creativa, implica entre otras cosas, comprometerse con el desarrollo de la economía creativa de un lugar reteniendo el talento de sus habitantes y apoyando a las empresas locales que estén dispuestas a enriquecer el tejido económico a través de negocios dedicados a la música, el cine, el arte, el teatro, la danza, el diseño, etc. Que la creatividad, un concepto que tradicionalmente pertenece al mundo del arte, pase a designar una de las principales cualidades de la ciudad, se encuentra directamente relacionado con el impulso que el concepto experimenta a partir del año dos mil cuando los laboristas de *Tony Blair* popularizan la noción de las “industrias creativas,” “una expresión que varios analistas y comentaristas no dudan en utilizar,

sustituyendo el concepto de industrias culturales” (Tremblay 2011, 109). La ONU, sella el proceso de transición en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) en 2008, donde se delimita el campo de acción de las industrias creativas, que “comprenden un conjunto de actividades basadas en el conocimiento que producen bienes tangibles y servicios intangibles intelectuales o artísticos con contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado” («Informe de la Economía Creativa» 2008, 4).

Poco a poco, la *creatividad* va a ir designando un cambio significativo en la percepción de la economía de la cultura, que empieza a disociarse simbólicamente del entretenimiento y se alía con nociones más ajustadas al tipo de desarrollo tecnológico que se produce en las sociedades industrializadas avanzadas: en el nuevo paradigma cultural, el trabajo creativo se encontraría asociado a las nuevas tecnologías de la digitalización y a los procesos informáticos que posibilitan la producción y distribución de obras y de servicios con contenido intelectual a nivel transnacional. No obstante, que la economía creativa haya sido puesta a del lado de la cultura digital, el libre comercio y la diversidad cultural, no esconde su dependencia de las herramientas de regulación de la propiedad intelectual como el *copyright*, que de acuerdo con Bustamante es la fórmula legal con la que se va a marginar a cualquier creación cultural de dominio público que no se encuentre sujeta a derechos (Bustamante 2011, 145).

Con todo, el valor exacerbado que de forma casi repentina se le da a la creatividad —incluso Tony Blair la identifica como uno de los “valores británicos”—<sup>78</sup>, contribuye a que esta se convierta en una aporía o en un concepto comodín que, como ha indicado “sirve para agigantar desmedidamente las estadísticas sobre cultura y economía” (Bustamante 2011, 143). Sin ir más lejos, en 2004 la UNESCO funda Creative Cities Network (UCCN), una “red de ciudades creativas” con la que se establecen líneas de cooperación entre ciudades que “identifican la creatividad como un factor estratégico para la sostenibilidad y el desarrollo urbano.”<sup>79</sup> Con la recesión

---

<sup>78</sup> Véase el discurso de Tony Blair sobre la identidad británica: “Tony Blaire’s Britan Speech,” *The Gurardian*, 20 de marzo, 2000. Accedido 5 de septiembre, 2016. <https://www.theguardian.com/uk/2000/mar/28/britishidentity.tonyblair>.

<sup>79</sup> UNESCO. *Creative Cities Network Cities Mission Statement*. [https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Mission\\_Statement\\_UNESCO\\_Creative\\_Cities\\_Network.pdf](https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Mission_Statement_UNESCO_Creative_Cities_Network.pdf).

económica global, el posicionamiento estratégico que ofrecen las ciudades creativas ha hecho que muchas ciudades españolas quieran subirse al carro de la creatividad organizando congresos y actividades que en muchos casos, y casi siempre debido a políticas conservadoras, han caído en el olvido.

En otros casos, la larga tradición de las políticas culturales de las ciudades han favorecido a que estas participen en proyectos internacionales y sean objeto de financiación europea. Es el de ciudades como Gijón y San Sebastián, cuya historia cultural se encuentra ligada a un turismo cultural de eventos y estancias cortas (de élite en el caso de San Sebastián), así como a una prolongada inversión de sus ayuntamientos en cultura en las tres últimas décadas, favoreciendo a que proliferen librerías, editoriales, salas de conciertos, estudios de diseño, arte y arquitectura, tiendas de moda y galerías. Mientras que la creatividad ha sido uno de los ejes sobre los que San Sebastián ha elaborado su proyecto Donostia 2016 a partir de la capitalidad de la cultura europea,<sup>80</sup> en 2011 Gijón inaugura el proyecto Gijón Distrito Creativo, una acción de marketing enmarcada en el proyecto europeo KNOW CITIES con la que se pretende atraer la inversión a las zonas de la ciudad donde se concentran los negocios con base creativa.<sup>81</sup>

Es en este ámbito favorable a la creatividad, toda una serie de equipamientos culturales y artísticos se encuentran activamente implicados en involucrar a los ciudadanos en actividades que usan el juego y las nuevas tecnologías para alcanzar objetivos educativos, participativos y de sociabilidad. En estos *proyectos jugables* o *juegos urbanos*, el espacio de la ciudad y el mobiliario urbano se convierten en una suerte de laboratorio lúdico, de tablero o interfaz con el que interactuar y en el que los participantes pueden “pasar de nivel” o “eliminar amenazas.” Es el caso de iniciativas como *Hello Lamp-post* (2013) una instalación experimental en la ciudad de Bristol en la que los ciudadanos podían mandar mensajes anónimos usando códigos del mobiliario urbano, o *City Fireflies* (2013) un juego interactivo diseñado para la fachada digital que Medialab Prado tiene instalada en la madrileña Plaza de las Letras,

---

<sup>80</sup> Véase por ejemplo cómo la propuesta de candidatura al título, “Olas de energía ciudadana. *Cultura para la convivencia*,” la creatividad, la innovación y el conocimiento se presentan como base para convivencia. En este caso y en el marco de la candidatura, la creatividad ciudadana pretende potenciarse a través de los “Laboratorios transmedia (*Hirikia*)” así como los “Laboratorios de arte y creatividad (*Pagadi*).”

<sup>81</sup> Gijón creativo, accedido 20 de julio, 2016, <http://creativo.gijon.es>.

y con el que se pretende “reivindicar la plaza como lugar de juego e las ciudades.”<sup>82</sup> Ambos proyectos son un buen ejemplo de cómo muchos proyectos están echando mano a elementos propios de los videojuegos de multijugador que funcionan como instalaciones interactivas en el espacio urbano. En algunos casos estas intervenciones lúdicas han llegado incluso a ser motivo de muestras y festivales, como ocurre con el festival británico Ludus, que se celebra en Leeds desde 2014.<sup>83</sup>

Estas propuestas son buenos ejemplos de cómo en el nuevo paradigma, el juego excede los espacios para la formación y la educación física (los parques, los centros deportivos, las plazas, las zonas de recreo) para establecerse en otros espacios de la ciudad donde la conexión (con los otros) es posible en tanto se dispone de pantallas y entornos digitales que recrean algún tipo de interacción. El juego, en esas fachadas digitales, sobreexpuesto como forma de interacción en la plaza pública se nos presenta entonces extraño, en ese espacio que le era connatural en la ciudad. Y digo extraño porque bajo este paradigma, el juego sólo se hace efectivo como herramienta de comunicación en tanto que sirve para sobreexponer el medio. Esta forma de “reintroducir” el juego como parte en la importancia que se le dan a los entornos digitales como contextos desde los que mediar con el entorno urbano, ha contribuido a asentar la idea de que los juegos, unido a los nuevos media, mejoran las opciones espontáneas, democráticas y libres de ejercer la ciudadanía.

En este sentido, el éxito que las nuevas tecnologías digitales están teniendo en la conceptualización de las ciudades creativas, está dando vía libre a nuevas formas de gestionar y administrar la vida urbana que prometen máxima eficiencia y comodidad para los ciudadanos: las *smart cities* o ciudades inteligentes (como ya se posicionan los ayuntamientos de ciudades tan variopintas como Albacete, La Coruña, Alicante, Córdoba, Burgos, Getafe, Móstoles, Gijón, Vitoria, Ponferrada o Logroño),<sup>84</sup> que introducen la tecnología de la información para resolver tanto gestiones burocráticas como para monitorizar la vida urbana (calefacción de edificios, monitorización de los

---

<sup>82</sup> Véanse las webs de ambos proyectos: Hello Lampo Post, <http://www.hellolamppost.co.uk/> y City Fireflies, [http://medialab-prado.es/article/city\\_fireflies](http://medialab-prado.es/article/city_fireflies).

<sup>83</sup> Ludus Festival Leeds, accedido 20 de julio, 2016, <http://ludusfestival.org>.

<sup>84</sup> Véase la Red española de Ciudades Inteligentes (RECI) bajo la que se asocian estos y otros ayuntamientos españoles: Smart City Red de Ciudades Inteligentes, accedido 24 de junio, 2016, <http://www.redciudadesinteligentes.es>.

transportes públicos y del acceso a los servicios municipales, etc.), esconden, como indica Juan Freire (2012), oportunidades de negocio para proveedores de servicios y empresas de telecomunicaciones (159).<sup>85</sup>

Todo esto indica que la creatividad, sigue planteando serias paradojas, sobre todo en a lo que se refiere a la capacidad que estas estrategias públicas tienen para incrementar el potencial de participación ciudadana. A la vez que nuevas formulaciones artísticas en los centros urbanos buscan financiación para recrear “espacios jugables,” se produce una monitorización constante del ciudadano, cuyas acciones se encuentran cada vez más simplificadas y dependientes de automatismos en las formas de toma de decisiones de movilidad, de uso de los servicios públicos, etc. En este sentido, el modelo —conservador donde los haya— de las ciudades inteligentes, sería difícilmente compaginable con el intento de favorecer espacios colectivos singulares en los que la participación libre del ciudadano emerge de la asociación de la creación colectiva, de la experimentación y en definitiva, del juego.

## 5.7 Jugar a contracorriente: el festival de cine como modelo de activación social

¿Dónde emerge entonces el juego en las ciudades actuales? Si, como lo expresa Angelique Trachana (2012), “Son los espacios lúdicos, en lo esencial ámbitos de la expresión, de la confrontación y de la producción cultural, esto es, de las diversas formas de expresión de la existencia tanto material como espiritual del ser humano” (425), le corresponde a la institución ofrecer oportunidades para el juego y conservar la administración y la gestión, de estos espacios lúdicos? ¿Le corresponde al cine esta función?

Como contrapunto a los intentos institucionales de coordinar, y hasta cierto punto, de dirigir la participación ciudadana a través del juego y de una reformulación de los espacios públicos como espacios lúdico-educativos, la ciudad está siendo la base de distintos modelos de “ocupación” que se encuentran íntimamente vinculados al uso de lo lúdico como método de activación social desde un espíritu anti-institucional. A la vez que se ensanchan los ejes culturales en las ciudades, en los barrios centrales y periféricos proliferan toda una serie de propuestas que habilitan formas de

---

<sup>85</sup> Véase el proyecto European Smart City, <http://www.smart-cities.eu>.

participación al margen de la institución y usando la cultura como resorte para construir comunidad. Este tipo de propuestas, que ocupan un lugar inestable en la ciudad —sistema satelizado y excéntrico de *lugares otros*, como los llama José Luis Brea (2002, 78)—y que suelen surgir como espacios críticos a la cultura dominante, no dependen de los subsidios públicos, sino de la capacidad organizativa y participativa de los ciudadanos: antiguas salas de cine cerradas, locales abandonados, solares y todo tipo de espacios degradados e inutilizados por la especulación inmobiliaria, se presentan en el espacio urbano como espacios desde los que reivindicar “otra cultura,” o al menos provocar una deslocalización de los lugares previstos para la cultura en las ciudades.

En este sentido, aunque comúnmente la proliferación de eventos cinematográficos en las ciudades ha sido interpretada en el marco de estrategias de dominio geopolítico y de la tendencia de las ciudades por reinventarse como capitales de la cultura (Wong 2011; De Valck 2007; Elsaesser 2005c; Stringer 2001), las iniciativas promovidas por colectivos vecinales, asociaciones culturales y diversos grupos locales, nos invitan a contemplar toda una serie de pequeñas muestras, semanas de cine y ciclos emergentes en el marco del intervencionismo urbano y de la apropiación ideológica del espacio por parte de diferentes grupos de resistencia que buscan apropiarse de espacios olvidados en medio de la vorágine capitalista. En este contexto deben estudiarse iniciativas de ocupación de salas de cine abandonadas como La Cinètika, en las salas Lauren Sant Andreu en Barcelona, las sucesivas ocupaciones de los Cines Luna en Madrid, así como toda una serie de eventos que a partir de iniciativas de asambleas populares y asociaciones vecinales, proponen hacerse con espacio para la comunicación y la educación de la comunidad local a través del cine.<sup>86</sup> Es el caso de colectivos como Urban-acción y Eskalera Karakola en Madrid, que han improvisado espacios de proyección temporales para el cine en el marco del proyecto ¡Esto es una plaza! o las proyecciones organizadas por distintos colectivos en el Patio Maravillas en el barrio de Malasaña de Madrid.

---

<sup>86</sup> Sobre el colectivo *La Cinètika*, véase el artículo: Jesús Sancho, “La ocupación de los antiguos cines Lauren Sant Andreu añade más complejidad a su esperada reapertura,” *La Vanguardia*, 9 de mayo, 2016. Accedido 20 de junio, 2016.  
<http://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20160506/401601913044/ocupacion-cines-lauren-sant-andreu-barcelona.html>.



Todos ellos son ejemplos de cómo a día de hoy las ciudades son escenarios de innumerables prácticas de apropiación en las que el cine, enmarcado en los muros resquebrajados de los solares y en los contornos imperfectos de la ciudad, se presenta como testimonio del desmantelamiento de la relación entre cine e institución en solares abandonados, plazuelas y callejones.<sup>87</sup> Ahora bien, por muy novedosas que estas propuestas puedan parecer, las proyecciones “clandestinas” o “improvisadas” en espacios desposeídos por los ciudadanos presentan evidentes resonancias con el papel histórico que los cine-clubes tuvieron en España como foros para el diálogo y el debate así como promotores del pensamiento resistente en las ciudades. La poca atención que el mundo académico ha dedicado a estos contextos de exhibición, ha contribuido a que se ignore el papel esencial que el cine-clubismo tuvo como difusor de cines que le habían sido negados a los ciudadanos españoles durante el franquismo, pero también como organizaciones que colaboraron en la defensa de la democracia durante la transición (Martín 2014). Es más, como han estudiado Miguel Fernández y Xosé Prieto (2012), estas formas de asociacionismo en torno al cine (cine-clubes, productoras, distribuidoras e incluso escuelas no oficiales) demuestran que la práctica cinematográfica estuvo muy vinculada a la creciente actividad de oposición al régimen durante los últimos años del franquismo (228). Ir a ver alguna película al cine-club del barrio, no sólo suponía un pretexto para reunirse y tratar temas que preocupaban a la comunidad, sino también una forma de involucrarse en un contexto en el que dominaba un cierto espíritu de resistencia y de existencia al margen de lo autorizado. Puesto que en la mayoría de las ocasiones los cine-clubes programaban películas que no habían accedido al circuito regular de salas, era habitual que las proyecciones fueran seguidas de acalorados debates sobre cuestiones de la actualidad política, social y económica que afectaban a la comunidad.

Aunque no tenemos aquí espacio para tratar la cuestión del movimiento cine-clubista español, no podemos ignorar su importancia a la hora de vincular el cine con determinadas agrupaciones sociales que proliferaron durante el franquismo, como el Colectivo de Cine de Madrid, fundado en 1976, o las distribuidoras barcelonesas El Volti y Central del Curt, que en los años setenta distribuían de forma clandestina cine

---

<sup>87</sup> Fuera de España, el auge de este tipo de iniciativas ha motivado la creación de colaboraciones como la Radical Film Network. Con base en Londres, esta agrupación de activistas, académicos y cineastas se dedica a investigar las posibilidades de las “culturas del cine alternativas” y a promover sus espacios de exhibición en las ciudades. Entre sus colaboraciones, se encuentran el Small Cinema en Liverpool, y festivales de cine como Sheffield Doc y Liverpool Radical Film Festival.

marginal prohibido por el régimen. En concreto, Central del Curt, se mantuvieron presentes en el panorama cinematográfico *underground* de Barcelona hasta finales de los años setenta, distribuyendo a cine-clubes barceloneses películas que superaban en radicalidad política y artística a las películas programadas por las Salas de Arte y Ensayo, y por entonces, fieles a conceptos más comerciales y menos políticos de lo que entonces se entendía por “cine arte” (Fernández y Prieto 2012, 234). En este sentido, no debemos pasar por alto que los cine-clubes cumplieron durante décadas la función de ofrecer a los ciudadanos una formación alternativa que se desviaba de los valores del régimen y que promocionaba la política del bien común y del diálogo en plena dictadura. ¿Puede decirse lo mismo de los festivales de cine de la época?

Aunque como el Festival Internacional de Cine de Gijón/FICX o la Semana Internacional de Cine Valladolid/Seminci, muchos de los festivales españoles que hoy todavía se celebran nacieron como parte del proceso de modernización y de regeneración económica tardofranquista (Triana Toribio 2011, 224), no debemos sin más renunciar a estudiarlos en continuidad con esos grupos de la profesión cinematográfica vinculados a la oposición y que formaron a los ciudadanos en la resistencia y en el pensamiento a contracorriente. Principalmente porque aun estando vinculados a la administración y aun siendo un modelo industrial mundializado, los festivales de cine crean contextos para el pensamiento liminal y para el diálogo en torno a propuestas cinematográficas que escapan a las experiencias culturales habituales. Aunque hoy en día proliferan las oportunidades para ver “cines diferentes,” hace apenas dos décadas los festivales de cine cumplían una función mucho más determinante como instigadores del pensamiento no convencional y de lo políticamente incorrecto. Una función que ha sido incluso más significativa en las ciudades de provincia y en los municipios donde la oferta cultural es más limitada que en las ciudades. Así, incluso el Certamen de Cine y Televisión para Niños (1963) (hoy, FICX), nacido bajo el yugo del franquismo y fruto de evidentes propósitos institucionales, generó desde su inicios un constante desasosiego en ciertos sectores de la prensa local como el periódico *El Comercio*, la política y el público.<sup>88</sup> La presencia de la versión original, la participación de cines de animación procedentes de Japón, Irán, la URSS, y de otros países geográficamente y culturalmente recónditos para el

---

<sup>88</sup> Sobre los orígenes y la historia del Festival Internacional de Cine de Gijón, véase el detallado libro de Eva Güimil, *De niños buenos a Enfants Terribles. 40 años de Festival Internacional de Cine de Gijón* (Gijón: Festival Internacional de Cine de Gijón, 2002).

público de entonces, o la presencia de cineastas como Abbas Kiarostami (que presenta *The traveller* en 1975) confirma el papel formativo que junto con los cine-clubes, estos contextos cinematográficos cumplieron para los ciudadanos en un momento en el que la educación y la gestión de la cultura todavía se encontraban fuertemente mediadas por el régimen.

Esta relación, paradójica donde las haya, entre los festivales de cine y determinadas formas de transgresión cultural y política, se constata si pensamos en el origen de certámenes como el Festival de Cine de Sitges que a diferencia de Donostia Zinemaldia (1953-), Seminci (1956-) o FICX (1963-) —ligados a los planes reformistas del régimen—, nace del impulso de las Primeras Jornadas Internacionales de Escuelas de Cine, un evento en el que además de proyectarse películas de escuelas de cine internacionales (como Praga y Moscú), un grupo de profesionales vinculados a la oposición comunista (muchos de ellos procedentes, como Román Gubern, de la Escuela de Barcelona) redactan un manifiesto en el que piden la abolición del Sindicato Nacional del Espectáculo así como de la censura, de los subsidios del estado y de toda una serie de mecanismos de control del cine activos desde las Conversaciones de Salamanca (1955). Este acto reivindicativo contra el régimen termina con una serie de arrestos que lleva a los participantes a organizar un evento mucho más desabrido al año siguiente, el Festival Internacional de Cine Fantástico de Sitges.<sup>89</sup>

Como hemos tratado de expresar anteriormente, que Sitges naciera aprovechando la por entonces cada vez más debilitada coyuntura del franquismo, no deja de poner en relieve los festivales de cine nacen con el propósito de educar a los ciudadanos en determinadas agendas ideológicas. En este sentido, que varios de los certámenes más importantes nacieran durante la época más convulsa del franquismo (como el FICX y el Festival de Cine de Sitges), debe animarnos a pensar en la historia de los festivales españoles como el resultado, no de un plan homogéneo llevado a cabo por las instituciones que marcaban las formas culturales oficiales durante el régimen, sino como el reflejo de una dialéctica entre la administración y aquéllos grupos sociales que se desvincularon del régimen y que a finales de los años sesenta se encontraban en plena actividad. Un sector al que, por otra parte, pertenecieron

---

<sup>89</sup> Sobre las Jornadas de Cine de Escuelas Internacionales celebradas en Sitges en octubre de 1967, véase: Santos Zunzunegui. *Los Felices Sesenta. Aventuras y desventuras del cine español (1959-1971)* (Barcelona: Paidós, 2007), 37.

intelectuales que, como Román Gubern y Julio Pérez Perucha, hoy ejercen de manera activa la crítica al cine y sus instituciones, incluidos, si caben, los festivales.

Este compromiso con el pensamiento liminal, no sólo ha tratado de mantenerse en la programación de algunos festivales, sino también a través del discurso de determinados directores que han apostado por mantener sus instituciones del lado de lo nuevo, lo inaudito, lo experimental y si cabe, de aquello que exprese empatía con lo que es socialmente urgente. Si pensamos que el FICX supuso para el joven público gijonés de los años noventa el descubrimiento de cineastas como Gregg Araki, Aki Kaurismaki, Claire Denis, Aleksei Balabanov, Ulrich Seidl, Bruno Dumond, Tsai Ming-liang o Todd Solondz, no resulta difícil imaginar que el certamen haya contribuido a esbozar corrientes alternativas de pensamiento. Algo parecido ocurre con el Festival de Cine de Sitges, un certamen al que le podemos atribuir, junto con la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián, el haber dado forma a la subcultura del cine de terror en España (Lázaro-Reboll 2014, 157), un país que como ha comentado Ángel Sala, sigue siendo “hostil al cine de género.”<sup>90</sup> Este compromiso con las formas culturales más arriesgadas y menos apoyadas por la institución, no ha sido, por supuesto, una constante en el panorama de festivales españoles, que se encuentran limitados por cuestiones presupuestarias así como por patrocinios y acuerdos comerciales que condicionan las líneas de programación.

Con todo, el énfasis que José Luis Cienfuegos ha puesto en el compromiso educacional con los ciudadanos en su etapa como director del FICX (1995-2011) y en la actualidad a la cabeza del festival de Cine Europeo de Sevilla (2012–), confirma que los festivales pueden encontrar un equilibrio entre las limitaciones de carácter político y económico y los planteamientos más radicales. Buena muestra de ello es la sección dedicada a la infancia y a la juventud *Enfants Terribles*, una de las señas de identidad del certamen y con la que ha buscado desde 1996 un nexo con los orígenes de un certamen. Esta sección, especialmente dedicada a escolares en el espacio LABoral Centro de Arte y Creación Industrial (en 2015 pasaron por el centro once escuelas), combina la proyección de largometrajes en versión original subtitulada (casi todos

---

<sup>90</sup> “El director del Festival de Sitges asegura que ‘seguimos siendo un país hostil al cine de género’,” *Agencia EFE*, 8 de Julio, 2015, <http://www.efe.com/efe/espana/cultura/el-director-del-festival-de-sitges-asegura-que-seguimos-siendo-un-pais-hostil-al-cine-genero/10005-2659554>.

producciones europeas) con encuentros con los directores y sesiones didácticas en las que se orienta a los jóvenes a reflexionar sobre las películas y a generar debate.<sup>91</sup> Para ello, el festival crea guías didácticas con claves pedagógicas sobre las películas programadas que orientan a los profesores en el la creación de diálogo en las aulas. En el marco de esta sección y desde 2010, LABoral organiza junto al certamen el proyecto filMO, talleres de creación audiovisual con dispositivos móviles para los escolares que asisten a las sesiones de *Enfants Terribles*. Además, asociado también a esta afinidad con la juventud y con el compromiso educacional, FICX organiza desde 2004 la sección *No nos cuentes películas, ¡hazlas!*, en la que colabora con escuelas para desarrollar cortos de ficción que entran a concurso para conseguir financiación y que se estrenan durante el festival. La constancia con la que el certamen ha comunicado a través de los medios su responsabilidad con la comunidad educativa asturiana y su papel en Todas estas secciones enfocadas a la juventud . El siguiente extracto se corresponde con la presentación que FICX hace de la sección *Enfants Terribles* en su página web para la cuadragésimo novena edición (2011):

Acabemos con estereotipos y desterremos falsas creencias sobre desidia e inercia generacional. Son responsables, perseverantes, se conocen a sí mismos, ejercen la creatividad y la autocrítica, dominan el control emocional, la capacidad de elegir y calcular riesgos. No es una detallada descripción de los superhéroes de la Marvel, dotados de poderes sobrenaturales, sino de los *Enfants Terribles*, estudiantes asturianos que durante una semana se acercan al Festival Internacional de Cine de Gijón. Más de 13.000 jóvenes practican estas capacidades en el marco de la sección del mismo nombre, demostrando durante los últimos quince años que saben pensar y filtrar.<sup>92</sup>

El buen criterio y la responsabilidad social con la que el FICX califica a los jóvenes asturianos a los que dirige su programación, conecta con un discurso que ha permanecido estable durante la etapa Cienfuegos y que se sigue sosteniendo con la nueva dirección de Nacho Carballo desde 2012. La educación del público como marca de la casa, es un discurso que aun siendo representativo de la retórica del FICX,

---

<sup>91</sup> En 2011 y 2015 *Enfant Terribles* ha programado títulos de Dinamarca, Francia, Holanda, Canadá, Estados Unidos, España, Serbia, Japón, Israel, Polonia, Irán, Ucrania, Letonia, Suiza, Reino Unido, Australia y Austria.

<sup>92</sup> José Antonio Vega, “*Enfants Terribles*. 49 edición,” Festival Intenacional de Cine de Gijón, accedido 27 de Julio, 206, <http://www.gijonfilmfestival.com/page/10261-enfants-terribles>.

también está presente en la oratoria de otros certámenes españoles. El Festival Internacional de Cine de San Sebastián, además de sumarse al compromiso educativo de los festivales de cine con encuentros y talleres para jóvenes, exhibe a menudo un discurso positivo y optimista sobre sus audiencias, a quienes considera preparadas para ese cine hasta el punto de sorprender a los cineastas invitados.

En Donostia hay de todo, pero que hay un bloque muy grande de gente que va a todo lo que se monta, que conoce las programaciones, que ve mucho cine... y ese es un público muy bueno para el Festival. De hecho, la mayoría de los que vienen a presentar películas, por ejemplo a Zabaltegi, se van gratamente sorprendidos; primero de que las salas estén llenas y segundo por los debates que se generan. (Rebordinos 2011)

La asociación del éxito del certamen con la existencia de un público con criterio y educado en el lenguaje cinematográfico ha sido también, como venimos viendo, una constante en el discurso de José Luis Cienfuegos:

El nuestro es un festival muy exigente, con un público que tiene cierta formación y ha crecido con el mismo festival. Me explico: sabe lo que es el cine clásico narrativo, pero ya exige otro tipo de películas. (Cienfuegos 2011a)

Además de defender el cine de autor, un festival debe educar al espectador. No somos contenedores de películas, sino que debemos hacerlas digeribles. No puedes enfrentar a un teatro de mil localidades de buenas a primeras con una cinta de Lisandro Alonso. Antes has tenido que ir dándole a conocer para que el espectador entienda que puede existir un cine más exigente y que su lugar natural es un festival. (Cienfuegos 2012)

Para Cienfuegos la educación del público viene facilitada por el descubrimiento que facilita el evento (un papel que el festival ha asumido desde sus orígenes, cuando comienza sus andanzas como festival de cine para niños) y su administración en una ciudad a lo largo de los años. Es decir, un buen programador de festivales, es aquél que programa películas en coherencia y en continuidad con un proyecto educacional que el certamen debe asumir a largo plazo. En este sentido, creo, como Cienfuegos, que los festivales de cine a través de su programación y de sus actividades, pueden considerarse eventos que aun formando parte del *establishment*, cumplen una función lúdico-educativa que puede llegar a estimular entre el público formas de asociación crítica. Incluso, cuando esta se ve envuelta por el ambiente festivo y espectacular del festival. En otras palabras, en Gijón (pero también en San Sebastián, la Seminci o

Sitges) ser audiencia es natural a la forma de participar en la vida pública desde hace décadas. En su estudio sobre la Seminci y el FICX, Núria Triana-Toribio llega a la conclusión de que ambos eventos han sabido negociar con la transición de las audiencias, llevándolas de consumidoras de productos tradicionalistas propios de la dictadura franquista, a audiencias democráticas y cinéfilas (Triana-Toribio 2011, 231). Un festival, es mucho más que una muestra anual de películas, es una celebración del cine en la que la programación cinematográfica es el resultado de unas elecciones y unas preferencias culturales que en parte, reflejan los valores y gustos de sus directores y programadores (pero también la producción anual y los acuerdos establecidos entre el festival y los distribuidores, el festival y patrocinadores, etc.). Al mismo tiempo, no conviene olvidar que los festivales de cine son el producto de políticas culturales que no están libres de valores. Sin asumimos que los certámenes son eventos institucionales que llevan a cabo una labor educadora de la ciudadanía a través del cine, parece coherente pensar que esa educación no es neutra y se encuentra en cada caso cargada de ideología, como demuestra el estudio de Triana Toribio (2011). Nuestro punto de vista es que son la celebración periódica del evento y sus aspectos lúdico-festivos, los que permiten asentar dinámicas de aprendizaje entre un público que, incluso no siendo especialmente cinéfilo, regresa cada año al certamen a ver esas películas que el evento propone.

## 5.8 Conclusión

Hemos visto que los festivales de cine son un fenómeno que desde hace tiempo viene formando parte de la práctica de la ciudadanía. Por ello, se nos hace necesario empezar a plantear la experiencia actual de los festivales de cine en relación a los diferentes contextos en los que las personas han aprendido a relacionarse con el medio fílmico en las ciudades. El hecho de que los festivales de cine sean fenómenos que nacen en las ciudades y se asientan paulatinamente en la vida cotidiana de los ciudadanos, nos hace pensar que el *evento del cine*, es un tipo de experiencia no sólo habita en las ciudades posiblemente desde que empiezan a exhibirse películas, sino que forma parte de la experiencia misma de enfrentarse de forma colectiva ante una pantalla. Por ello, el evento y la fiesta, serán conceptos clave para entender la experiencia del público. Puesto que argumentar la relación entre los festivales y la naturaleza esencialmente afectivo-emotiva del cine y su cultura es una tarea que se acerca al ámbito de

investigación de este trabajo, en los próximos capítulos trataré al menos de esbozar algunas pistas que nos permitan plantear en qué medida los festivales de cine son continuadores de una tradición que hunde sus raíces en lo lúdico y en el elemento seductor-afectivo de la experiencia cinematográfica. En esta tendencia a proponer un despliegue lúdico de la cultura, encontramos buenas razones para explicar no sólo la supervivencia del modelo de exhibición y circulación del cine que sostienen los festivales, sino también, su omnipresencia como experiencias particulares que compaginan su rol como educadores de los ciudadanos en el de cine arte, con una expresión de empatía por lo social. Esta complicidad entre la exclusividad cultural y la cultura masiva que despliegan los festivales, la encontramos en diversidad de propuestas culturales que en la actualidad llenan la programación de las ciudades. En el capítulo que sigue queremos dar un paso más y explorar qué hay de lúdico en la experiencia colectiva de ir al cine. Para ello, vamos a explorar con mayor profundidad en qué consiste este despliegue festivo del festival de cine, atendiendo a cuestiones antropológicas de la fiesta.



## 6. Las fiestas del cine: del cine de atracciones al “cine de eventos”

### 6.1 Festivales, las fiestas del cine

No seríamos honestos si no dijésemos que ante todo, un festival de cine *se celebra*. O al menos, ésta es la imagen que los festivales hacen circular y que llega a nuestras casas desde Cannes, Sundance, Roma o Sitges, pero también desde festivales menores que no se identifican con la pompa y glamour. Independientemente de las formas en las que cada festival organice y planee su propia celebración, un festival de cine es una gran fiesta en la que el público encuentra en el tema del cine un motivo de celebración y de congregación entusiasta. La comunicación a escala mundial de ese ambiente festivo que en los festivales más mediáticos merece la presencia de las más grandes estrellas de Hollywood, significa que el que acude por primera vez a un festival sabe de antemano lo que allí va a encontrar: las largas colas, los locales abiertos hasta altas horas de la madrugada, la vida nocturna, los conciertos, las recepciones. Si el cine y cualquier manifestación pública de su cultura lleva consigo su propia celebración y su exceso, los festivales además le brindan al público la posibilidad de compartir escenario con sus objetos de deseo y de asistir en directo al montaje de su propia puesta en escena. Poder acceder a un terreno tradicionalmente vedado y de acceso exclusivo para la prensa, el poder casi tocar a las estrellas desde el cordón de seguridad o compartir una conversación con ellas al calor de alguna bebida típica de la zona, es parte de ese juego con los límites y de la experiencia de “trasgresión” que posibilita el marco de la fiesta.

Pero la celebración del cine no se queda en la alfombra roja y las anécdotas que protagonizan las estrellas invitadas. Cada vez más, los certámenes orientan sus esfuerzos a crear en el público la sensación de estar viviendo el gran evento del año. Hay personas que incluso hacen que sus vacaciones coincidan con la celebración del festival de cine para poder entregarse de lleno a la celebración del festival. Una fiesta que avisa su llegada y que se hace patente en los múltiples festejos que invaden la ciudad y con los que los habitantes y turistas se topan a su paso. La exclusiva presencia del cine en la ciudad se celebra por todo lo alto a través de un programa de actividades paralelas con las que los organizadores vinculan emotivamente a los miembros

potenciales del público con la vida local a través de conciertos, pasacalles, ferias y actuaciones callejeras a las que dicho público se suma incondicionalmente. Los más devotos y los que más ansían la llegada de esta fiesta del cine, se entregan, acreditación en mano, a la urgencia del festival: las colas, el mal comer, el correr de una sala otra para ajustarse al comprimido programa de películas, forma parte de los inconvenientes y los placeres de asistir en cuerpo y alma a un festival de cine. No parece descabellado, por tanto, reconocer como hace De Valck, que el público no sólo acude al certamen para ver películas, sino para verlas en el contexto único y especial que el festival pone cuidadosamente en escena (De Valck 2007).

Esta tesis quiere dar un paso más y adelantarse a sugerir que la fiesta, el evento que el festival crea en torno al cine, empuja al público al cine durante el certamen. Es más, que el público del festival escoja asistir a las proyecciones por el “ambiente” que rodean las sesiones, nos permite pensar que los festivales son contextos habituales de visionado en los que la recepción de las películas se encuentra fuertemente condicionada por el carácter ritual, mediático, ceremonial, e incluso en ocasiones, carnavalesco del evento. ¿Puede acaso esta disposición afectiva del público hacia los nombres célebres y las películas llegar a explicar por qué existe esa sobreabundancia de festivales de cine de la que hablaba Mesonero Burgos (2008)?

Una de las grandes carencias de los estudios que se han dedicado a analizar la cultura de los festivales ha sido ignorar la forma en la que el festival implica a su público a través de la fiesta y de un despliegue festivo. Es más, con la excepción de los estudios que se han ocupado de examinar los primeros contextos de proyección cuando el cine era una fantasmagoría, la fiesta ha quedado al margen del estudio de la recepción cinematográfica. En el estudio académico, lo festivo ha sido desterrado de los contextos de recepción que tradicionalmente se han asociado a la cinefilia y en los que se asume que el público debe expresar su amor por el film a través de protocolos que nada tienen que ver con el exceso y la emocionalidad. Diría incluso que hablar de la asistencia al cine como una práctica lúdica y festiva puede dar lugar a confusión cuando no, ser motivo de controversia.

Dicho esto, lo cierto es que aunque estamos describiendo el festival de cine como una gran “fiesta del cine,” los protocolos que el público y los profesionales siguen en un festival tienen más que ver con la experiencia colectiva, pero en general silenciosa de ver una película en una sala oscura que con el tipo de experiencia desbordada, liminal y de sobreabundancia que encontramos en muchos certámenes.

Richard Porton, crítico cinematográfico y pionero en el estudio de festivales de cine (Porton 2009b), cuenta haber asistido a un certamen en Corea del Sur en el que levantarse de la butaca antes de que finalizaran los títulos de crédito no sólo estaba mal visto sino expresamente prohibido por la organización del festival, encargada de anunciar tal interdicción antes de que comenzara la película. Estas anécdotas con las que los *festival-goers* más expertos estarán familiarizados, demuestran que los festivales de cine se alinean con una tradición espectral que reconoce el espacio imaginario del film como una suerte de espacio sagrado en el que el placer y la admiración al cine arte, no debe demostrarse sino con la reverencia y el silencio que es propio de las liturgias religiosas.

Esta forma “ideal” de ver películas que sigue estando patente en lo más profundo de nuestra conciencia como espectadores, contrasta, sin embargo, con muchas otras experiencias que forman parte de los protocolos más asentados en certámenes de peso como Cannes. Sin ir más lejos, levantarse con sonoridad de la butaca si no ha gustado el film viene siendo uno de los rituales más extendidos y disfrutados por la audiencia de Cannes, que demuestra su autoridad a la hora de dar su opinión sobre un film o incluso de sepultar su reputación a través de este catártico “orquestamiento” de butacas y resoplidos. Si prestamos atención a estas experiencias, podemos afirmar que los festivales de cine participan activamente de la clásica dicotomía por la que el espectador se define o bien como sujeto pasivo y manipulable, o bien como sujeto activo y productor de significado.

Que la sala de cine en el festival sea un lugar de recogimiento en el que lo propio es reprimir las emociones, contrasta con muchas experiencias actuales hacia las que se está orientando el consumo público del cine. Es más, esta tendencia o fenómeno del cine como fiesta-evento, se corrobora no solo en la proliferación de festivales con un “perfil de audiencias” (*audience-friendly film festivals*), sino también en la proliferación de toda una serie de fórmulas que convierten una sesión de cine ordinaria en un acontecimiento único. A estas experiencias que recientemente han llamado la atención de la academia bajo la denominación del “cine de eventos” o *event-led cinema* (Atkinson y Kennedy 2016; McCulloch y Crisp 2016; Atkinson y Kennedy 2015), se suman toda una serie de prácticas colectivas que confirman la predisposición ritual del público a la hora de ver cine y de crear comunidad en torno a su consumo: los peregrinajes a localizaciones de películas consideradas de culto, las convenciones de fans, los autógrafos o la nueva tendencia de hacerse *selfies* con las celebridades, son

ejemplos de cómo algunas audiencias han adoptado fórmulas de expresión colectiva que presentan una mimesis de la idolatría y de lo sagrado. Creo que estas experiencias en las que se enredan los públicos más devotos y que tienen lugar en espacios tan variados como festivales, salas, espacios institucionales o Internet (rituales que emergen en entornos digitales) son evidencia de que las culturas del cine se están construyendo sobre expresiones catárticas de identidad que en numerosas ocasiones se concretan en torno a la fiesta.

En este capítulo voy a tomar algunas de las experiencias que el público tiene en el festival como ejemplos de cómo los festivales de cine proponen rutas de participación que favorecen el desarrollo de formas lúdico-festivas de recepción. Con este objetivo vamos a definir algunos de los conceptos que consideramos clave en el encuentro entre el cine y el público en los festivales. Para ello vamos a poner en común algunas de las definiciones que nos ofrece la antropología, la sociología, la historia de la religión y los estudios folclóricos (Durkheim 1912; Duch 2002; Espejo Muriel 1995; Dodds 1951; Caillois 1961; Falassi 1987; Abrahams 1987; Turner 1966; Van Gennep 1909), con la investigación más reciente sobre el aspecto ritual de los medios de comunicación (Dayan y Katz 1995; Couldry 2003; Carey 1975) y los festivales de cine. En esta última área de estudio destacan dos perspectivas: aquellas que contemplan los festivales de cine como espacios de afiliación comunitaria que cumplen una función renovadora entre los miembros de la comunidad local (Derrett 2009; Stringer 2008; Van Extergem 2004; Koven 1999a; Koven 1999b) y aquellas que los ven como eventos multidiscursivos, que se orquestan a partir de variedad “actuaciones colectivas” altamente ritualizadas que contribuyen a definirlo (Dayan 2000). Una vez hayamos definido los aspectos más vicarios y sociales de los festivales, vamos a considerar hasta qué punto funcionan como instituciones que por preservar una tradición lúdico-festiva del cine, existen en continuidad con formas de exhibición y de recepción propias de la exhibición del cine en la era preclásica, estudiadas por Tom Gunning (1986), Timothy Corrigan (1991), Miriam Hansen (1991), o Mark Jancovich y Lucy Fair (2008).

Finalmente, a la vez que definimos el festival como una celebración que se vale (desde una economía cultural masiva) de los mismos mecanismos físicos y psicológicos de los que se vale el culto, tendremos que poner en entredicho esta postura y considerar, si acaso, que hay espacio para el culto en unas culturas del cine que se encuentran fuertemente mediadas por la cultura de eventos.

## 6.2 Festivales: una definición desde la antropología

Poco antes de la celebración de la 46 edición del Festival Internacional de Cine de Gijón/FICX, en una entrevista realizada por el diario ABC, José Luis Cienfuegos responde de la siguiente manera a una pregunta sobre cómo ha afectado la crisis económica al FICX :

Entrevistador: ¿No han notado la crisis económica que afecta a todo el mundo?

JLC: La verdad es que por el número de espectadores no podemos decir que la hemos notado. Y creo que la sensación de los hosteleros es que durante diez días se ha reanimado la ciudad. Son diez días de fiesta, que incluso pueden servir de vía de escape ante las malas noticias (Cienfuegos 2008).

De esta forma tan elemental se refiere Cienfuegos a uno de los elementos más característicos del FICX: el festival de cine inaugura un tiempo de excepción para la comunidad local. La vida sigue cuando se celebra el festival, pero durante esos días la ciudad se reanima, se despierta con un ánimo diferente. La llegada del certamen sirve para marcar una continuidad con la vida diaria, unos ritmos y cadencias “naturales” que llegan siempre a tiempo, marcados por el retorno del FICX y con él, la tradición de acudir al Jovellanos y a los Cine Centro. La fiesta sigue incluso en tiempos de crisis, o mejor dicho, la fiesta regresa puntualmente recordándonos que la rueda se mueve independientemente de lo difíciles que sean de las circunstancias. No en vano la antropología le ha asignado a las fiestas el papel de restablecer el orden que ha sido subvertido durante el año. Las fiestas “ponen de manifiesto la estructura reiterativa y rítmica de la existencia humana” (Duch 2002, 194). Como explica Ros Derrett “la conectividad, placer y ocio que los festivales ofrecen a residentes y visitantes ofrece una experiencia que puede ayudar a la comunidad anfitriona a lidiar con los cambios inesperados” (Derrett 2009, 109). Pero además de ser signo de regularidad y estabilidad, la fiesta del festival se presenta con dramatismo en la ciudad, cambiándola, transformándola y vistiéndose de celebración con su cartelería, sus eventos y su público, que a pesar del mal tiempo, ronda por las calles de Gijón para matar tiempo entre sesión y sesión.

Este cambio de ánimo al que alude sabiamente Cienfuegos, también se intuye en las personas, que no se comportan como meros espectadores. Por estar allí, están

dispuestos a participar de manera más activa ya sea asistiendo a las sesiones, involucrándose en las actividades programadas —talleres, encuentros, espectáculos, clases magistrales, concursos, maratones— o simplemente llenando los locales de la ciudad hasta altas horas de la madrugada. La simple elección de los asistentes de *estar allí*, comunica su deseo de estar allí. Este “llenar el festival” tiene además una representación inequívoca en toda una serie de manifestaciones que reviven el tiempo propio de la fiesta: las largas colas en la taquilla de los Cines Centro, el tránsito, las calles y los locales saturados de gente, o las celebraciones paralelas en la Sala Acapulco, que se ponen en marcha en el espacio de la ciudad acondicionan ese tiempo de normas relajadas. Este momento de excepción viene a sobreponerse a la lluvia de finales de noviembre y al frío que asola a la ciudad costera cuando se inaugura el certamen.

Aunque hasta ahora no hemos hecho más que insinuarlo, podemos empezar ya a definir los festivales de cine como *fiestas*. Es decir, por ser eventos culturales que se celebran anualmente, que se desarrollan según unos rituales preestablecidos y que acondicionan el territorio para la realización de una vivencia colectiva y participativa, los festivales de cine pueden ser estudiados como *fiestas tradicionales* (según la definición que de ellas han dado la antropología y los estudios folclóricos). No en vano, en diversas ocasiones los festivales de cine, por su aspecto protocolario y su cercanía al exceso y al carnaval, han sido comparados con los festivales de carácter religiosos o secular. Por ejemplo, Thomas Elsaesser opina que por requerir de una ocasión, de un espacio y de la presencia física de una multitud de personas, los festivales de cine se parecen a los grandes rituales y ceremonias religiosas (Elsaesser 2005b, 94). Otros como Mikel Koven (Koven 1999a; Koven 1999b), Dirk Van Extegerm (2004) o Ger Zielinski (2012), se ha preocupado por el contexto social que pone en marcha el festival. Para Koven, que estudia la creación de comunidad en el Festival Internacional de Cine Judío de Toronto (Toronto Jewish Film Festival/TJFF), los festivales de cine funcionan como experiencias liminales y trascendentales en las que la comunidad se celebra a sí misma y en los que se convoca una cierta experiencia del culto a través de métodos y protocolos que bien pueden parecerse a los del rito o la liturgia religiosa. Sorprende, no obstante, los pocos estudios que han optado por mirar a los festivales de cine y su construcción social desde la perspectiva de la antropología. Crespi-Vallbona y Richards sostienen que en la mayor parte de los estudios de festivales culturales y eventos, la tendencia ha sido estudiar cómo en las ciudades se ha

reemplazado una cultura local y tradicional, por una cultura popular globalizada, con la consecuente transición del “ritual” al “espectáculo” (Crespi-Vallbona y Richards 2007, 106). Ante la falta de disposición antropológica en los trabajos que toman los festivales actuales como objeto de estudio, creemos como la socióloga de medios Monica Sassatelli, que “estudiar los festivales actuales pasa por confrontarlos a los significados que adquieren en los trabajos sobre las fiestas tradicionales” (Sassatelli 2008, 17).

Aunque venimos insistiendo en que los festivales de cine presentan una complejidad estructural y simbólica mayor que otros eventos, asimilarlos a las estructuras y funciones de los festivales tradicionales puede ayudarnos a esclarecer su carácter autorreferencial, su autoridad como creadores de valor cultural, así como el lugar indispensable que los festivales ocupan hoy en el espacio social como lugares de reunión habitual o como fenómenos potencialmente mediáticos. La definición de la fiesta que más se ajusta a nuestro objeto de estudio es la que proporciona el folclorista Alessandro Falassi: “ocasión social y periódicamente recurrente en la que a través de una multiplicidad de formas y series de eventos coordinados, participan directa o indirectamente y en varios grados todos los miembros de una comunidad, unidos por vínculos étnicos, lingüísticos, religiosos, históricos, o compartiendo una misma visión del mundo” (Falassi 1987, 2). Antes de seguir planteando cuál es esa experiencia particular que ofrece el festival de cine, conviene aclarar algunos conceptos que van a formar parte de nuestra discusión en las próximas páginas: la fiesta y el festival.

Sea cual sea la postura teórica y analítica que adoptemos, todo indica a que no existe una sola condición de la fiesta y que como consecuencia, sus límites teóricos siempre han sido difusos. Carlos Espejo Muriel, historiador especialista en las fiestas y los ritos de la antigua Grecia incide en la imposibilidad de unificar los datos de los que se disponen acerca de las fiestas bajo una única definición, lo que nos sugiere un inconveniente inicial a la hora de hacer un estudio compacto de este fenómeno (Espejo Muriel 1995, 15). En cuanto al *festival*, en el marco de las disciplinas humanísticas, de la economía y de las ciencias sociales este término se ha impuesto para designar un tipo de evento propio de las sociedades urbanas, especializado en algún sector cultural (artes visuales, artes escénicas, música, cine, poesía) y con un sistema de financiación y de organización singulares. Es decir, a diferencia de lo que ocurre en inglés, donde el término “*festival*” hace referencia a una variedad amplia de festividades tanto modernas (*film festival*, *music festival*, *food festival*) como premodernas, en español el término *festival*, se empieza a usar en el siglo XX y como préstamo del vocablo inglés

para designar eventos de carácter cultural. De este modo, en el lenguaje de antropólogos, historiadores de la religión o folcloristas anglosajones, es común encontrar el término “*the festival*” para designar eventos festivos de carácter religioso como la Saturnalia. Así, mientras que en español el diccionario *Clave de uso del español actual* describe Los saturnales como “una fiesta que se celebraba en honor de este dios [Saturno]” (Maldonado González 1999, 1642), en el *Concise Oxford Dictionary* se describe como “*an ancient Roman festival*” («Saturnalia» 1983, 930). Mientras tanto, para referirse en inglés a fiestas populares como los carnavales o las fiestas agrícolas tanto actuales como de la antigüedad, se usan términos como “*fête*” o “*fair*.” De este modo, en inglés, pero también en francés, encontramos diferentes palabras para designar toda una variedad de realidades que en español se reúnen bajo un único término: la *fiesta*. Los términos *fiesta* (del latín tardío *fiesta*) y *feria*, se usan en español para hablar de un tiempo de solemnidad (día de fiesta, fiesta popular o religiosa), mientras que la *fiesta*, es un término común para referirse a reuniones sociales de carácter privado (en inglés *party*, del francés antiguo *partie*, “tomar parte de”).

Si acudimos a la etimología en busca de respuestas, Alessandro Falassi, ofrece algunos apuntes sobre el origen común de ambas palabras: “el latín tenía dos términos para los eventos festivos: *Festum*, utilizada para designar un tiempo de ‘alegría y regocijo públicos’, y *feria* referida a ‘la abstinencia del trabajo y honor a los dioses’” (Falassi 1987, 2). De acuerdo con Falassi, posteriormente *fiesta*, derivaría en español en *fiesta* (pl. *fiestas*) y en inglés y francés medievales en *fiesta*, “que se usaría primero como adjetivo para connotar estos eventos y después como sustantivo para denotarlos” (Falassi 1987, 2). En definitiva, si atendemos a estas cuestiones terminológicas, llegamos a la conclusión de esos fenómenos festivos con un carácter religioso o secular que en inglés se definen como “*festivals*” encuentran en español su mejor traducción en *las fiestas*. En español, la *fiesta* no es lo mismo que el *fiesta*, pero el *fiesta*, estará siempre enmarcado en un tiempo de *fiesta*: es decir, un tiempo de excepción dentro de la vida social, en el que lo propio es una *congregación entusiasta* y que se dirige a crear *momentos de comunidad*. O en palabras de Gadamer, que “es comunidad, es la presentación de la comunidad misma en su forma más completa” (Gadamer [1977] 1991, 99). Pero la *fiesta*, no sólo hace referencia a la dimensión temporal del *fiesta*; ese tiempo festivo, está asociado a un ánimo entusiasta del que es oportuno contagiarse.



El ánimo festivo que contagia a los presentes está asociado al propio acontecimiento que supone la llegada del festival y al hecho de que eso que vivimos y que esperamos ocurra en discontinuidad con nuestra vida cotidiana. La antropología y la sociología han subrayado la temporalidad pasajera de la fiesta hace presa a los participantes de la contingencia y del azar, lo que establece un vínculo social que se constata en el ánimo festivo (Caillois 1994, 128). La fiesta estipula que en ella hagamos cosas que no hacemos normalmente y eso requiere que nos entreguemos a ella con entusiasmo y sobre todo con creencia. Elsaesser opina que si algo sostiene la credibilidad del festival es el público: “Todos los jugadores en el festival se encuentran atrapados por la “illusio” del juego. Tienen que creer que merece la pena jugar y *asistir con seriedad*” (Elsaesser 2005b, 97). Los asistentes al festival no son meros seguidores de pautas, sino que creen en lo que les ha movido hasta el festival y creen en su causa. La cuestión de la emoción festiva ha sido tratada por antropólogos, psicólogos sociales e historiadores de la religión. En su estudio sobre el significado de la irracionalidad en la cultura griega, Eric Robertson Dodds ([1951] 1960) explica que en Grecia la experiencia del culto estaba marcada por ciertos estados mentales como la locura, la posesión y por otras formas de entusiasmo sin los que no se podía concebir la vida religiosa. Así ocurría, por ejemplo, en la experiencia dionisiaca:

[el ritual dionisiaco] que purgaba al individuo de esos impulsos irracionales infecciosos que, al ser obstruidos, habían dado lugar, como lo han hecho en otras culturas, a explosiones de danza maníaca y a otras manifestaciones semejantes de histeria colectiva; el ritual dionisiaco venía a ser para ellos una válvula de escape. (80)

Aunque esta descripción del ánimo de la fiesta puede considerarse algo extrema, lo cierto es que no hay otra manera de participar en una fiesta y por eso es uno de los contextos más difíciles de estudiar y de comprender para los etnógrafos. Y es que el estado de exceso y de entusiasmo infeccioso que pide la fiesta, hace que se resista a ser estudiada. Johan Huizinga ya se percata de ello cuando escribe que “la ciencia se desliza sobre la realidad de la fiesta como si esta no existiera” (Huizinga [1938] 2007, 38). Esto tampoco se le ha escapado a algunos estudiosos de los festivales que han comentado las dificultades de asumir un estudio etnográfico y “desde dentro” del festival (Vallejo 2014; Chan 2014; De Valck 2007). Por ejemplo, Felicia Chan hace referencia al reto que supone implicarse como observador participante y escribir sobre

el evento mientras está ocurriendo, incluso cuando el investigador puede permitirse quedarse durante todo el certamen (Chan 2014). Como expresa Falassi (1987):

Durante el tiempo festivo, las personas hacen cosas que normalmente no hacen; se abstienen de algo que normalmente hacen; llevan al extremo comportamientos que generalmente se regulan por la medida; invierten los patrones de la vida social diaria. Inversión, intensificación, transición y abstinencia son cuatro puntos cardinales del comportamiento festivo. (3)

Ese ambiente decididamente festivo, es inseparable en los festivales de cine de otro tono más bien grave que es con el que se asume, debe modularse cualquier discurso que se aproxime al cine con rigor metodológico, científico o crítico. Aunque la seriedad se haya en cierta oposición a la risa, al vértigo, y a las expresiones de emoción extrema que esperamos del tiempo festivo, no podemos desvincularla de la fiesta y mucho menos del festival de cine. Como indica Gadamer (1991), hay una forma de discurso que corresponde a la fiesta y a la celebración que la acompaña. Se habla de un discurso solemne, lo propio de la solemnidad de la fiesta es el silencio” (101). La seriedad es parte del código de conducta que impone el circuito de festivales de cine, que por ser espacios de distinción cultural en los que han cuajado discursos opuestos al *mainstream*, promulgan unas formas de visionado más burguesas y solemnes. Pero quizás, esta negociación entre lo festivo y lo serio, entre lo frívolo y lo trascendente, o incluso entre el tiempo comunitario y el tiempo introspectivo que asimilamos al método que exigen ciertos temas y películas, sea más visible en el compromiso que los festivales están adquiriendo con ciertos asuntos de índole social.<sup>93</sup>

---

<sup>93</sup> Más aún, cuando los festivales asumen algún tipo de responsabilidad social, colaboran con programas de sensibilización o incluyen en su lista de objetivos loables intenciones como hacer de promotores para la diversidad cultural (como ocurre con la Plataforma Southern Film Festivals), abanderar discursos comprometidos con determinadas causas políticas (Festival de Cine y Derechos Humanos de San Sebastián, Human Rights Watch International Film Festival, Toronto Green Film Festival, London Disability Film Festival, Festival de Cine Africano de Guinea Ecuatorial, programas como ‘Espacio ONG’ en DocumentaMadrid), e identidades políticas (San Francisco Women’s Film Festival o el Boston Jewish Film Festival).

Un ejemplo de este contraste nos lo ofrece periódicamente Cannes, que en su 63 edición centralizó toda la atención mediática sobre el escándalo del encarcelamiento del cineasta Jafar Panahi por parte del gobierno iraní. Las imágenes más retransmitidas y comentadas, fueron las de la rueda de prensa del filme de Abbas Kiarostami *Certified Copy* (2010), durante la que Kiarostami aprovechó para denunciar al régimen de Teherán y dar su apoyo al cineasta y donde se pudo ver a una desconsolada Juliette Binoche llorando tras saber que este había iniciado una huelga de hambre. Pero Juliette Binoche también acaparó más que otras actrices los focos del festival por ser la protagonista del póster oficial de la 63ª edición del festival, un montaje en el que sobre su propia imagen y con brocha en mano, la actriz dibuja con una estela brillante la firma del festival.

Si repasamos los acontecimientos más sonados de las ediciones recientes de Cannes, comprobaremos que el festival produce buena cantidad de historias que reciben un tratamiento altamente estandarizado por parte de la prensa y que encuentran una resonancia en sucesos que marcaron las ediciones anteriores. Por ejemplo, el sonado desconsuelo de Juliette Binoche ante la noticia de la huelga de hambre del cineasta Jafar Panahi en la 63ª edición del Festival de Cannes, no deja de recordar otras anécdotas memorables de ediciones anteriores de Cannes que ocuparon portadas de periódicos internacionales en su día o que marcaron la historia del festival, como la de la cancelación del certamen en 1968 por solidaridad con las revueltas estudiantiles del mayo francés. Pero también, esta anécdota casa a la perfección con la larga historia mediática del festival, que se ha escrito con los primeros planos de las celebridades protagonizando escenas simpáticas, escandalosas o desenvueltas, que acentúan esa accidentalidad a la que incluso las estrellas están sujetas en el festival: el destape de la actriz francesa Simona Silva en 1954 (que asienta un precedente en la prensa sobre los “descuidos” y “destapes” de las actrices en sus paseos por la alfombra roja) o la escenificación de la boda de George Clooney en la rueda de prensa de *Intolerable Cruelty* (Joel y Ethan Cohen, 2003), son casi una leyenda de la que se han de hacer secuelas año tras año.

### 6.3 Ritos de ida y vuelta

Si insistimos en las historias que el festival produce de manera simultánea a su celebración es porque a pesar de los esfuerzos del festival por escenificar su propia

eventualidad, la predictibilidad y la estructura casi guionizada del evento nos hacen pensar que existe un orden superior que rige el devenir del festival y que los actores, estrellas y público están llamados a interpretar. Janet Harbord (2009), que se interesa por la manera en la que los festivales de cine se apropian de esa contingencia del evento a través de una “puesta en escena” cuidadosamente, afirma:

The film festival re-appropriates the time contingency but does so within a rigid temporal structure, the short duration of the festival programme. Contingency is rooted in a ritual practice that is both known in advance, and open to the forces of change, a contingency produce by the act of staging. Each city or town hosting the event is required to invent theatre. (5)

Por su estandarización y sus protocolos, el festival de cine promete a la audiencia una experiencia familiar, pero a la vez, lo recompensa con lo imprevisible y lo inesperado del “vivo y el directo.” Sabemos que el festival se irá casi tan pronto como ha llegado; tenemos un tiempo limitado y una larga lista de películas que ver. Esta sensación de urgencia se hace patente en las salas llenas, en las largas colas al abrir las taquillas, en las calles: no hay más que salir a la calle y dar un paseo por el casco antiguo durante el Festival de Cine de San Sebastián para darse cuenta de que nos encontramos en un tiempo de fiesta, que pide ser aprovechado al máximo. Esta urgencia, contagia también a la emoción del visionado.

Para algunos autores la temporalidad limitada del evento funciona como elemento legitimador, siendo a menudo usada por las audiencias para mejorar su estatus en la comunidad de cinéfilos. Matt Hills (2010), estudia los mecanismos de legitimación que las audiencias encuentran en los eventos dedicados al cine de terror y fantástico. Para Hills, la temporalidad concreta y puntual del “en vivo y en directo” revaloriza culturalmente la práctica del asistente, que por tener acceso de primera mano a ciertas experiencias, es percibido en el círculo de aficionados al género como más experimentado, más auténtico, y en definitiva, como mejor fan (87). Esto se entenderá mejor si pensamos en lo que está simbólicamente representado en ver *Sparrows* (Rúnar Rúnarsson, 2015), ganadora de la Concha de Oro, en el Festival de San Sebastián, y no en las salas de versión original un año después. Inclusive, podríamos decir que en el caso de las premières, no sólo la experiencia del cinéfilo se ve revalorizada por su presencia en tal evento, sino que la propia película aparece revalorizada en el marco del acontecimiento que ha atraído al público especializado.

Si para la audiencia la posibilidad de formar parte de situaciones inesperadas, de ver a las estrellas en vivo y por tanto, de observarlas en situaciones imprevisibles justifica su sola presencia en el certamen, la prensa y la organización del festival se encargan de intensificar esta sensación de contingencia a través de una narrativa que pone el énfasis en la actualidad extrema del acontecimiento. En esta línea de actuación, son reveladoras las palabras con las que de José Luis Rebordinos responde a la crítica que le hace el Diario de Navarra de haber programado una sección competitiva demasiado arriesgada: “El riesgo no ha sido buscado, ha venido dado así” (Rebordinos 2015). Con estas palabras, quizás con conocimiento de causa, quizás inconscientemente, Rebordinos invoca una de las constantes de la cultura de festivales, poniendo a su favor la magia de la eventualidad, la promesa del accidente y del directo.

Así mismo, una de las funciones del festival será crear rumor en torno a toda una serie de anécdotas espontáneas a las que se dará constante cobertura mediante el testimonio de periodistas y *bloggers*, que describen también para el público del festival ese evento que *está ocurriendo* (Harbord 2009, 7). Muchos festivales retransmiten en línea actividades, ruedas de prensa o encuentros que se organizan durante el certamen. Es el caso del Festival de San Sebastián, el FICX o la Seminci que comparten sus contenidos a través de un servicio de televisión *online* al que se accede en directo desde la *web* oficial del festival. Esta iniciativa, se suma a otras más incrustadas en la rutina de los asistentes: es el caso de los periódicos o diarios oficiales del festival. Estos diarios, que cualquier viandante puede encontrar en los locales de la ciudad y en las sedes oficiales del evento, contienen entrevistas con los invitados, la agenda de proyecciones del día, críticas de los colaboradores del festival sobre de las películas que se van a proyectar ese mismo día, así como una crónica de los eventos más destacables del día anterior.

Pero para que el festival sea vivido como un tiempo que nos amenaza constantemente con terminar, tan importante como la celebración del evento es el período preparatorio de la fiesta. Daniel Dayan y Elihu Katz (1995), que han estudiado los eventos mediáticos como rituales de ida y vuelta, distinguen entre las formas televisivas de ver “festivas” (retransmisión en directo de bodas, funerales, ceremonias, los Juegos Olímpicos, etc.) y las formas televisivas de ver “rutinarias.” El estudio de Dayan y Katz nos es sumamente próximo ya que se centra en las posibilidades participativas que ofrecen la emisión de acontecimientos mediáticos. Aunque, incluso cuando retransmite acontecimientos en directo, la televisión apenas puede competir

con la experiencia presencial que ofrece el festival de cine, la televisión nos entrena con su distinción entre el tiempo festivo y el tiempo rutinario. Ser testigos de nuestra propia vida rutinaria y cotidiana, nos capacita para distinguir y disfrutar del acontecimiento. Cuando el festival de cine llega puntualmente “cada cierto tiempo,” entonces toda la experiencia se centra en su transitoriedad: primero, en la *espera*, que se recrea en el sabido regreso de lo que está por venir y después, en el propio *regreso*, que es en sí mismo motivo de celebración.

Así, la entrada y salida del festival, debe de ser constantemente recordada en el marco de la ciudad mediante cartelera, mobiliario urbano, material impreso, — encabezado siempre por las fechas de inicio y finalización del evento—, o mediante una intensiva campaña mediática de aclimatación de la que son objeto festivales como Donostia Zinemaldia o Málaga. Por poner un ejemplo de la importancia que los certámenes le dan a la anticipación, en 2012 FICX gastó 35.512 euros de los gastos totales (923.000 euros) en publicidad, incluyendo impresión y reparto de cartelera, compra de páginas de publicidad y mobiliario urbano como marquesinas.<sup>94</sup> A diferencia de los festivales que se celebran en las grandes ciudades, festivales como el FICX, Seminci, Donostia Zinemaldia, o la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián, encuentran menos dificultades sobre el terreno para planificar su puesta en escena. Por su larga tradición y por encontrarse mucho más centralizados en el espacio, estos certámenes dependen mucho más del aprendizaje de rutinas que otros festivales que se celebran en Madrid como FilMadrid o DocumentaMadrid, o en Barcelona, como L’Alternativa (Festival de Cinema Independent de Barcelona) o D’A (Festival internacional de Cinema D’Autor). Otro ejemplo de la atención que los festivales están prestando a la fase previa al evento, lo encontramos en la Semana de Cine Fantástico y de Terror, que la semana previa al certamen organiza en como Tabakalera y en el Cineclub Kresala sendas sesiones de cine de terror.

Tan importante es generar anticipación en los espectadores potenciales como conducirlos paulatinamente al espectador al fin de fiesta. En el estudio citado arriba Dayan y Katz determinan que la función esencial de la televisión es la de generar toda una serie de historias anexas que preparen al público para el acontecimiento y que después lo guíen a la normalidad mediante el recuerdo del evento. Para ilustrarlo, ponen el ejemplo de la retransmisión de la boda del Príncipe de Gales y Lady Diana,

---

<sup>94</sup> Datos facilitados por la organización del festival.

retransmitida en directo, pero también documentada antes y después por la televisión británica a través de los detalles previos de la preparación del enlace real y los que le sucedieron. La televisión genera pues, historias periféricas que rodean al acontecimiento de un vasto envoltorio textual que consume mucho más tiempo que el acontecimiento mismo y crea la sensación de que el acontecimiento sólo sirve para promover el resto del conjunto (Dayan y Katz 1995, 87).

Quizás, por la notoriedad que el FICX tiene en una ciudad de provincias costera como Gijón, este anticlímax del fin de fiesta es más sentido allí que en Madrid o Barcelona, donde los festivales de cine pasan desapercibidos y son inmediatamente relevados por otro tipo de eventos, ciclos y fiestas. Pero el festival, no sólo permanece en el recuerdo y en la esperanza de su puntual llegada sino que a menudo trabaja con las autoridades para revivir el certamen fuera del tiempo del acontecimiento. Por ejemplo, desde 2010, el Festival de cine documental de Madrid, DocumentaMadrid, tiene sede permanente en el centro Matadero Madrid (Centro Creativo Contemporáneo del Ayuntamiento de Madrid), donde se facilita el acceso del público al archivo filmico del certamen durante todo el año. En cuanto al FICX, el festival se encuentra arropado por toda una serie de actividades y ciclos que dan cuenta de la actividad frenética que la ciudad desarrolla en torno al cine a lo largo del año y que promueven el fomento de una cultura cinéfila que da la bienvenida al festival. Podemos citar el calendario de ciclos y cursos de cine organizados por el Centro de Cultura Antiguo Instituto, una de las sedes del festival, los Cines Centro, multicines situados en el casco urbano con películas en versión original, o la programación de cine independiente “Cine de estreno en Gijón-Sur” en el Centro Municipal Integrado de Pumarín Gijón-Sur, donde el festival de cine programa durante todo el año películas pertenecientes a la sección oficial de la edición anterior. A lo que hay que añadir un número importante de pequeños comercios dedicados al cine (películas, merchandising, cartelería, libros, etc.) como Toma 3, o la Librería Amarcord, dedicada al cómic y al cine. El Centro de Arte y Creación Industrial LABoral de Gijón (con sede en Laboral Ciudad de Cultura, a las afueras de la ciudad), ha venido también respaldando esta efervescencia cultural y cinéfila, mediante la programación Laboral Cineteca, y la creación de un laboratorio de guiones, de talleres de ‘alfabetización audiovisual’ o mediante la organización del ya mencionado filMO, cuyas obras premiadas son proyectadas en el FICX.

Aunque aún no nos encontremos en condiciones de , los ejemplos anteriores, demuestran que podemos establecer correspondencias entre el festival y el visible desarrollo institucional y no institucional de una cultura cinéfila que está teniendo lugar en Gijón. La presencia del festival no se restringe al tiempo del evento. Muy al contrario, parece que el certamen tuviera un “impacto cinematográfico” que se expresa en esa serie de actividades que hacen de colchón, que condicionan su llegada y que rodean el acontecimiento generando una demanda para el festival. Tomando Gijón como un caso paradigmático de ciudad que construye su vida cultural a partir de las “secuelas” dejadas por el festival, sería interesante trazar una línea de investigación en la que profundizar sobre la posibilidad de establecer una conexión entre el festival y la cultura cinematográfica de la ciudad. Si esto es así es porque los ciudadanos han sido empujados al hábito, a participar mediante la representación de una serie de gestos y de actos que hace comprender a todos que forman parte de un festival de cine.

#### 6.4 El festival entre el culto y la cultura

Hay algo que diferencia a los festivales de cine de otro tipo de eventos y festivales culturales y es que el que asiste por primera vez, conoce aproximadamente lo que allí se va a encontrar, qué gestos y protocolos son los apropiados en un festival de cine. Salvando las distancias, los festivales de cine se presentan ante los ojos del primerizo bajo formatos y hábitos muy similares. Sin necesidad de conocer a fondo las secciones bajo las que se proyectan las películas, las agendas, las jerarquías internas o las categorías premiadas; incluso sin haber preparado a fondo su visita con una lista de películas y actividades “forzosas,” el visitante novel no tendrá gran dificultad en integrarse en la dinámica del festival, que irá aprendiendo sobre la marcha. Pero también sabe que a su llegada sobre él se abrirá una interrogación. Será bienvenido como parte de un entorno exclusivo y por lo tanto restringido por unas normas que explícitamente van a insistir en marcar una diferencia respecto a otros contextos más habituales de recepción. Un festival es un lugar selecto o que al menos se caracteriza por proceder de manera selectiva a la hora de escoger las películas y a los personajes que los representan —y a los que representar—, pero también a sus sedes, a sus patrocinadores, etc. Por ejemplo, en los festivales más mediáticos hay glamour, hay mito, hay drama periodístico, pero sobre todo hay películas que aspiran a premios



como el Méliès de Oro (Sitges), a la Concha de Oro (San Sebastián), a la Espiga de Oro (Seminci), a la Biznaga de Oro (Málaga) o a la Alhambra de Oro (Cines del Sur, Granada) —por citar los premios nacionales más prestigiosos— o a cualquier otro distintivo que las identifique como películas de festivales. Es lógico que el espectador habitual piense que al igual que las películas deben cumplir con unas condiciones estrictas para entrar en el certamen, también deben existir unas pautas que limiten la presencia del público en el festival. Son estas características comunes las que nos permiten hablar de *festivales de cine* y de categorizar el consumo del cine bajo el dominio específico de una “cultura de festivales,” de lo que nos vamos a ocupar a continuación.

Cuando el antropólogo Daniel Dayan asiste al Festival de Cine de Sundance en 1997, no era un *taster* ni un espectador primerizo. Muy por el contrario, su conocimiento profundo de eventos mediáticos y su experiencia dilatada como espectador habitual de festivales, le permitieron reconocer una serie de pautas explícitas e implícitas que marcaban según él el encuentro social particular representado en un festival de cine. En su ya clásico texto *Looking for Sundance* (2000), el primer estudio etnográfico de un festival de cine del que disponemos, Dayan define el festival como un gran acto colectivo en el que las personas participantes se relacionan de acuerdo con una serie de guiones (*cultural script*) que se encuentran implícitos en el comportamiento de los allí presentes y en el contexto. Como en la vida, las actuaciones e intereses de personas (público, candidatos a premios, miembros del jurado, compradores, redactores de noticias, miembros de la organización, etc.), chocan con los intereses y los guiones de los otros: esta multitud de guiones que compiten entre sí y que tiran en direcciones opuestas es para Dayan lo que define fundamentalmente a los festivales como una construcción social (Dayan 2000, 45). Ahora bien, a pesar de ser divergentes entre sí, estos guiones orquestan un gran guión que traza la silueta del festival. Los comentarios que los distintos agentes implicados emiten en torno a los valores, los protocolos, los espacios, los públicos o las películas del festival, generan un *rumor* (*buzz*) que llena el espacio del certamen.

In a way, a film festival is mostly spent answering questions about self-definition, identity and character. This definitional activity is on the minds of all involved: organizers, jury-members, candidates, audiences, buyers and storytellers of different sorts, those who write catalogues, those who write reviews, those who script buzz, and those who write wrap-up essays. Each

party involved in the definitional process (or struggle) issues printed materials.  
(45)

Dayan llega paulatinamente a la conclusión de que más que su programación, lo que define a un festival es su “arquitectura verbal” (Dayan 2000, 45), es decir, el conjunto de escritos que verbalizan esos puntos comunes. De este modo, el festival invertiría gran cantidad de tiempo en hacerse reconocible para el público a través del material impreso: catálogos, programas de mano, críticas, diarios del festival, *flyers*, mapas o noticias en la prensa local, hacen constantemente un uso enfático de los valores y de la identidad del festival. Lo que nos interesa de las averiguaciones de Dayan es que el festival induce a su público a poner en práctica de manera explícita una serie de gestos que lo distinguen de una realidad cotidiana y común. Estas actuaciones tienen la función de confirmar el papel imprescindible que cada participante tiene en el festival, es decir, tienen una función ritual confirmatoria.

En un texto muy próximo al de Dayan, Dirk Van Extergem (2004).redacta un informe sobre el comportamiento de las audiencias del Festival Internacional de Cine Fantástico de Bruselas (BIFFF). En él advierte que este festival se desarrolla según unos ritos y actos simbólicos preestablecidos que acompañan a la audiencia dentro y fuera de los contextos de visionado y que sellan una relación especial de exclusividad propia de los participantes en un culto:

We might see the act of watching a film at the Festival as a sort of Cult, as a kind of mass (i.e.religious service), with its highly ritualistic conditions or presentation. In large measure, every film is conditioned by ritual since it takes place as a communal act, partitioned from everyday life. A film festival, as compared to a regular movie screening, is even more detached from the everyday experience: it takes place but once a year, it presents films “for the first time” and has extras such as the presence of guests (“stars”) and the creating of a more communal, more festive and, in many ways, more significant context by way of animation, presentation and the simulation of a certain “ambience.” (224)

Aunque, como veremos en nuestro análisis de la Semana de Cine Fantástico y de Terror, las conductas rituales descritas por Van Extergem en su artículo son típicas de las audiencias aficionadas al género fantástico (Van Extergem 2004, 216-17), creo que en general, todos *los festivales de cine se comportan como un ritual por las maneras en las que orienta a las personas a estar ahí, a participar y a conducirse en conjunto*

*hacia los mismos objetivos*. En su definición y morfología de las fiestas, Falassi (1987) sostiene que las fiestas se componen de unidades mínimas que dan sentido al conjunto de la ceremonia y que pueden considerarse actos simbólicos, “ritos, dado que ocurren dentro de un marco espacio temporal excepcional, y su significado se considera que va más allá de sus aspectos literales y explícitos” (4). Además, hay que puntualizar que lo que distingue al rito de otras unidades de acción es que este marca una ruta obligada de realización; es el acto a seguir según las normas establecidas por un ritual.

El rito, por marcar unos pasos que se han de repetir y determinar una estructura es también orden; un orden visible en unas etapas que deben de pasarse con rigor para alcanzar la meta, cualquiera que sea ésta: los ritos religiosos de paso a la madurez, la misa o la celebración de un juicio, serían todos ejemplos de ritos que comienzan, se desarrollan y acaban siempre de la misma manera. Para la antropología, que ha estudiado tradicionalmente los ritos de carácter sacro, el rito —del latín *rito*, *ritus*, que quiere decir, entre otras cosas, *camino*—, vendría a ser el conjunto de ceremonias y pasos rituales encaminadas a un fin religioso.<sup>95</sup> Puesto que describir el conjunto de pautas que orienta a profesionales, miembros de la prensa, invitados y público a conducirse dentro del festival supera con creces nuestra ambición, vamos a limitar nuestra descripción del festival como ritual al desarrollo del certamen durante sus días de celebración, prestando atención a algunos elementos que configuran la experiencia de las audiencias.

Para empezar, desde esta perspectiva hay que destacar todas esas unidades y partes en las que se divide el festival y que marcan el paso del tiempo y la superación de etapas: la gala de apertura, la gala de clausura, las ruedas de prensa y otros actos que generalmente tienen su lugar en la ceremonia, que dividen el festival de forma interna e indican que todo está transcurriendo de acuerdo con una planificación

---

<sup>95</sup> En cuanto al componente religioso del rito, hay que puntualizar que hoy en día estamos acostumbrados a hablar del rito, del ritual o incluso de lo sacro de una forma laica o desacralizada. Se ha escrito mucho sobre la pérdida de trascendencia de los rituales religiosos, así como de la ritualización de la conducta humana en nuestras sociedades modernas. La sociología ha tratado sobre cómo se le da a los hábitos y a las rutinas una cualidad *ritual* en tanto a que los últimos mantienen, aunque sea de forma superficial, ciertos valores de convivencia, de parentesco, de higiene, de salud, etc. Para muchos autores lo que define la forma de ser de la sociedad occidental es precisamente la tendencia a dar cada vez más relevancia a las conductas, a los actos y a las maneras, por encima de las propias creencias, ideas y valores que estas representan. Mario Perniola, explica por ejemplo, que hemos pasado de *believers* a *behaviors* (Perniola 2006, 130). Mary Douglas, preocupada por la creciente banalización por la progresiva desvinculación de las personas con el significado de los rituales, describe esta condición propia del capitalismo tardío como una actitud ‘ritualista’ que tiene la consecuencia de crear “personas ritualizadas” (Douglas 1988, 15).

estricta. Siguiendo la categorización que Falassi (1987) ofrece para las fiestas tradicionales, estos actos simbólicos que distinguen al festival de otros eventos culturales, se corresponden con algunos de los ritos típicos que forman parte del tiempo festivo (4-5):

- Ritos de competición: que en las fiestas incluyen juegos, premios y demostraciones de poder y de fuerza. Forman parte de la columna vertebral del festival de cine a través de la sección competitiva, estando muy presentes en toda simbología que el festival usa para establecer una jerarquía entre las películas candidatas: la entrega de premios, el palmarés, el jurado, pero también la retórica de la prensa local, nacional y especializada, que a menudo se centra en el prestigio de los premios y en definir el potencial de las películas de los candidatos a través de las reseñas.
- Ritos de paso: en la forma descrita por Arnold Van Gennep (1909), se celebran para marcar la transición de una etapa de la vida a otra (*status*) en la comunidad. En sintonía con la terminología de Gennep, Marijke De Valck (2007), ha contemplado los festivales como “lugares de paso” por los que transitan las películas y los profesionales acumulando valor simbólico a su camino. Pero los festivales también pueden contemplarse como ritos de paso para los miembros de la audiencia. Estos pueden incluir formas de iniciación, como las que a menudo experimentan los primerizos que asisten a festivales con un carácter más vernáculo o con una identidad muy marcada, como ocurre con los festivales de cine fantástico y de terror.
- Ritos de ostentación y exhibición: que se corresponden con esos momentos de exhibición y adoración de los objetos y personalidades que se consideran sagrados por la comunidad. El desfile de invitados (estrellas, cineastas y profesionales) y jurados por la alfombra roja con la pedida de autógrafos correspondiente, las sesiones fotográficas, las entregas de premios y las apariciones públicas de las estrellas vestidas en sus mejores galas, se sumarían a otras formas de exhibición secundarias como las exposiciones de atrezzo, memorabilia, objetos de colecciones privadas, merchandising o vestuario de películas y de usado en las películas. Por ejemplo, en 2014 el FICX realizó una exposición de trajes de época de la diseñadora de vestuario de cine Ivonne Blake por los escaparates de toda la ciudad. Este tipo de exposición son

altamente codiciadas por el público en festivales de cine fantástico y de terror.<sup>96</sup>

- Ritos de consumo ostentoso: también referidos al exceso, implican el consumo de comida y bebida que acompaña a toda festividad y que también está presente en los festivales de cine a distintos niveles. Como hemos visto, los elementos culinarios y gastronómicos se encuentran muy presentes en el Festival Internacional de Cine de San Sebastián, por estar muy ligado al turismo gastronómico y por ser una plataforma de proyección de la cultura española fuera de nuestras fronteras.

Si estas son algunas de las circunstancias que rodean el acto de asistencia a un festival, cada certamen posee sus propios actos simbólicos —por ejemplo, el ya citado levantamiento sonoro de las butacas en Cannes como expresión de disgusto ante un filme—. Pero el carácter ritual de los festivales no sólo se manifiesta en sus expresiones simbólicas sino también en el hecho de que la única forma de participar en el festival es seguir las pautas que este propone. El Jurado Joven es un buen ejemplo de cómo los festivales de cine ofrecen a sus públicos diferentes vías y caminos para intervenir en el certamen. FICX, uno de los primeros festivales que introduce esta categoría en España, ofrece a jóvenes de entre diecisiete y veinticinco años que deseen tener una experiencia del festival “desde dentro” participar en el certamen en calidad de miembros del Jurado Joven, una iniciativa a la que se suman el Festival Internacional de Cine de San Sebastián, la Seminci, y más recientemente el Festival de Cine Español de Málaga (que colabora con la Universidad de Málaga para esta categoría) y la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián. Si en el FICX hasta 2009 se entraba a formar parte de los cincuenta miembros del Jurado Joven por concurso, desde la 47<sup>a</sup> edición, el número de personas que pueden formar parte del jurado se reduce a catorce, introduciéndose un criterio de selección que le concede un perfil más selecto y exclusivo. Ser parte del Jurado Joven no sólo significa ver las

---

<sup>96</sup> En 2016 el Festival de Sitges y la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián celebraron sendas exposiciones en conmemoración del 50 aniversario de la serie Star Trek, donde se expusieron ilustraciones, memorabilia y otros objetos catalogados por el Club Star Trek España. Por estos festivales han pasado también exposiciones dedicadas a piezas originales y réplicas de títulos de culto, como la comisariada por Exposyfy en la SCFTSS y en la que se expuso atrezzo perteneciente a películas como *Terminator* (1984), *Jumanji* (1995), *Blade Runner* (1982), *Scream* (1996) o *Parque Jurásico* (1993).

películas antes que el resto del público en los pases de prensa y de acreditados (que se celebran habitualmente por las mañanas, antes de los pases para el público), sino también a las galas de inauguración y clausura y a las recepciones, en las que los miembros tendrán la oportunidad de verse con los cineastas e invitados. Pero además, ser miembro del Jurado Joven equivale a ser depositario de una responsabilidad que proporciona la categoría de jurado y que conlleva un mayor nivel de participación —entendemos que a mayor responsabilidad, siempre hay una mayor capacidad de intervención—. Esta participación, además, viene apoyada por toda una serie de requisitos que emulan el protocolo al que está sometido el jurado del festival: las reuniones, la mención de sus miembros en el catálogo del festival, la gala de entrega de premios —que entrega un miembro del jurado joven— y el palmarés.

Otros festivales cuentan cada año con un número considerable de voluntarios en su equipo, que participan en la organización con el fin de tener acreditación y obtener una experiencia desde dentro del festival como recompensa. Es más, en España, muchos festivales se esfuerzan también por abrir una vía de participación a su sección competitiva a un público menos profesional mediante la inclusión de categorías y premios para escuelas de cine. Es el caso del Festival de Cine de San Sebastián, que convoca cada año el Encuentro Internacional de Estudiantes de Cine, donde se proyectan cortos de los estudiantes y se asiste a clases magistrales impartidas por los cineastas invitados (Bertrand Bonello, Jean-Gabriel Périot, e Iván I. Tverdovsky en 2016). Es también el caso del extinto Festival de Animación de Pozuelo de Alarcón, en Madrid (Animadrid) que presentaba en sus categorías oficiales la de Competición Internacional de Escuelas de animación, o la Seminci, en la que los alumnos de último curso de la Escuela de Cine de Madrid (ECAM), estrenan sus cortometrajes. Otros festivales, consideran distintas formas de intervención de las escuelas en sus certámenes, también mediante la accesibilidad a la acreditación o incluso mediante la inclusión de alumnos entre los miembros del jurado. Sendos casos, han sido ensayados por el Festival de Cine Español de Málaga, que ofrece la Acreditación Escuelas de Cine, o el Festival Internacional de Cine de Huesca, que incluye en su Jurado un alumno representante de la Escuela de cine de Madrid (ECAM).<sup>97</sup>

---

<sup>97</sup> La relación entre festivales de cine y escuelas de cine es muy estrecha. Es habitual, que los festivales de cine soliciten a las escuelas alumnos y profesores para formar parte del jurado de su certamen.

Otro de los elementos en los que encontramos una relación estrecha entre el festival de cine y el rito festivo, es en la forma en la que el festival gestiona jerarquías entre el público a través de los métodos de participación. Un festival de cine, se organiza según un sistema de distinciones que se van a escenificar constantemente y que van a justificar que exista un sistema de acreditaciones con el que categorizar a los invitados. Por ejemplo, en muchos festivales, aunque las acreditaciones suelen estar restringidas a los profesionales del sector audiovisual, invitados y prensa, algunos festivales como el Festival Internacional de Cine de San Sebastián ofrecen pases del público, que da acceso a todas las sesiones del festival así como a fiestas y galas privadas que permite distinguir al público devoto, del público más esporádico, que compra entradas sueltas. Es común que los miembros del público luzcan con orgullo sus *lanyards* colgando del cuello con sus acreditaciones plastificadas, una distintivo que confirma para los demás el lugar que ocupan en el certamen. Normalmente, con la acreditación o por defecto, el abono, los asistentes reciben obsequios como el catálogo del festival, el libro editado para esa edición, el DVD con el *making off* del año anterior, y otras reliquias que transportan en una bolsa, que luce el logotipo del certamen y que también se ha convertido en otro de los distintivos que el público usa para presentar su posición privilegiada.

Así, llegamos a una de las grandes paradojas culturales ante las que nos pone el festival de cine: el certamen configura un evento que es accesible para todos, pero al que se accede sólo bajo unas normas implícitas y explícitas que confirman y recuerdan a los asistentes que se encuentran en un entorno exclusivo y si se quiere, excluyente. Desde el momento en el que el festival se celebra, hay que reconocer que ya se está posicionando como un lugar donde lo propio es la exclusividad. Podría decirse que en la desigualdad respecto a otros se origina la celebración festiva: de la distinción entre las capacidades participativas dentro de esa fiesta, es de donde surge la celebración del festival. Bien dicho, el acto comunitario y congregacional de celebrar con alguien, con muchos, es siempre la expresión de lo que no se celebra y de con quién no se celebra. Todo indica, por nuestras anteriores descripciones del ánimo propio de la fiesta, que su realización deba de ser excluyente.

---

Además, la comunicación entre festivales y escuelas se fomenta a través de los departamentos y oficinas de promoción que las escuelas de cine, que gestionan la difusión para los cortometrajes de los alumnos. Además, algunas crean sus propios festivales. La Oficina de Promoción de la Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de la Comunidad de Madrid (ECAM) gestiona el programa del festival Madrid en Corto, desde su creación en el año 2005.

No es raro, que quien no sepa manifestar este ánimo de la fiesta, el que no sepa “hacer la fiesta” junto a los demás, difícilmente encontrará un lugar ya no sólo dentro del cerco que establece la celebración, sino tampoco en la vida social. Podemos, de nuevo, enmarcar conceptualmente esta tendencia de la fiesta acudiendo a las teorías de lo lúdico. Huizinga ([1938] 2007) explica este carácter de exclusión/inclusión que le corresponde al juego en un elemento de asociación que une a sus participantes en una relación de exclusividad respecto de los que no participan en él y que tiende a perdurar una vez ‘acabada la diversión’: (...) el sentimiento de hallarse juntos en una situación de excepción, de separarse de los demás y de sustraerse a las normas generales, mantiene su encanto más allá de la duración de cada juego” (26).

Esto nos hace pensar una vez más que podemos encontrar en lo lúdico buenas razones para explicar la exclusividad cultural: la complicidad que se genera entre los participantes del juego que colaboran para crear un mundo idílico paralelo al de la vida cotidiana y regido por unos significados y códigos sólo manejables por ellos, no deja de parecerse formalmente a esas “comunidades interpretativas” que Janet Staiger (2000) define como esos grupos culturales formados por audiencias, aficionados o fans que aplican estrategias de interpretación similares a la hora de consumir productos culturales (23). Comunidades, en definitiva, de la diferencia, surgidas del consumo cultural y de las economías de lo simbólico. No en vano, los festivales de cine constituyen a la audiencia como una minoría social, ya sea desde una retórica de un gusto alternativo, o de las identidades marginales. El festival pone al público en una relación exclusiva con el cine no sólo a través de los protocolos y de una programación que emula al cine independiente, alternativo o no comercial. También lo hace a través de la tematización y la especialización, organizando una celebración en torno a comunidades cinéfilas cuyos gustos pueden considerarse inmorales o incluso incívicos, como ocurre en muchos festivales de cine fantástico y de terror.

Este gusto por lo minoritario y lo que tiende a buscar espacios de oposición en la esfera pública, da lugar a que algunos festivales se vean como “oasis de la resistencia” (Cueto 2009, 68), como ha calificado Roberto Cueto a la Semana de Cine Fantástico y de Terror, un festival que a pesar de la apariencia irreverente e incívica de su público, tiene una presencia contundente en la programación cultural-festiva de la ciudad de San Sebastián. Y es que, lejos de celebrarse fuera de la vida ciudadana, el festival de cine se confirma como parte de ella, como lugar propicio en el que desarrollar la vida social, es que se ofrece a las personas como un espacio en el que



estar con los otros y ocupar a la vez una posición diferente respecto a los otros. Lo que quiero decir es que el festival de cine y su celebración, sólo adquieren valor cultural y tienen sentido dentro de un fenómeno de “festivalización” que todos reconocemos en el marco de nuestra vida cultural, o simplemente con encender el televisor. Esta capacidad que tienen los festivales de dirigirse a diferentes públicos se hace incluso más patente si consideramos la condición mediática de muchos certámenes. Los medios de comunicación, sitúan a los festivales de cine como un fenómeno propio de nuestra cultura que no sólo debe de hacerse valioso para los que tienen un lugar dentro de él, sino también para los que se encuentren fuera del círculo de aficionados y de los gustos en los que se sostiene. Esos valores (el cine-arte, las celebridades, los premios, etc.) a los que se ha atribuido un carácter “sagrado” dentro de nuestra sociedad, sólo se salvaguardan en la medida en la que logran traspasar ese marco y se ponen en diálogo con lo social. Es más, este espacio de exclusividad que el festival encuentra dentro de la vida pública (gracias, en parte a esta doble retórica), hace que empecemos a pensar en los festivales de cine como eventos que regulan la relación entre lo profano y lo sagrado en la sociedad.

Parece inevitable recurrir a Émile Durkheim ([1912] 2008) y su descripción del ámbito de lo sagrado para explicar la experiencia comunitaria y de exclusividad que convocan los festivales de cine. En su estudio de la religión, Durkheim establece que cada sociedad posee sus propias creencias, símbolos y rituales sagrados que se oponen a la vida cotidiana y ordinaria, es decir, a lo profano (77-8). Para Durkheim esta tendencia a crear y a venerar ídolos que surge en las comunidades aborígenes y que es reconocible en diversas sociedades hasta nuestros días, es un indicio de que la confianza básica de una comunidad se conciben a partir del reconocimiento unánime de un mundo contiguo y paralelo a la vida cotidiana en el que la comunidad proyecta sus nuestros deseos: el mundo de lo sagrado. Así es como Durkheim propone un teoría social, o más correctamente una “teoría de la cohesión grupal” en la que la conciencia de una comunidad como tal descansa en la distinción esencial que el grupo hace entre el universo sensible y factual al que pertenece, y el de lo espiritual y lo hipotético, al que aspira. O en términos antropológicos, la cohesión del grupo se halla en la *desigualdad* básica entre el mundo de lo profano y el de lo sagrado. Una desigualdad que queda representada en la propia estructura de la comunidad. Escribe Durkheim: “hay nombres, palabras o fórmulas que no pueden ser pronunciadas, salvo por boca de personas consagradas; hay gestos o movimientos que no pueden ser ejecutados por

todo el mundo” (77-8). De este modo, la de Durkheim se corresponde con una visión concreta del mundo que nos permite percibir lo igual precisamente porque es diferente: el material simbólico que maneja una comunidad es relevante como principio de diferenciación ya que nos permite saber quiénes somos y a qué podemos aspirar. En otras palabras: el culto genera un orden, sirve para constatar que no somos iguales ante las mismas cosas.

No sorprende entonces que diversos autores hayan recorrido a las teorías antropológicas y a los rituales sagrados para explicar alguna de las manifestaciones de la vida cultural contemporánea, también, de la cultura popular y masiva. Por ejemplo, James Carey sostiene que la comunicación mediática tiene una función ritual en la medida en la que su función primordial no es tanto la de transmitir información, como hacer de gluten entre el público. En un espíritu durkhemiano Carey (1975) encuentra que la comunicación mediática, posee elementos propios de la religión ya está ligada a elementos como la comunión, la participación, la asociación y la posesión de una fe común, hasta el punto de pensar que la función primordial de los medios es “reconfigurar una cultura común” (6). Como Carey, para Nick Couldry (2003) los medios de comunicación constituyen el ámbito social por excelencia donde se ha instalado el ritual y por ello sus productos (eventos mediáticos, personalidades y programas televisivos, etc.) deben ser estudiados como actos simbólicos que salvaguardan las categorías mediáticas que han ido imponiendo una forma de narrar la vida cotidiana (el *star system*, la retransmisión del directo, o la inmediatez de la información).

Estos actos, que Couldry (2003) define como “rituales mediáticos” son “todas las acciones organizadas en torno a las categorías y las fronteras de los media y que refuerzan y ayudan a legitimar el ‘valor’ subyacente expresado en la idea de que los medios son nuestro punto de acceso a nuestro centro social” (2). Desde las prácticas de visionado televisivo hasta la forma de hablar de las personas que aparecen en los medios, estos actos simbólicos han ido imponiendo poco a poco una forma de narrar la vida cotidiana que salvaguarda ciertos elementos y sistemas que le son centrales a la industria mediática. Couldry imagina que a través de formatos televisivos como el *reality show*, los medios potencian esas fronteras ritualizadas entre el espacio de cada día y el espacio mediático, manteniendo viva la aspiración a franquear esa frontera. Puede decirse que los festivales juegan a potenciar este valor trascendental que Couldry le atribuye a los media y haciéndolo, contribuyen a mantener esa relación

jerárquica que de acuerdo con Couldry existe en nuestra sociedad entre lo que pertenece a los media y lo que no pertenece a los media (13). Es más, los festivales regulan la relación entre los medios (lo sagrado) y el público.

La posibilidad de asistir a las ruedas de prensa, de participar en mesas redondas y encuentros, y de incluso hablar con los cineastas y los profesionales (como ocurre a menudo en FICX, en la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián, en la Seminci o en el Festival de Cine de Las Palmas), demuestra que ocupar un lugar de *excepción* en el festival garantiza también tener la ilusión de que se traspasa una frontera —de forma momentánea y con motivo de la ocasión—. Sin embargo, lo que celebra esa cercanía a lo sagrado, no es ecuanimidad sino una distancia. Y es que el orden que genera el festival y su disposición de elementos mediático-sagrados (como en el culto), sirven para constatar que no somos iguales ante las mismas cosas. Desde este punto de vista, es posible constatar que los festivales son centrales en la construcción de ese “espacio ritual de los medios” que de acuerdo con Couldry (2003) “está formado en torno a una desigualdad central (la concentración histórica de poder simbólico en las instituciones mediáticas), pero al que se le da forma localmente” (13).

Cada festival gestiona esta relación con lo trascendental de forma distinta. Mientras que una de las señas más representativas del Festival de San Sebastián es ser un certamen con *glamour* y de “alfombra roja,” otros festivales como el FICX por recurrir a personalidades menos mediáticas, permiten un contacto diferente e incluso más cercano y familiar con los invitados. Esto no es sólo algo que el festival procura a través de encuentros más “íntimos” con el público, como los que celebra en el Café Dindurra todas las tardes, sino que viene dado por la localización y el entorno de las principales sedes. Quizás, porque la lluvia de noviembre lo requiere, una escena de lo más común en este festival es encontrarse compartiendo un mismo espacio con críticos cinematográficos, organizadores, invitados y locales al calor de un café o de una sidra, una bebida típica que también es protagonista en esta fiesta de cadencias otoñales. Una imagen que por otra parte, se presta bastante bien como ilustración de ese territorio común que de forma extraña facilitan los certámenes importantes en las ciudades pequeñas y de provincias.

Esa separación con las cosas cotidianas que representan los festivales de cine (siendo a la vez eventos que se han hecho cotidianos), confirma algunas de las conclusiones a las que ha llegado la antropología y la historia de las religiones sobre el carácter inseparable que existe entre lo comunitario y la religión, una tesis, que por otra

parte, toma fuerza a partir de las teorías de Durkheim. Lluís Duch (2002) sostiene que “en todos los rituales, sean convencionalmente “religiosos” o “seculares,” hay una referencia a lo *sagrado*, es decir a unos valores e ideales indisponibles en la vida cotidiana” (190). Por su parte, Falassi (1987), con gran cautela, sostiene que la separación entre las fiestas sagradas y las seculares es más teórica que práctica, ya que es común que unas incluyan elementos de las otra. Esto se debe, a que si los festivales religiosos casi siempre tienen implicaciones seculares, “las fiestas seculares casi siempre inevitablemente tienen que recurrir a la metafísica para conseguir que solemnidad y permiso oficial para sus eventos y sus patrocinadores” (2).

Otra forma de entender el culto, como relación exclusiva con el cine, es acudiendo a la idea del valor de culto que para Walter Benjamin ([1936] 2003) se opone al valor de exhibición que las obras adquieren desde que empiezan a hacerse reproducibles. Con los nuevos procedimientos que se asientan en el mundo del arte y las nuevas técnicas que facilitan por ejemplo el desarrollo de la fotografía, la obra de arte pierde para Benjamin su valor de culto en la medida en la que empieza a desvincularse de su carácter ritual, es decir, en el nuevo escenario de producción y consumo, el arte deja de situarse en el punto más alto de la jerarquía del ser y por ello, deja de ser objeto de “cuidado” (del latín *cultus*) (50-2). Al desaparecer esa relación de cuidado, de culto, que limita la exposición y el disfrute de la obra a una comunidad limitada, desaparece también el “aura” que la obra de arte tenía en el pasado cuando cumplía una función mágico-antropológica. Desde esta perspectiva, la obra artística se parecería a los objetos sagrados a los que se da culto en ser única: una visión del culto, la que se encuentra vinculada a Bourdieu y a las teorías de la creación del gusto cultural y de la diferencia. No podemos aceptar sin más esta teoría como base de las relaciones que el público tiene con el cine el festival.

Los festivales de cine son un fenómeno cultural masivo que se origina en el entorno urbano y que crece como parte de la expansión del espacio económico global y de la mercantilización de las ciudades (Wong 2011; Elsaesser 2005b; Stringer 2001). Esto nos pone ya ante la dificultad de asimilarlos al ámbito en el que se cumplen los requisitos del culto. Mientras que el acceso a la cultura tiene que ser abierto y plural teniendo solo como limitación las capacidades de uno —y en esto se basa la crítica a la cultura de masas—, la exclusividad del culto viene a ofrecerse restringida a un público selecto. ¿Podemos entonces definir el festival como una celebración que se vale (desde una economía cultural masiva) de los mismos mecanismos físicos y psicológicos de los

que se vale el culto, pero al mismo tiempo, como un tipo de evento de la industria cultural, que genera una cultura de exclusividad? ¿Podemos acaso excluir el culto de esta cultura de festivales? En este sentido, nos referimos a lo sagrado en contextos de consumo y de la cultura ya sea esta elitista o popular en el sentido que lo hace Lluís Duch (2002), es decir como “situaciones, argumentos y relaciones que tienen lugar en espacios y tiempos que se hallan en discontinuidad con el espacio y el tiempo de la vida cotidiana” (191). Una discontinuidad que puede percibirse tanto en un culto litúrgico celebrado en una iglesia, como a la alfombra roja de un festival, donde fotógrafos y público se agolpan para conseguir captar aunque sea de lejos el perfil de una estrella deslumbrada por la blancura de los flashes. Una forma de justificar la pervivencia de este universo en nuestras culturas desacralizadas y consumistas, sería quizás asumiendo una definición más matizada de lo religioso, o al menos extrayendo del concepto de la religión significados que habiendo sido anulados o absorbidos por una idea judeo-cristiana de lo religioso, permanecen funcionando en nuestra sociedad. Me refiero a expresiones vicarias de comunidad presentes en la idea de la religión civil de Jean-Jacques Rousseau ([1750] 2008). (1750), “una profesión de fe puramente civil cuyos artículos corresponde al soberano fijar, no precisamente como dogmas de religión, sino como sentimientos de sociabilidad sin los cuales es imposible ser buen ciudadano ni ser súbdito fiel” (163-4). La misma que por ejemplo está presente en la religión romana y las ideas de Cicerón en torno a la religión como todo aquello que hace de cemento o gluten y que mantiene unida a la comunidad. Ideas de religión hacia las que no suele mirarse cuando se tratan de explicar fenómenos de idolatría en la vida social y en la cultura popular, como pueden serlo mitos y ritos cotidianos que contemplamos y en los que participamos en nuestro día a día —desde maratones solidarios hasta sesiones de *sing-along* en las que toda una sala canta al unísono de *Sonrisas y lágrimas* (Robert Wise, 1965). Desde peregrinajes culturales para ver la tumba de Cervantes hasta las convenciones anime—.

Soy consciente de que estas afirmaciones siguen siendo tremendamente problemáticas si se plantean en un contexto secularizado y la capacidad productiva de los públicos en la actualidad. Por ello, la pregunta de si en nuestra cultura —la que manufactura la industria cultural— tiene cabida el valor de culto, permanece abierta, muy en especial en lo que respecta a los festivales de cine. Lo que nos importa por ahora, es que los festivales son un ejemplo excelente de cómo nuestra vida ritual se

encuentra fuertemente orientada por el cine, o más concretamente, por una gestión lúdica de los espacios para el cine.

Dicho esto, tenemos que empezar a plantear lo que esto significa para el público y sus formas de recepción. Hasta ahora, hemos visto que como Van Extergem (2004), muchos autores conciben al público del festival como un público que se comporta de forma más activa que pasiva. Si hemos tratado de definir a los espectadores de festivales como un colectivo que se presta a participar incondicionalmente y que es capaz de generar formas críticas de recepción, lo cierto es que sugerir que los festivales funcionan como fiestas y rituales compromete de forma inmediata esta visión activa del público. Si el ritual se define por sus formas de (a) gestionar la idolatría de una comunidad hacia los objetos sagrados y de (b) imponer un orden que permite reconocer ciertas jerarquías, entendemos que el público se encuentra sujeto a un contexto muy protocolario que ata sus formas de visionado a una serie de prohibiciones y prescripciones especiales llenas de etiqueta. Pensando en esto, escribe André Bazin un sugerente texto que *Cahiers du cinéma* publica en 1955 y en el que el autor compara a los festivales de cine con las órdenes religiosas (Bazin 1955). Bazin ([1955] 2009), pone en evidencia las formas rituales y casi litúrgicas con las que certámenes como Cannes vitorean su propio *cachet* y cierran su cerco a un elenco exclusivo de personalidades: “La plena participación en un festival” corrobora Bazin, “es como ser admitido provisionalmente en un convento.” Y continúa: “(...) Si una Orden es algo definido por sus reglas así como por ser inseparable de una vida de contemplación y meditación, en la que la gente se une en el santo culto a alguna realidad trascendental común, entonces el Festival es una Orden religiosa” (15).

Sin embargo, los festivales de cine son contextos que tienen lugar en la ciudad y por los que el público circula libremente, acoplándose en cada circunstancia a las normas, los ritmos y los momentos que hacen que el festival se sienta como un espacio de distinción, comprometido con normas que lo separan del afuera. Esto marca ya una diferencia esencial entre el ritual, que estipula una forma de proceder inamovible, y el juego, en el que las opciones de participación son mucho más flexibles. El juego se desenvuelve según unas normas sobre las que tenemos cierto margen de improvisación y por ello nos demanda un nivel superior de autonomía que el rito. El juego se desarrolla a medida que nosotros lo creamos. Así, cuando jugamos al ajedrez, inventamos posibilidades de acción que después ejecutamos por ejemplo, en

forma de estrategia. Jugar, es precisamente esto: crear juego (López Quintás 1997, 33). Formalmente, el juego puede parecerse mucho al rito, pero en su realización requieren procesos bien diferentes: mientras que para que un rito se reproduzca satisfactoriamente debe acatar un método, es el poder creador de los participantes lo que permite que el juego avance.

El festival de cine se impone como prioridad crear un espacio en el que todos los asistentes se involucren y con el que se comprometan a distintos niveles. Por ello, entendemos que cuando en el festival se organizan actividades para el público, o se le ofrece distintas opciones de participación, se le están proponiendo unas rutas que regulan su encuentro con las personas y con el cine (rutas que ante todo, marcan un espacio de distinción cultural), pero con cierta libertad. Estas opciones, que en muchas ocasiones el asistente al festival lleva estudiadas desde casa, le ofrecen, por ejemplo, la posibilidad de planear de antemano las proyecciones y actividades a las que quiere asistir, descargando el programa de mano de la web del festival y organizando su visita. Pero también, le brindan la posibilidad de no ser un espectador común y aspirar a intervenir más activamente en el festival, acreditándose, trabajando de voluntario, formando parte del Jurado Joven o inscribiéndose en los concursos, talleres y *masterclasses* que el festival organiza. Además, como demostraré en las formas de visionado colectivas que se dan en la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián en el punto 7, el público, a menudo encuentra vías lúdicas y “perversas” (tomando prestada la expresión de Janet Staiger) de escapar a estos modos preestablecidos de ver cine y de relacionarse con el cine que propone la cultura de festivales. Dicho esto, a continuación vamos argumentar que estas formas festivas que acabamos de examinar, son herederas de una formas de ver cine que aun habiendo sido domesticadas y silenciadas por la expansión de las salas cinematográficas y el asentamiento del cine sonoro (Hansen 1991)(Miriam Hansen), permanecen activas en muchas de las formas de consumo de cine colectivo a la que también pertenecen los festivales de cine.

## 6.5 Cuando el cine era una fiesta. Formas de recepción en la era preclásica

Generalmente, los parámetros discursivos con los que se definen las formas “ideales” de ver cine, se han imaginado en torno a la sala de cine o a contextos que emulan la sala de cine. Es decir, un grupo de personas a oscuras cautivadas por las imágenes que

sobre ellos se presentan en la pantalla. Estas narraciones sobre la relación entre el dispositivo y el espectador cinematográfico a menudo tratan esta forma de atención unidireccional como si anulara al espectador, incapaz de despegar sus ojos de la pantalla y sumido en un tipo de contemplación silenciosa, magnética e irrechazable. Aunque la historia de las audiencias cinematográficas revela que existen y han existido muchas formas de ver películas en contextos colectivos (McCulloch 2011; Boyle 2009; Klinger 2008; Staiger 2000), todavía, la mayoría de discursos que circulan en la sociedad (pero también en la industria y en el mundo académico), siguen pensando en el espectador cinematográfico como alguien disciplinado e impenetrable, y no como alguien que comenta el film con su acompañante, que come mientras ve la película, o que usa el móvil, todas ellas prácticas de las que empieza a dar cuenta el mundo académico (Svensson y Hassoun 2016; Tryon 2009, 88-9).

Por otra parte, existe el consenso de que la ficción opera en relación a unas formas determinadas de recepción. Es decir, se tiende a pensar que el tipo de cine que vemos (género, estilo), y los contextos en los que lo vemos (televisión, DVD, festival, múltiplex, sala de versión original), determina nuestras formas de recepción. Esto mismo han sugerido Tom Gunning (1986), Miriam Hansen (1991) y Timothy Corrigan (1991), para quienes en cada momento de la historia, el cine se ha caracterizado por unas formas de dirigirse al público, unas formas de exhibición y unos modos de recepción. De este modo, el cine que sigue una narrativa clásica y demanda una “mirada sostenida” (*gaze*), se opondría al cine con una narrativa espectacular que seduce al espectador sensorialmente y que por tanto se ve a base de “vistazos” (*glance*), por usar la terminología que usa Corrigan (1991). Tom Gunning es de los primeros en establecer una distinción entre el cine de atracciones, es decir, el cine que se hacía en la era preclásica y que buscaba estimular sensorialmente al público, y el cine narrativo, que marca la entrada a la modernidad. Aunque estos autores proponen cronologías sensiblemente diferentes, existe el consenso de que al entrar el cinematógrafo en el siglo XX el cine empieza a emular la narrativa más establecida de las tradiciones del melodrama, el vodevil, el guñol, el teatro o la ópera (Benet 2004, 37), y a buscar su identidad en la sala oscura, que va cambiar por completo los modos de recepción y de vivir el cine del público.

Con cierta frustración, Gunning explica cómo lo que existía como una atracción popular e itinerante en el que las películas y los trucos visuales del diorama, la linterna mágica, las fantasmagorías, el panorama o el teatro óptico, captaban esporádicamente



la atención del público (pendiente también de lo que ocurría en su entorno y de los otros espectáculos que también buscaban su atención), empieza a parecerse a un ejercicio colectivo de hipnosis en el que los espectadores se embarcan en un viaje imaginario de forma individual. Esta entrada individual y silenciosa hacia el artificio que recrean las salas de cine modernas y los primeros nickelodeones americanos ha sido objeto de numerosos análisis que han denunciado la pasividad relativa a la que la sala oscura somete a los espectadores.

Andrew Tudor (1974), aun rechazando los significados que le atribuyen al espectador formas pasivas de recepción, reconoce que esta forma de contemplación concentrada a la que favorece la intensidad de la imagen audiovisual y la comodidad de la sala, hace al espectador más susceptible al poder de mensaje de las películas. Aunque la cuestión de los procesos de decodificación audiovisual y la capacidad interpretativa del público ha sido intensamente discutida, la teoría del cine ha dedicado mucho más tiempo a construir al espectador cinematográfico como un sujeto pasivo sumido en un estado de hipnosis y con poco margen de movimiento a la hora de descifrar e interpretar el filme. En *El significante imaginario* (1977), Christian Metz describe la experiencia de ir al cine como una experiencia mítica que comienza en el momento previo a acceder a la sala y que se vive como un viaje de inmersión. Pero además Metz ([1977] 2001) sostiene que la función primordial del aparato cinematográfico es la de facilitar que el espectador se identifique con los personajes. Algo que viene dado por el punto de vista narrativo que adopta el filme, y que contribuye a que sintamos que la pantalla es una extensión de nuestra mirada:

Durante la sesión, el espectador es el faro que he dicho, duplicando al proyector que a su vez duplica a la cámara, y también es la superficie sensible, duplicando a la pantalla que a su vez duplica la cinta. Hay dos haces en la sala: el que llega a la pantalla, partiendo de la cabina de proyección (...) y el que al contrario parte de la pantalla para “depositarse” en la percepción espectral en tanto que introyectiva (sobre la retina, segunda pantalla). (65)

Para Metz el cine tiene la capacidad de hacer desaparecer su aparatología y de hacernos entrar en el juego de la credibilidad como ningún otro medio. Esta forma de identificación estimula una forma de placer voyeurista (el placer del que mira sin ser visto) que si para Metz, refuerza la ideología del capitalismo, para Laura Mulvey (1975) se corresponde con la mirada masculina-heterosexual, potenciando el ego

masculino sobre la mujer, que se convierte en objeto de satisfacción sádica en el cine narrativo.

Si estos modos de dirigirse al público han predominado hasta el presente, principalmente a través del cine clásico de Hollywood y de toda una serie de géneros que demandan el trabajo interpretativo del público (como el melodrama o el thriller), diversos autores sostienen que en la posmodernidad, el cine vuelve a acercarse a las formas estimulantes y espectaculares que tenía en su época preclásica (Gunning 1986; Hansen 1991; Corrigan 1991; Elsaesser 2006; Darley 2002). Para estos autores tanto las nuevas formas de producción cinematográfica que trabajan con el sobreestímulo emocional del público, como las experiencias asociadas a la diversidad de sus espacios de consumo, apuntan hacia una vuelta al cine de atracciones y de la barraca de feria: el cine posmoderno podría contemplarse en continuidad con las experiencias que el público tenía en el café o en el vodevil, donde el cine cohabitaba con las diversiones del pueblo bajo de las ciudades, pero también de los pueblos y las aldeas, donde las proyecciones se asociaban a la regularidad de las ferias que llegaban puntualmente a las vidas de los aldeanos (Burch 1991, 67).

A partir de las discusiones iniciadas por Gunning, Hansen y Corrigan, Andrew Darley (2002) y Thomas Elsaesser (Elsaesser 2006; 1990) encaminan la discusión hacia los paralelismos que la digitalización y las formas de recepción del cine de alto presupuesto guardan con la experiencia temprana del cine. Para Thomas Elsaesser, el impulso del cine digital y del multimedia supone una continuación a una ambición visionaria que no se puede fechar y que comienza mucho antes de las primeras manifestaciones cinematográficas. Planteando el cine digital y la digitalización como la evolución lógica dentro de la compleja historia de la visión mecánica, Elsaesser (2006) propone un nuevo estadio en el que estudiar el cine digital, rebatiendo las teorías que lo sitúa en un campo separado y discontinuo en la historia del cine: "Evidence suggests that our present preoccupation with visual magic or virtual imaging is a throwback to the beginnings of the cinema and even beyond" (14).

Darley (2002), por su parte, cree que la popularidad que los primeros experimentos cinematográficos adquieren como productores de espejismos, imágenes imposibles y mundos fantásticos, renace en las nuevas tecnologías digitales, que parecen explotar, en su manera de abordar al público, los mismos códigos del espectáculo primitivo. El cine de los orígenes, que se nutrió en los primeros tiempos

de las temáticas y los efectos prodigiosos que representaba el teatro fantástico, maravillaba al público con sus reconstrucciones de fantasmas e imaginarios virtuales, pero también con el aparataje y los inventos ingeniosos que los hacían posibles. Es precisamente la posibilidad de combinar alarmantemente imágenes fantásticas con imágenes de la realidad conocida sin llegar a revelar “su magia” la gran conquista que se le atribuye al cine digital: para Darley, el virtuosismo tecnológico es una parte esencial del espectáculo que los nuevos cines le ofrecen al público, al que asombra el *cómo se hizo* (93). Si se ha demostrado la posibilidad de estudiar la continuidad estética que existe entre el cine primitivo y la experiencia visual del espectador del cine contemporáneo ¿por qué no partir de los contextos de exhibición del primer cine para pensar en algunas de las experiencias que empiezan a emerger en el marco de la recepción del cine en los festivales?

Los festivales de cine son contextos de exhibición que pertenecen a la tradición del cine europeo, es decir, a un tipo de cine que se ha asociado al cine narrativo clásico y modernista, y por lo tanto, a formas de recepción que fomentan formas de identificación subjetiva con la narración, y en las que al espectador se le da la oportunidad de interpretar el filme y reflexionar sobre él. Thomas Elsaesser (2005b) ha escrito sobre cómo la historia del cine ha construido el cine del viejo continente como un cine antagonista a la lógica industrial del cine comercial (estrellas, valores de producción, etc.) pero también a la narrativa de Hollywood (43). Entre otros, David Bordwell ([1985] 1996) ha contribuido a fortalecer esta visión binaria de ambos cines: por un lado la película clásica de Hollywood que presenta individuos más definidos y donde la causalidad es el principio unificador, frente a un cine europeo con argumentos más descentrados, que crea lagunas en la presentación que hace el argumento y cuyos personajes poseen una psicología indeterminada (206).

Como ocurre con las teorías en torno al cine narrativo y al cine de atracciones, la polaridad entre Hollywood/Europa se ha trasladado a los modos y los contextos de recepción, de manera que a menudo se da por sentado que en los cines de versión original, de arte y ensayo y en los festivales de cine, no sólo se proyectarán películas más “narrativas” y estructuralmente complejas, sino que los espectadores adoptarán unos modos de contemplación concentrada a la altura de los retos de recepción que se les propone. Eso sin contar que en la mayor parte de los discursos sobre asistencia a festivales (populares, académicos e industriales), expresan una idea del espectador más serio, comprometido y preparado culturalmente que el espectador que asiste al

múltiplex o a un cine de verano, por sugerir dos ejemplos que tradicionalmente se han asimilado a la cultura popular masiva. Es más, se asume que un espectador que asiste a festivales, sólo ve un tipo de cine. Como demuestra Elsaesser, más allá de los miedos aún existentes a la colonización cultural y la americanización de la cultura europea, el cine producido en Europa no sólo se ha nutrido del cine norteamericano (como el cine italiano de los años cincuenta y los sesenta y la Nueva Ola de cine alemán de los años sesenta), sino que en muchos casos se ha definido en torno a él y predicado abiertamente sus virtudes (como ocurrió con Truffaut y buena parte de los cineastas de la *nouvelle vague*). Hoy en día establecer una división desde un punto de vista narrativo no sólo sería imposible, sino poco realista dados los intercambios y transferencias que se producen entre ambas industrias a nivel profesional y de producción.

Aunque de forma menos evidente, lo mismo puede decirse de los festivales de cine. Ya vimos en el punto 2 que los festivales son espacios que se sostienen sobre importantes contradicciones desde un punto de vista cultural e industrial (Harbord 2002): por un lado son escaparates internacionales de los valores supervivientes de la alta cultura, los ideales cinéfilos y la narrativa clásica; por otro, son espacios donde se toman importantes decisiones a nivel industrial, además de ser grandes fábricas de estrellas, de glamour y de historias mediáticas. A partir de los años setenta, con la creciente incorporación del cine al campo de la cultura popular (Pujol 2011, 42), se produce también una diversificación del panorama de festivales de cine, que incluyen en sus programaciones películas que no encajan en los cánones artísticos y culturales de la cinefilia. Me refiero tanto a la proliferación de festivales que responden temáticamente a cuestiones de identidad (como el San Francisco Gay and Lesbian Festival, creado en 1977) como a la aparición de festivales con una temática de género, concretamente, los festivales de cine de terror y fantástico. Lo que nos interesa de estos festivales es que además de romper con ciertos prejuicios culturales falsamente asociados al cine de festivales, empiezan a involucrar al público de una manera diferente. Por ejemplo, algunos han comparado los festivales de cine gay y lésbico con auténticos carnavales que se viven más como una gran fiesta que como una muestra erudita de cine (Zielinski 2012; Siegel 1997). Una experiencia que resulta incluso más pronunciada en muchos festivales de cine de terror y fantástico (como los veteranos Festival Internacional de Cine Fantástico de Bruselas (BIFFF) o la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián) donde la actitud irreverente e indisciplinada

del público ha asentado modos de recepción que se alejan del todo de las formas “legítimas” de visionado que funcionan en los festivales de cine. Es entonces, cuando se empieza a hablar de los festivales como fiestas y rituales, y como espacios que más allá de cumplir un papel en la distribución sirven para la recreación del público. Dicho esto, creo que podemos empezar a sugerir que no existe un “espectador modelo” de festivales de cine y que en algunos casos, el universo híbrido que recrean los festivales puede leerse en continuidad con el periodo preclásico y más festivo del cine, cuando aún era indistinguible de otras fórmulas populares de entretenimiento.

Como han observado diversos autores dedicados al estudio de las formas de recepción del cine primitivo, la experiencia de recepción del espectáculo cinematográfico de los primeros años era bastante diferente al que conocemos hoy. Vicente Benet (2004), describe el ambiente que reinaba en las proyecciones antes de que, ya entrado el siglo XX, la cortina tapara la pantalla y el espectador se sumiera en la oscuridad. Antes de 1900, ni las películas ni los espacios de exhibición estaban pensados para atraer la mirada atenta e individualizada del espectador; al contrario, los espacios y las situaciones en las que se veían películas se caracterizaban más bien por ser lugares improvisados, a los que la gente iba a distraerse, socializarse y entablar conversación con los demás. Por tratarse de una tecnología tan incipiente, el cine, no estaba aún asociado con lugares de exhibición concretos y compartía local con otros espectáculos de carácter popular: la barraca de feria, el vodevil, los cafés, el teatro, el circo, o incluso salas improvisadas en las que la pantalla y el proyector quedaban a la vista de los espectadores, que a menudo, interactuaban con el proyeccionista haciéndole todo tipo de peticiones.<sup>98</sup> De las crónicas de las que disponemos sobre las primeras proyecciones del cinematógrafo en Madrid el 15 de mayo de 1896, sabemos que las sesiones, apenas duraban quince minutos, que se exhibían películas sin asunto y de aspecto documental (un tren llegando a la estación, una ventana abierta sobre el mar) y que el público, además de mostrar su asombro ante las imágenes, se quejaba de la vibración luminosa de las proyecciones (Amorós 1991, 189-90). En este tipo de contextos, es comprensible que las películas no fueran lo único que las personas acudían a ver, sino toda la aparatología asombrosa que las rodeaba. Es más, Mark

---

<sup>98</sup> Vicente Amorós cuenta en su libro *Luces de Candilejas* (1991), del Gran Circo de Parish en Madrid (hoy, Circo Price), que en 1899 introduce como número dentro de su programa una breve sesión de cine (192).

Jancovick y Lucy (2008) Faire sostienen que en esta época el consumo de cine no existía como un objeto de consumo unificado, sino que se trata de un periodo de fluidez en el que el significado del consumo de cine dependía menos de la película como texto que de la localización en la que se consumía (37).<sup>99</sup>

No sólo los ruidos y las dificultades técnicas con las que se veía el proyccionista dificultaban la sensación de inmersión que caracteriza al espectáculo cinematográfico en la actualidad, sino que el propio ambiente de la sala, más atento en ocasiones a lo que ocurría a su alrededor que a la propia película, disipaba toda atención de las películas. En uno de los pocos libros que habla de la recepción cultural del público en la era preclásica fuera de los Estados Unidos, Yuri Tsivian (1998) documenta algunas de las primeras memorias que se conservan de las primeras proyecciones en Odessa (Rusia), en las que se narra cómo los jóvenes y niños mascaban sonoramente y se tiraban comida unos a otros (16). El cine era un espectáculo móvil, itinerante, que llegaba allí donde había personas dispuestas a pagar una entrada, que a menudo, cobraba el mismo técnico (y también pequeño empresario de ese teatro de ilusiones) que manejaba el proyector. Aunque el ruido y las distracciones pronto dejan de formar parte de la exhibición cinematográfica al trasladarse el espectáculo del cine a los nickelodeones (a partir de 1905 en los Estados Unidos) y a los teatros en Europa, existe constancia de que el público, a menudo prestaba más atención a lo que ocurría dentro del propio espacio cavernoso de la sala que a la película. Tsivian cuenta cómo en los primeros teatros dedicados al cinematógrafo en Moscú las personas pasaban miedo y vivían con inquietud y asombro aquélla penumbra en la que el público quedaba semi-iluminado por las lámparas de éter (18).

Buena parte de la literatura relativa a los primeros espectáculos del cine tienden a romantizar las formas de recepción indomesticadas que predominaban en los contextos del cine preclásico y de atracciones. Por ejemplo, Gunning (1986) escribe sobre cómo muchos intelectuales de la clase media vieron en estos primeros contextos de exhibición un gran potencial como espacios desde los que perturbar la cultura burguesa. El propio Amorós (1991) narra cómo el cine era mirado con desdén por parte de los intelectuales españoles de la época que cuando no mostraban indiferencia

---

<sup>99</sup> A lo que hay que añadir que Jancovich y Faire se refiere ante todo al consumo de cine en las ciudades de Estados Unidos, principalmente Nueva York y Chicago.

por el nuevo invento, mostraban preocupación por otros géneros como el teatro de variedades y el género chico, que empezaba a verse en desventaja ante el abaratamiento del espectáculo cinematográfico (191). Existen razones para pensar que estos espacios en los que se consumía cine en la era preclásica eran reductos para las clases populares donde se desarrollaban formas de ver y de relacionarse supuestamente opuestas a las que predominaban en los espectáculos y los gustos de la clase burguesa. Sin embargo en muchos casos esta norma no siempre se cumplía. Muestra de ello es que el cine llegó a asentarse como forma de exhibición en las zonas dedicadas a ferias en las ciudades de Europa (Jancovich y Faire 2008, 43-4). Estos espacios feriales eran espacios públicos que habían sido restaurados en el siglo XIX y en los que hombres y mujeres de diferentes clases se mezclaban sin demasiada preocupación. No obstante, cuando el cine se ubica ya como espectáculo independiente en los teatros, esta suerte de democracia que reinaba en los espacios públicos desaparece. John Hanningan (1998), por ejemplo, explica cómo los propios teatros tenían dificultades para atraer a la burguesía que entonces e incluso a las clases medias, que tenían reparos en mezclarse con el pueblo llano en el mismo patio de butacas (18). Como resultado, los teatros terminan por diseñar su interior para redistribuir a la audiencia por clases y atraer así a diferentes sectores de la comunidad al espectáculo del cinematógrafo (Jancovich y Faire 2008, 58).

Por lo general, la historia de la recepción cinematográfica en espacios públicos reconoce que el comportamiento más indomesticado de las audiencias del cine preclásico se controla tan pronto como estas empiezan a ver películas en los teatros. Algo que contrasta de manera llamativa las formas de recepción que las audiencias teatrales exhiben a lo largo del siglo XIX. Janet Staiger (2000), por ejemplo, comenta que sólo hasta hace poco ha empezado a reconocerse la variedad de formas de recepción en las que participaban diferentes clases en los espectáculos teatrales, lo que hace difícil desasociar la cultura popular de la cultura de las élites en el caso del teatro (24). En un estudio de gran interés en torno al nacimiento del modelo binario de la alta y la baja cultura en los Estados Unidos, el historiador Lawrence Levine (1994), narra cómo incluso la ópera en Nueva York era un contexto de auténtica catarsis para las clases altas que a menudo interrumpían y gritaban bromas de mal gusto a los cantantes impidiendo en muchos casos el desarrollo de la actuación (180). No tenemos aquí espacio para atender a la amplitud de manifestaciones que nos hablan del papel activo que las audiencias teatrales en la Europa de los siglos XVII y XVIII, ya fueran

plebeyos o privilegiados. Richard Butsch (2000) comenta cómo en el teatro isabelino la intervención directa de los miembros de la corte, de los *dandys* y de otros personajes de la aristocracia durante la obra era un ritual obligado que permitía a los privilegiados mostrar su poder al resto de clases, que también participaban tirando comida a los actores, gritando, bromeando, enzarzándose en peleas, o bromeando a los propios miembros de la corte que subían al escenario (4-5). Esta tradición se mantiene en Europa hasta el siglo XVIII, y posteriormente se importará a los Estados Unidos, donde la costumbre del público activo se mantendrá viva hasta poco después de la Guerra Civil en torno a 1860 (a diferencia del Europa, donde la audiencia teatral empieza a domesticarse antes).

El trabajo de Richard Butsch (2000) es especialmente enriquecedor en lo que respecta a la peculiar atmósfera que ambientaba los espectáculos teatrales en la Norteamérica de la primera mitad del siglo XIX, donde la clase obrera mostraba un mayor compromiso e interés a través de su participación que las clases dominantes, que iban al teatro no tanto para *ver* como para *dejarse ver*. Butsch narra cómo los hombres jóvenes de la clase obrera (*b'hoys*) eran habituales en los teatros, conocían bien las obras de Shakespeare y tenían un trato familiar con los de actores las compañías residentes a quienes martirizaban durante toda la obra con gritos y bromas privadas que terminaban siendo también familiares entre el público (58). De acuerdo con Butsch, “la familiaridad que estos jóvenes tenían con el teatro los legitimaba como ‘propietarios’ del teatro que era *su* lugar, y legitimaba su derecho a ejercer una soberanía sobre las actuaciones” (58-9). Además, los actores, acostumbrados a las intervenciones de la clase obrera incorporaban su participación a las actuaciones, fomentando la popularidad de algunos personajes del público y promoviendo estas formas activas de ir al teatro entre diferentes clases. Sin ánimo de definir estas formas de recepción teatral como experiencias de resistencia respecto a la clase dominante (tengamos en cuenta que los *b'hoys* buscaban ante todo, el reconocimiento en la sociedad urbana), este tipo de manifestaciones nos hablan de cómo ciertas formas espectatoriales que usaban la parodia, el humor y elementos de la fiesta popular, funcionaron como vías de supervivencia de la clase obrera en un contexto cultural que a partir la Guerra Civil empezaba a definirse en favor de la clase burguesa y de su superioridad moral (véase Levine 1994). Si los festivales de cine se consideran espacios *cultos* que aun siendo para todos, requieren una mirada experta y unas formas de recepción especializadas, las prácticas descritas arriba nos ofrecen un contexto



interesante desde el que empezar a pensar en algunos contextos especialmente endogámicos en los que hoy se consume cine y que analizaremos en el punto 7 de esta tesis. Por otro lado, parece justo reconocer que el teatro, por tratarse de una forma representacional en la que el espacio de la ficción convive con el tiempo real, se presta más que el cine a este tipo de interacción. Si en el cine, la comunicación es necesariamente unidireccional, en el teatro, se puede esperar que la conducta del público tenga un efecto sobre los actores, que pueden variar la intensidad de su interpretación en función de las reacciones que perciban del patio de butacas.

Más allá de definir lo festivo en el marco de las expresiones catárticas que funcionan como actos de resistencia respecto a ciertas ideologías dominantes, quiero llamar la atención sobre el residuo espectacular y más comunitario que acompaña al cine desde sus orígenes y que de algún modo, los festivales de cine están ordenados a perpetuar y a conmemorar. Sin ir más lejos, los festivales de cine recuperan una tradición que identificamos en las manifestaciones más tempranas del cinematógrafo: la de presentarse como un fenómeno eventual y esperado en la vida cotidiana de los ciudadanos. A este respecto, parece significativo que las primeras proyecciones de cine en Madrid se programaran para coincidir con las fiestas de San Isidro el 15 de mayo de 1896. A continuación vamos a examinar hasta qué punto esta tradición está siendo clave en la proliferación del cine de eventos y de toda una serie de fórmulas de exhibición que la formación de comunidades interpretativas y en el desarrollo de unas formas de recepción cinematográfica que invitan al público a vivir el cine como una fiesta.

## 6.6 La “eventualización” del cine

Las formas de visionado que hemos descrito más arriba casan no sólo con el festival que nos disponemos a examinar en el capítulo que sigue, sino también con toda una serie de formatos de exhibición cinematográfica que han emergido en España y en el resto de Europa en los últimos tres años. De un tiempo para acá, a la oferta habitual de estrenos que permanecen en cartel durante unas semanas se han sumado sesiones que promueven formas de visionado y de estar en la sala que rompen con los protocolos a los que estamos habituados. En estos países, en lugar de permanecer en silencio e impasibles a las narraciones que se nos presentan en pantalla, se espera de nosotros que hagamos ruido, que demos nuestra opinión, que usemos nuestros móviles, que

cantemos, que bailemos y que nos involucremos una toda una serie de actividades que nos quitan de tomar una posición contemplativa y silenciosa.

Proyecciones con karaoke en las que el público canta las pistas musicales del filme; cine con servicio de bar en la misma sala; intervenciones tecnológicas en las que el público puede participar a través de aplicaciones móviles; sesiones de cine con música en directo;<sup>100</sup> proyecciones en espacio improvisados (cine “*pop-up*” al aire libre o en espacios “ocultos” como fábricas abandonadas y antiguos almacenes); sesiones amenizadas por actuaciones dramáticas en directo y espectáculos; proyecciones “secretas” en las que se lleva al público hasta el lugar de proyección donde se desvela la incógnita (en las que se ha especializado la compañía británica Secret Cinema);<sup>101</sup> proyecciones en las que se fomentan formas catárticas de visionado (en los que el público reacciona a lo que ocurre en la pantalla con comentarios improvisados —*shout-a-longs*—, o citando los diálogos del filme en voz alta —*quote-a-longs*—); o sesiones que explotan la fase más inmersiva del cine a través de las nuevas tecnologías como el 3D y el 4D o los formatos de exhibición panorámica (como las proyecciones en 70mm que ofrece la sala Phemomena en Barcelona). Todas estas propuestas que escapan a las concepciones cotidianas de ver una película junto a los demás en una sala, abren una serie de preguntas sobre cómo se está transformando la experiencia filmica en el espacio público.<sup>102</sup> Con ello en mente, vamos a contemplar el cine como

---

<sup>100</sup> Desde intervenciones de grupos musicales que tocan la banda sonora del film en vivo, hasta grandes intervenciones orquestales. Podemos citar los tres pases que Cineteca organizó en septiembre de 2015 del filme de Jonás Trueba *Los exiliados románticos* seguido de la actuación de TULSA, creadores de la banda sonora del filme. Secret Cinema, ha organizado proyecciones orquestadas en directo de *Regreso al Futuro* (1985) y *El Padrino* (1972) el 5 de julio de 2015 y el 23 de noviembre de 2015 respectivamente.

<sup>101</sup> Secret Cinema es la compañía más grande en el mundo dedicada al cine evento y la que más ha facturado hasta ahora con sus proyecciones “secretas” acompañadas de espectáculos en vivo tanto de clásicos de culto —*El Club de los Poetas Muertos* (1989), *Blade Runner* (1982), *La Guerra de las Galaxias: El imperio contraataca* (1980), como de estrenos (*Paranoid Park* (2007), *El Gran Hotel Budapest* (2014)— son algunas de las películas que la empresa organizó entre 2007 y 2015. La gran expectación creada en torno a las proyecciones se debe a que la empresa nunca revela el título del filme hasta el momento de la proyección. Para orientar al público, la empresa ofrece algunas pistas temáticas a través de su web antes de que las entradas salgan a la venta.

<sup>102</sup> Buen ejemplo de ese cine basado en la sensación y en los elementos sensoriales simultáneos a la proyección es el llamado *edible cinema* o ‘cine comestible’. La Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián, organizó en 2014 una sesión de ‘cine comestible’ con *Monster Chef* (2014), un cortometraje realizado por el *videoblogger* y miembro del público Axel Casas, en colaboración con el restaurante donostiarra A fuego Negro. Durante la sesión, se retaba al público a degustar una serie de aperitivos durante visionado de escenas escatológicas y sanguinarias.

un proceso cultural en el que se establece una continuidad con formas de recepción festivas que han existido desde el cine primitivo (ya sea como explotación espectacular de la imagen cinematográfica, o como parte del contexto periférico y de marketing que rodea el visionado, como ocurre por ejemplo en el vodevil y el cine de atracciones).

Si estas formas más “participativas” de ver cine están asociadas desde hace décadas a contextos de recepción más minoritarios y “cultistas” (como las llamadas *Midnight Movies*, o las proyecciones catárticas del filme musical *The Rocky Horror Picture Show* (Jim Sharman, 1976)), sólo recientemente estas sesiones han encontrado un hueco entre un público mayoritario gracias a toda una serie de organizaciones y de empresas entregadas al diseño del cine de eventos (*event-led cinema*) (Atkinson y Kennedy 2016). Secret Cinema, Sneaky Experience, Luna Cinema, Floating Cinema, Rooftop Film Club, son algunas de las empresas que están protagonizando el despegue de esta industria incipiente en Reino Unido y cuyo antecedente más inmediato son las proyecciones de grandes eventos culturales y deportivos (óperas, partidos de fútbol, obras de teatro, danza), un formato que lleva mucho más tiempo siendo objeto de estudio académico (Barker 2013). La expansión de este modelo industrial basado en la proyección de eventos ha empezado a ser documentada por instituciones como el Arts Council del British Film Institute (BFI), que en julio de 2016 publicaba un informe sobre el crecimiento económico que este sector está suponiendo en la emergente economía del cine-evento en el país anglosajón (Tuck y Abrahams 2015). Otro informe realizado por la Event Cinema Association (ECA), estima que las proyecciones de eventos facturarán en 2017 un billón de dólares.<sup>103</sup>

El futuro parece también próspero para el sector español, donde el cine experiencial ya forma parte de la agenda cultural de las grandes ciudades como Madrid y Barcelona. Phenomena ha sido la primera empresa en trasladar las prácticas típicas de los contextos de cine de culto y de reestreno (intervenciones espontáneas del público, aplausos a deshora, gritos, etc.) al gran público en España. En palabras de su creador Nacho Cerdà, cuando inició Phenomena pretendía “recuperar dos cosas. Por un lado, las películas que forman parte de nuestra cultura cinematográfica y cinéfila, y por el otro, hacer todo esto en un entorno más adecuado y más parecido al de la sala de

---

<sup>103</sup> Event Cinema Association. “Rise of and Industry.” Accedido 7 de octubre, 2016. <http://www.eventcinemaassociation.org/annualreview/2013/Intro.html>.

cine “de antes.” Quería darle un punto de espectacularidad al ritual social.”<sup>104</sup> Phenomena ha pasado de programar sesiones esporádicas de producciones de los años ochenta, a abrir una sala en el centro de Barcelona en el año 2014. Además de recuperar la emoción de asistir al cine (según él, perdida en el consumo online, el DVD y a otras tecnologías del consumo privado de audiovisual) Cerdà proclama con este proyecto la posibilidad de mejorar la experiencia inmersiva del espectador en la sala de cine, usando las últimas tecnologías en imagen y sonido en sala y recuperando las proyecciones en gran formato (35mm y 70mm). No en vano, Phenomena, se presenta en su página web como “un cine como los de antes y dotado de la última tecnología.”<sup>105</sup>

Alentados por el éxito de Phenomena y por la resurrección nostálgica de un interés por el cine y las formas de ver “de antes,” diferentes eventos se han ido haciendo un hueco en ciudades que ya cuentan con una oferta cinematográfica abundante. Siguiendo la fórmula del cine de reestreno y el pase único, en Madrid surgen propuestas como Cibeles de Cine (Madrid, 2014–), una sala de cine improvisada en la Galería de Cristal en el emblemático Palacio de Cibeles que de acuerdo con su creador, Jesús Mateos, pretender ser “una alternativa a los cines de verano” (citado en González Rueda 2015).<sup>106</sup> Entre julio y septiembre Cine Cibeles combina la posibilidad de ver películas de culto, cine clásico y de cine independiente —*La Princesa Prometida* (1987), *Dentro del laberinto* (1986), *Historias de Filadelfia* (1940), *Akira* (1988) o *Persépolis* (2007), fueron algunas las películas proyectadas en verano de 2016— en un lugar pintoresco y emblemático de la ciudad, con photocall del público, sesiones de maquillaje, karaoke, café-bar, *videomapping* (como el realizado durante un homenaje a David Bowie en septiembre de 2016) o incluso clases de Swing. Si Cibeles de Cine cubre en Madrid la temporada de verano, Voodoo Cult Horror Movies Club (2016-), inicia la temporada otoñal en los Cines Palafox con

---

<sup>104</sup> “Inauguración de la Sala Phenomena, hablamos con Nacho Cerdà,” *El Séptimo Arte*, 24 de diciembre, 2014, <http://www.elseptimoarte.net/noticias/entrevistas/inauguracion-de-la-sala-phenomena-hablamos-con-nacho-cerda-22623.html>.

<sup>105</sup> “La sala,” Phenomena Experience, accedido 8 de octubre, 2016, <http://www.phenomena-experience.com/sala.html>.

<sup>106</sup> Ana González, “Cibeles como una propuesta distinta de cine de verano,” *El Mundo*, 9 de julio de 2015, <http://www.elmundo.es/madrid/2015/07/08/559d4b60268e3ee0428b4591.html>.

sesiones de cine de terror en las que se invita al público a tomar una copa antes de la sesiones a expresarse de forma catártica en la sala.

No es de extrañar que otra de las ciudades que presenta un oferta considerable de eventos cinematográficos sea San Sebastián, que además de sus numerosos festivales, semanas, muestras y ciclos (a los que se suma en 2015 el Centro Internacional de Cultura Contemporánea Tabakalera), celebra desde 2014 Bang Bang Zinema, sesiones mensuales que explotan también la demanda por el formato del cine clásico de los años 80 y que se ha convertido en una suerte de secuela (y de precuela) a la veterana Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián: estas sesiones no sólo comparten público y espacio con la Semana (el Teatro Principal en el casco antiguo de la ciudad), sino que presentan el mismo espíritu participativo y “gamberro” provocado por la propia audiencia que ameniza las sesiones con gritos y bromas que recurren en muchas ocasiones al repertorio habitual del certamen. Finalmente, hay que mencionar la apertura de pequeñas salas dedicadas al cine de reestreno y pases únicos como Artistic Metropól (Madrid 2012–), que además de ofrecer talleres y encuentros con cineastas y profesionales de la industria se ha especializado en pases participativos de filmes de fantástico y de terror. En la misma línea, *Trash entre amigos* (co-creación del cineasta Nacho Vigalondo, y los críticos Rubén Lardín, Rubén Minchinela y David ausente, todos ellos vinculados al mundo del fanzine y del cine fantástico y de terror en España) propone proyecciones itinerantes de cine de serie B y Z, comentadas en clave humor por sus propios creadores en directo. A estas iniciativas se suman los formatos como el *sing-along* y el *quote-a-long* que desde hace un tiempo forman parte de la oferta cinematográfica en salas siguiendo la tendencia cada vez más común de programar pases únicos, por ejemplo, en los Cines Renoir de Madrid y Barcelona. El éxito que estos eventos están teniendo en España entre el público pone en evidencia la necesidad de empezar a prestar más atención a los espacios en los que se consumen películas de forma colectiva en un momento en el que el cine ha dejado de ser una actividad exclusiva del *espectador* y empieza a ser dominio del *usuario*.<sup>107</sup> Si digo esto es porque existe un consenso entre la prensa y los propios organizadores de que estas sesiones no sólo son necesarias, sino que son experiencias que el público demanda

---

<sup>107</sup> Según el diario la vanguardia entre el 14 de julio y el 31 de agosto de 2016, 20000 personas habían asistido en Cibeles de Cine a un total de 14 sesiones.  
<http://www.lavanguardia.com/local/madrid/20160830/404290900933/el-cine-de-cibeles-acaba-el-8-de-septiembre-con-un-homenaje-a-david-bowie.html>

desde que el cine es accesible a través de Internet, e ir a las salas ha dejado de ser un requisito para ver cine de estreno. Prueba de ello son los términos en los Nacho Cerdà y Alfonso López, co-creador de Bang Bang Zienma, narran el origen de sus proyectos:

Fue en verano de 2010. Pensé “es muy grave que no vaya al cine.” Veía las películas en DVD pero no iba a las salas. Se me ocurrió que sería genial volver a disfrutar de las películas en pantalla grande y que, tal vez, habría más gente como yo a la que le apeteciese hacer lo mismo.<sup>108</sup>

Con Bang Bang queremos recuperar el espíritu de las sesiones de cine dobles de nuestra infancia, de ese cine festivo y sin ninguna pretensión más que disfrutar de la experiencia de ir al cine con más gente. (López, entrevista personal, 2015)

Por su parte, el co-creador de *Trash entre amigos* Rubén Lardín, explica la creciente demanda y popularidad de lo que venimos llamando el cine experiencial:

Yo creo que estas sesiones-evento funcionan ahora mejor nunca porque la gente quiere recuperar la sensación de comunión de ir al cine. Estar ahí en una sala llena de gente. Lo que me interesa de las películas que ves con gente en una sala es que se fijan en la memoria. (Lardín, entrevista personal, 2016)

De las palabras de los organizadores podemos extraer algunas conclusiones acerca del tipo de discursos que están promocionando el cine de eventos entre la opinión pública. Por un lado, Phenomena o Bang Bang Zinema, se presentan como experiencias que pretenden cubrir un vacío dejado por Internet y las nuevas tecnologías de la imagen. Para ellos, la experiencia de ver un DVD en casa no sólo no es equiparable a la emoción colectiva de verla en la sala de cine llena, sino que comporta una experiencia que por consenso, es menos auténtica y trascendental que el “acto ritual” de compartir el visionado con otros. Por ello, esta experiencia perdida debe ser invocada en la actualidad a través de recuperación nostálgica del pasado. La reverencia que estos organizadores le hacen al celuloide, al 35mm, al cine de los años ochenta, y al acto colectivo de ver una película en una sala llena, no deja de reproducir ciertos mecanismos psicológicos que son propios del culto como una forma de posicionarnos en la cultura. Ya vimos que todo ritual se activa a través de un sentimiento de nostalgia

---

<sup>108</sup> Andrea Bermejo, “Nacho Cerdà: “Phenomena es el concierto del cine,” *Cinemanía*, 10 marzo, 2013, <http://www.cinemanía.es/noticias/nacho-cerda-phenomena-es-el-concierto-del-cine>.

en la medida en la que impone “la necesidad de retornar ritualmente a los orígenes, a aquella situación (...) en la que todo era puro e incontaminado” (Duch 2002, 96).

Esta suerte de reestablecimiento de la unidad perdida que los organizadores de eventos citados invocan cuando hablan de recuperar la perfección original del cine, confirma el carácter festivo y ritual que en algunos contextos el cine tiene en nuestra sociedad. Roger D. Abrahams (1987), sostiene en este sentido que “tanto las ferias como las fiestas operan en la zona de la nostalgia ya que son recordatorios de una vida en una economía y una tecnología más simples, cuando los individuos se valían por sí mismos” (181). Pero además la nostalgia, se presenta en estos visionados como una forma de activar el visionado colectivo. No es solo que el propio hecho de asistir a una sala se presente como una práctica más auténtica en la medida que se encuentra más próxima a un momento original imaginario (un momento en el que las tecnologías de la comunicación y la imagen no formaban parte de nuestra relación cotidiana con el cine), sino que el propio repertorio de películas que estos eventos proyectan —*Los Gremlins* (1984), *Tiburón* (1975), *Alien* (1979), *Regreso al futuro* (1985), *Grease* (1978), *Los Goonies* (1985)—, invocan toda una serie de emociones compartidas por el público que remiten al pasado personal y a las primeras experiencias de visionado de una generación que hoy se encuentra en la franja de edad ente los treinta y los cincuenta años.

Richard McCulloch y Virginia Crisp (2016), han demostrado en su estudio de las audiencias de los cines Prince Charles en Londres, que el público invoca en estos visionados sensaciones que ellos identifican con la experiencia afectiva (y romantizada) de ver películas cuando eran niños (204-5).

Si Cerdà, López y Lardín visualizan sus propuestas como fórmulas que le permiten al espectador comulgar con formas más auténticas de visionado en la medida en la que resucitan placeres intrínsecos a la experiencia cinematográfica originaria (a través del celuloide, del telón, del comentario, del ritual catártico), Jesús Mateos posiciona su evento Cibeles de Cine como una “alternativa” al múltiplex o a experiencia cotidiana de ver una película en una sala oscura y en silencio. Experiencia que él mismo tacha de ser poco apetecible para el público actual: “Al público le gusta ir al cine, pero quizá lo de meterse en una sala oscura durante dos horas ya no apetezca tanto” (citado en González Rueda 2015). De forma similar, el fundador de Secret Cinema, Fabien Riggall, explica que su evento busca satisfacer a un público que demanda experiencias cinematográficas “diferentes” a las ya existentes:

The more we become [physically] disconnected, with the Internet and social media, the more people want to share experiences. The multiplex is not dead, it's a great business model, but some people want a different cinema experience. They want to be challenged, they want to be inspired, they want a reason to connect. (Riggall citado en Gant 2010)

Lo que nos interesa de los comentarios de Mateos y de Riggall, es que presentan una serie de presunciones en torno a la experiencia del consumidor de cine que desde mi punto de vista resultan problemáticas. En primer lugar, ambos concluyen que ver cine en la oscuridad, no sólo es algo de lo que el público se ha cansado, sino que se ha convertido en una forma obsoleta de ver películas. Es decir, deducen que las audiencias que se involucran en formas más festivas de visionado lo hacen porque han perdido el interés por el cine en la sala oscura, o por ver películas en solitario, en el salón de su casa o en su habitación. Estas afirmaciones chocan con averiguaciones recientes sobre la valoración que diferentes audiencias hacen de su experiencia en las salas y del placer que obtienen viendo una película en silencio (McCulloch y Crisp 2016; Barker 2013; Barker 2012).

En segundo lugar, ambos organizadores no sólo establecen una relación jerárquica entre el cine experiencial y las formas más “convencionales” de ver cine en salas (que Riggall asocia con el múltiplex), sino que dan por sentado que en estas últimas los espectadores asumen una posición pasiva y mucho menos comunitaria que el tipo de experiencias que sus eventos ofrecen. Además, al confirmar que “algunas audiencias” buscan experiencias cinematográficas que “las inspire,” Riggall establece una distinción de estatus entre las audiencias que se contentan con formas de recepción más convencionales, y las audiencias de Secret Cinema, capaces de confrontar experiencias cinematográficas nuevas que las estimulen intelectualmente. Aunque Mateos y Riggall promocionan formas de visionado que parecen distanciarse de la rectitud típica de los contextos cinéfilos, al posicionar sus eventos como lugares pensados para un público diferente, arriesgado y más preparado, están recurriendo a toda una serie de postulados que son propios de la caracterización conservadora de la cinefilia. Es decir, ambos, apoyan su discurso en la clásica distinción entre las audiencias más preparadas/activas y las menos preparadas/pasivas. Esta dicotomía reaparece en la forma en la que Jesús Mateos describe a su audiencia:



Nuestro público por lo general es joven, entre los 25 y los 45 años, moderno, cosmopolita..." y, de ahí, que se permitan la licencia de ofrecer títulos más de autor como la española *Magical Girl* que "no es la típica película que esperarías en un cine de verano; nosotros tenemos propuestas que son bastante arriesgadas."<sup>109</sup> (citado en González Rueda 2015)

En este extracto, Mateos construye al espectador potencial de Cibeles de Cine a partir de una doble oposición: la que existe entre formas de recepción pasivas y activas por un lado, y la que existe entre los textos culturalmente válidos y de autor y los títulos comerciales. Al establecer que *Magical Girl* (Carlos Vermut, 2014) es una película difícil y por tanto, portadora de los valores trascendentes propios de la alta cultura, Mateos está asociando ciertas películas a formas más pasivas de recepción (y como consecuencia a unos espectadores complacientes que ven el tipo de películas que se proyectan en los cines de verano) y otras películas (como *Magical Girl*, el filme ganador de la Concha de Oro en el Festival de Cine de San Sebastián en 2014), con formas de recepción más arriesgadas y activas, en este caso, las que ofrece Cibeles de Cine.

Por último, tenemos que hacer alusión a la contradicción que los organizadores de eventos citados arriba establecen entre las formas de recepción en solitario, y “la gran pantalla,” una forma de ver cine que todos ellos consideran privilegiada por estar connotada de un elemento social que Internet y las nuevas prácticas de consumo de audiovisual están amenazando. Muestra de ello es que en el discurso popular existe una tendencia a engrandecer la experiencia de ver una película en la “gran pantalla” frente a la experiencia, supuestamente menos inmersiva y placentera, de ver la misma película en la televisión en casa o en el ordenador. Una idea a la que la propia industria del cine ha contribuido a asentar a través de la remasterización de clásicos para su exhibición en cines, o los “montajes finales” como ha ocurrido con el (re)estreno en cines de *Blade Runner: The Final Cut* (Ridley Scott, 2015). En *Beyond the Multiplex*, Barbara Klinger (2006). sostiene que desde la aparición de la televisión, toda una serie de tecnologías que enriquecen la calidad del visionado y su experiencia inmersiva en el hogar (como el vídeo, el DVD, el disco láser, el home cinema o el Blue-Ray), han tendido a ser identificadas con formas inauténticas y menos cinéfilas de visionado,

---

<sup>109</sup> Ana González, “Cibeles como una propuesta distinta de cine de verano,” *El Mundo*, 9 de julio de 2015, <http://www.elmundo.es/madrid/2015/07/08/559d4b60268e3ee0428b4591.html>.

mientras que la sala y el celuloide, han sido identificados, como una extensión lógica del cinéfilo cuyo amor por el cine sólo es demostrable a través en espacio reverencial y solemne de la sala de cine. Para Klinger, esta dicotomía representa la esquizofrenia en la que se encuentra atrapado el cine:

it exists both as a theatrical medium projected on celluloid and as a nontheatrical medium presented, in this case, in a video format on television. The big-screen performance is marked as authentic, as representing bona fide cinema. By contrast, video is characterized not only as inauthentic and ersatz but also as a regrettable triumph of convenience over art that disturbs the communion between viewer and film and interferes with judgments of quality. (2)

Klinger (2006) continúa argumentando que a pesar de la posición secundaria que el vídeo y las nuevas tecnologías han ocupado en la presentación de a cinefilia en la sociedad, lo cierto es que estas tecnologías son tan importantes en la constricción del imaginario cinéfilo como lo son para la distribución (4). Ahora bien, todo parece indicar que la condición ritual de ver cine en una sala sigue estando en la cima del imaginario de los amantes del cine. De nuevo, McCulloch y Crisp (2016) ofrecen una aproximación a este dilema a partir del estudio etnográfico de las audiencias del Prince Charles Cinema, unas salas en el centro de Londres que como los Cines Palafox o el Palacio de la Prensa en Madrid, se han especializado en ofrecer sesiones de reestreno participativas. En concreto McCulloch y Crisp demuestran que las audiencias que asisten a pases de cine de culto con un carácter interactivo, tienden a percibir el visionado en la gran pantalla como “más auténtico” (202-3). No obstante, durante su estudio, un número substancial de espectadores se apresuraron a expresar su preferencia por las formas de visionado silenciosas. Es decir, como participantes de un evento que establece una relación catártica y poco convencional con las películas, los entrevistados optaron por justificarse y explicar que se toman muy en serio el cine. Esto es indicativo de que la cinefilia, sigue relacionándose en la conciencia de los espectadores con la experiencia reverencial —y silenciosa— de ver una película en la oscuridad (McCulloch y Crisp 2016, 106).

Quizás lo que pone de manifiesto la retórica de los organizadores es que los nuevos eventos enmarcan los valores propios del cine de autor (ligados a formas silenciosas de visionado y a idealización del espacio de la sala) en un contexto que es históricamente antagonista a la recepción cinéfila. Con todo, hay que anotar que todas

estas formas de consumir cine (contemplativa o participativa, recatada o descontrolada, en casa o en la sala), no son en absoluto excluyentes la una de la otra. Muy al contrario, nuestra experiencia en contextos de cine de culto y fantástico como la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián, confirma que las audiencias que participan en sesiones altamente catárticas y rituales, no sólo disfrutaban de la experiencia de ver cine en festivales o en sesiones en los cines locales, sino que son ávidos coleccionistas de DVDs y consumidores de cine y de series online.

Todas estas experiencias no dejan de confirmar que la ritualidad es una parte esencial de nuestras formas de consumir cine con los demás, ya sea en contextos en los que predomina la sala oscura y el silencio hipnótico, o en espacios en los que los espectadores expresan su amor al cine de forma dramática y vicaria. Ahora bien, puesto que hablamos de eventos que se enmarcan en una cultura masiva y aparentemente lejana parece oportuno observar este fenómeno desde otro ángulo. Desde que en las ciudades se está dando prioridad a un tipo de experiencia en la que el cine se vive como una serie de acontecimientos irrepetibles, se hace necesario referirnos de forma más detallada a la cuestión misma del “evento” (concentrado sobre todo en torno al festival de cine) como una de las actividades más importantes de la experiencia cultural de las personas en la actualidad.

Algunos estudiosos de los medios que han explorado el cine como práctica social, sostienen ir al cine constituye en sí un “evento” en la vida de los espectadores (Turner 1999; Jowett y Linton 1989; Tudor 1974). Decimos “evento” porque el acto mismo de desplazarnos hasta la sala, escoger una película, comprar las entradas en Internet o hacer cola en la taquilla, compartir nuestras expectativas y finalmente, establecer una discusión de camino a casa o después del visionado, constituye en sí una ocasión en la vida cotidiana. El cine es por tanto significativo en nuestras vidas en la medida en la que introduce un tiempo y un espacio socialmente relevante al que nos dedicamos por placer y que además nos proporciona un “sentido de separación del mundo, incluso cuando las películas no nos están gustando demasiado” (Turner 1999, 128). Si el cine ha poseído siempre las cualidades propias del acontecimiento, las experiencias descritas más arriba demuestran que el evento define cada vez más el transcurso de nuestra existencia como espectadores. La experiencia del público está hoy marcada por la estacionalidad y por la ocasión más que por las películas que vemos. Algo que no sólo se percibe en el tipo de proyecciones participativas y catárticas examinadas arriba, sino ante todo, en las nuevas formas de recepción

ocasional que se organizan en salas privadas y centros culturales. Si echamos un vistazo a la cartelera de los últimos dos años, nos percatamos de que junto a las películas de estreno que habitualmente se mantienen en cartel durante semanas se ha ido haciendo hueco a toda una serie de pases especiales que ofrecen expectativas al público más allá de la proyección del filme: un encuentro con el director, una sesión doble, una actuación especial, etc.

Mientras que la programación continua de nuestros cines favoritos nos ofrece la posibilidad de ir a ver una películas cuando más nos convenga, la sesión única introduce en la experiencia cinematográfica la ansiedad propia de la oportunidad. Que ver una película se convierta en una oportunidad limitada (ya sea este de estreno o de reestreno), tiene una serie de implicaciones antropológicas que van a condicionar nuestras formas de leer el filme. Esto ocurre porque el evento, como escribe Elsaesser, “no puede explicarse usando la lógica normativa de un contexto social dado ya que su ocasión transforma ese contexto mismo ” (Elsaesser 2005c, 95). El evento connota al visionado de elementos que lo hacen único y especial, pero también connota a los espectadores como miembros de la audiencia que han escogido estar ahí, en lugar de asistir a una película “en cartel.” Escoger acudir a una sesión que sólo va a pasarse una vez nos diferencia del mero espectador que asiste a las salas, nos presenta como aficionados y cinéfilos en la jerarquía de espectadores. Para examinar esta tendencia vamos a referirnos a dos espacios que desde mi punto de vista son emblemáticos de las transformaciones que se están produciendo en las rutinas de visionado en las ciudades: Cineteca, en Madrid, y los Cines Trueba, en San Sebastián.

En este caso, hablamos de dos espacios bien diferentes: Cineteca, se compone de tres salas con sede en Matadero Madrid y es gestionada desde el área de cine del Ayuntamiento de Madrid. Los Trueba, son unos pequeños cines de tres salas que programan películas independientes de estreno y clásicos de reestreno en versión original. Los Trueba pertenecen al grupo Sade, que también gestiona los Cines Príncipe (una multisala que programa cine en versión original en el corazón de San Sebastián) y el Antiguo Berri, todos ellos, cines que han formado parte de la vida donostiarra desde hace décadas. Las funciones de ambas salas asumen en cada ciudad es del todo diferente. La función de Cineteca en el marco del ayuntamiento es la de acoger a festivales (Documenta Madrid, LesgaicineMad, Madrid Imagen Series, Notodofilmfest, etc.), celebrar eventos audiovisuales en colaboración con otras instituciones y organizaciones (el canal TCM, la Asociación de Cine Documental

Docma, o la revista Caimán cuadernos de cine), y difundir la obra de directores que se inician en la profesión a través de estrenos semanales de películas con encuentros y eventos anexos para su presentación (apostando principalmente por el cine de no ficción y el documental).

Si Cineteca nace en 2012 ya vinculada a un programa de sesiones únicas y eventos por su responsabilidad institucional de promocionar la obra de nuevos creadores, ambos cines han tenido que readaptar cada vez más su programación a la lógica de la sesión-evento. Los Trueba se unen a esta iniciativa en 2014 con la Los Jueves del Trueba, sesiones celebradas cada jueves y dedicadas a retrospectivas, ciclos monográficos de directores, cine con música en directo, pases con invitados especiales, noches de cortometrajes, e incluso series de televisión. Koro Odriozola, responsable del grupo Sade, explica el origen de este cambio de rumbo en la programación de los Trueba:

Después de la reforma que hicimos en la sala, nos dimos cuenta de que teníamos que redefinir también nuestra identidad de cara al público de San Sebastián, que es una ciudad que está sobresaturada de cine. Los Jueves del Trueba surgieron porque vimos que había cosas que la gente pedía, las quería ver, pero no había cabida para ellas en la ciudad fuera de los festivales. Había un producto especial que había que tratar de forma especial. Así que empezamos a programar películas más minoritarias y luego a hacer eventos aparte de la programación comercial. Cada jueves era como una sesión especial diferente, pero nos dimos cuenta de que lo que realmente funcionaba era traer a alguien y establecer coloquio y que los espectadores pudieran interactuar con el equipo de la película. Casi hemos tenido que echar a la gente que se quedaba hasta las tantas charlando con los directores después de las sesiones. Ahora la cosa ha cambiado porque Filmoteca Vasca ha empezado a programar, Tabakalera ha empezado a programar también, y nosotros no podemos competir con entradas por tres euros. (Odriozola, entrevista personal, 2015)

Odriozola pone el énfasis en el papel que el evento (en este caso, las sesiones especiales de Los Jueves del Trueba) tiene a la hora de sobrexponer un producto que se desea vender como algo especial para los espectadores cinéfilos de San Sebastián. El “tratar de forma especial productos especiales,” implica que no basta con traer una película que el público no haya visto, sino que es importante rodear la sesión con un carácter de ocasión. Los Trueba, en este sentido, son un buen ejemplo de cómo las salas privadas se están viendo obligadas a orientar su programación hacia las sesiones especiales para poder competir con la sobresaturación de cine en algunas ciudades. Más aún desde que a la oferta cinematográfica se vienen sumando iniciativas públicas

y de centros culturales que, como bien indica Odriozola, ofrecen una programación de gran interés a muy bajo precio. Roberto Cueto, coordinador de Cineteca, plantea la cuestión de la sesión única desde otro punto de vista:

Nos hemos dado cuenta de que la gente no viene si no programas un pase especial o traes a alguien. La gente no va a al cine, pero si les presentas la película como un evento especial se ponen sus mejores galas y se presentan en la sesión para dejarse ver. Y después subir las fotos al Facebook y hacerle saber a todo el mundo que ha estado ahí. El cine se ha convertido en un recurso que ofrece la posibilidad de proyectar esa imagen. (Cueto, entrevista personal, 2015)

A diferencia de Odriozola, Cueto, atribuye esta nueva demanda del “pase único” a la visibilidad social que el público consigue participando de una actividad que se presenta en discontinuidad con la oferta de cine en salas. Si cada contexto de exhibición al que asistimos expresa simbólicamente nuestra vinculación a unas culturas del cine dadas (por ejemplo, al cine documental en el caso de Cineteca), esta vinculación aparece amplificada en el evento. O dicho de otra forma, los eventos que Cineteca crea en torno a los encuentros con el director nipón Hirokazu Koreeda en 2013, al reestreno en 2014 del documental *Calle 54* (Fernando Trueba, 2000) con la presencia del mismo Fernando Trueba, o al pase especial de *Los exiliados románticos* (Jonás Trueba, 2015) con música en vivo, ofrecen una oportunidad de legitimación cultural que no ofrecen las salas que programan estrenos que se quedan “en cartel.” Si la importancia del evento como fuente de capital simbólico para las audiencias apenas ha sido tratada en el caso de los festivales y los eventos cinematográficos, Philip Auslander (1999) explica la relevancia que el directo y la experiencia de primera mano tienen a la hora de conseguir una reputación dentro de un grupo cultural dado:

Dimension to the question of why people continue to attend live events in our mediatized culture is that live events have cultural value: being able to say that you were physically at a particular event constitutes valuable symbolic capital... One remarkable aspect of performance's position within cultural economy is that out ability to convert attendance at a live event into symbolic capital is completely independent of the experiential quality of the event itself. (58-9)

La temporalidad concreta y puntual que ofrece participar en vivo y en directo en unas jornadas de cómic, en un festival de cine fantástico o en un concierto de rock

revaloriza culturalmente la práctica de los asistentes, que por conseguir acceso de primera mano a determinadas personalidades y experiencias, son percibidos por los demás aficionados como más experimentados, más auténticos y en definitiva, mejores fans. Habría que añadir, que el capital simbólico que Auslander le atribuye a la experiencia de participar en un evento (él estudia la subcultura de la música rock y sus derivaciones) no sólo confirma mi posición privilegiada dentro de la estructura social, sino que contribuye a legitimar esta misma estructura social.

Por presentarse en discontinuidad con la vida cotidiana, los eventos producen y legitiman un universo simbólico que a su vez, confirma la importancia del evento en nuestra sociedad y en la cultura. Pero como ha indicado Elsaesser, en los festivales de cine, la acumulación de valor simbólico opera como una forma de auto-referencialidad: “con cada premio que concede, el festival también confirma su propia importancia, lo que a su vez incrementa el valor del premio” (Elsaesser 2005c, 97). Lo mismo ocurre con la audiencia: no son sólo las audiencias las que se benefician del valor simbólico que produce el festival, sino que es el propio festival el que se beneficia de su participación. En última instancia, los festivales de cine, encuentran un lugar en la sociedad en la medida en la que encuentran a un público que lo celebra y que celebrándolo confirma que comulga con sus valores. Aquí reside la naturaleza (auto)confirmatoria de los festivales.

Por todo esto, no parece descabellado confirmar que los eventos de cine han encontrado un hueco en nuestra sociedad en la medida en la que son productores de experiencias que nos ubican en un contexto cultural dado y nos proporcionan valor simbólico con el que movemos dentro de él. Ahora bien, sería injusto limitar el alcance del cine evento a una cuestión de valor simbólico y de acumulación de capital cultural, siguiendo los términos bourdianos. Más allá de ser espacios que ofrecen visibilidad a las audiencias, hemos visto que los eventos cinematográficos y los festivales de cine proporcionan espacios de encuentro y de diálogo en los que el público dialoga colectivamente con las películas y elabora discursos que pueden resultar inesperados y hasta perversos, si seguimos los razonamientos de Janet Staiger (2000). Este diálogo, que puede producirse antes, durante y después de la proyección se ve potenciado en los eventos y festivales ya que proporcionan tanto espacios anexos de discusión como momentos (entre filme y filme, en la cola de la taquilla, en los bares, en el vestíbulo del teatro), que propician la interacción con otros espectadores. No en vano, Nacho Cerdà,

instala en los cines Phenomena un vestíbulo “pensando en que debía invitar a la reunión pre y post-visionado.”<sup>110</sup>

Creo que esta invitación al diálogo que extienden la sesión cinematográfica y el cine mismo, se ve potenciada por el contexto liminal que configura la fiesta del evento, un contexto que como vimos en capítulos anteriores, induce al espectador a mirar el mundo de forma diferente. Durante la fiesta “los símbolos remiten mucho más allá de lo que acostumbran a hacerlo en la vida cotidiana” (Duch 2002, 203) y por eso durante el evento festivo nos descubrimos con la capacidad de pensar más allá y de subvertir las formas más ortodoxas de pensamiento que regulan el día a día. Una cualidad que por otro lado, suele atribuírsele a las películas de festivales. El festival de cine nos pone ante los demás como no lo hace el día a día y por eso nuestra visión del mundo se ve amplificada. Durante el festival conseguimos, como diría seguramente Gadamer, participar de verdad.

Esto se entenderá mejor si acudimos a la noción de liminalidad estudiada por el antropólogo holandés Arnold Van Gennep y posteriormente y retomada posteriormente por el antropólogo británico Victor Turner (1966). En su estudio de los ritos de paso, Gennep observó toda una serie de ritos que celebramos desde la antigüedad y que representan en la posibilidad de transiciones y movilidad horizontal en el sistema social a lo largo de la vida de los individuos. Los *rites de passage* (1909), traducidos al español como los ritos de paso o ritos de transición, dan nombre a un conjunto de ritos vitales dirigidos a separar a los individuos del *status* que sustentan en una comunidad y colocarlos en otra, de manera que se garantice siempre el cambio en una comunidad. Estos ritos, que como Gennep detecta, se celebran prácticamente de forma universal y presentan semejanzas entre ellos, suelen marcar las etapas que conmueven a la estructura social: el nacimiento, el paso a la madurez, el matrimonio o la muerte, tienden a ser debidamente sacralizados precisamente porque nos permiten comprender el orden natural de las cosas y negociar con los cambios y las dificultades. Para Gennep, este tipo de rituales han sido siempre fundamentales para reforzar y preservar una idea de orden, pero sobre todo, para preservar la importancia de la transición y del cambio en la estructura y en la naturaleza.

---

<sup>110</sup> “Inauguración de la Sala Phenomena, hablamos con Nacho Cerdà,” *El Séptimo Arte*, 24 de diciembre, 2014, <http://www.elseptimoarte.net/noticias/entrevistas/inauguracion-de-la-sala-phenomena-hablamos-con-nacho-cerda-22623.html>.



De ahí que posteriormente Victor Turner ([1966]1988) reflexionara sobre la importancia de los ritos de paso como momentos de reflexión profunda en los que las sociedades negocian con el cambio y con lo traumático. Gennep detecta que estos ritos se componen de tres fases: separación, margen (o *limen*, que en latín quiere decir umbral) y agregación (101). Si las tres fases son imprescindibles para que se produzca el paso al nuevo orden social, el estado liminal se correspondería con el momento en el que se ha salido de un status concreto, pero no se ha entrado en el siguiente, es de decir, un estado en el que la persona permanece en el “limbo” entre un *status* y otro. Para Turner, la liminalidad no sólo está presente en la ritualización de la transición de un *status* a otro en las sociedades modernas y premodernas, sino que se manifiesta de manera constante en nuestra experiencia cultural moderna en las personas que viven en la frontera y que no pertenecen a la sociedad propiamente dicha. Estas gentes del umbral (hippies, espirituales, chamanes, *tricksters*) “no están ni en un sitio ni en otro; no se les puede situar en posiciones asignadas y dispuestas por la ley, la costumbre, las convenciones y el ceremonial” (102).

A primera vista, no parece fácil asimilar los festivales a la noción de liminalidad de Turner. Los festivales no sólo son parte de la sociedad sino que constituyen intentos institucionales de integrar a las personas en la sociedad a través de la celebración del acto social de asistir al cine y un gusto compartido, por el cine. Los festivales, además, son accesibles a todo el mundo (a aquél que esté dispuesto a pagar su entrada), y este carácter abierto e institucional los deja fuera de la categorización turneriana de contexto marginal. No obstante, diferentes autores han notado que los festivales poseen ciertos atributos de liminalidad. Por ejemplo De Valck (2007) observa los festivales como espacios de transición (*sites of passage*) para los filmes y los directores y sostiene que el tiempo de suspensión al que el festival somete a sus participantes, es necesario para marcar las transiciones de los filmes dentro de un orden cultural dado (134). Es más, De Valck, atribuye la supervivencia del fenómeno de los festivales de cine a su carácter transicional y a su existencia en ruptura con lo cotidiano.

It is my understanding that the survival of the phenomenon of film festivals and its development into global and widespread festival circuit has been dependent on the creation of film festivals as a zone, a liminal state, where the cinematic

products can bask in the attention they received for their aesthetic achievements, cultural specificity, or social relevance. (37)

Si De Valck caracteriza a los festivales de cine como realidades que por establecerse fuera de la vida cotidiana, otorgan a las películas (y al circuito) un valor mágico-antropológico similar al que poseen los objetos de culto (aunque ella no entra en cuestiones de cultualidad), Mikel Koven (1999a; 1999b), ofrece una perspectiva bien diferente al interesarse por el tipo de vínculo social que la liminalidad del festival propicia entre los asistentes. En concreto, en su estudio etnográfico del Festival de Cine Judío de Toronto (Toronto Jewish Film Festival, TJFF), Koven examina el festival de cine como un espacio en el que los procesos liminales de negociación y de gestión de los cambios y de las dificultades se favorecen a través del diálogo entre el público y las películas.

En sus conversaciones y entrevistas con los miembros del público y con los organizadores del festival, Koven (1999b) se da cuenta de los tiempos muertos entre película y película durante los que el público tiene tiempo de hablar y de intercambiar opiniones sobre los filmes que han visto y los que están por ver, se producen una gran cantidad de discursos tanto de apoyo como de escepticismo hacia determinados valores culturales ingerentes en la hegemonía cultural, en este caso, representada por las voces más *mainstream* sobre el judaísmo (124). Sus observaciones, le llevan a concluir que la relevancia del festival en una sociedad dada no se encuentra tanto en las películas, en la pantalla y en los procesos de acumulación de valor simbólico que se producen en torno a los filmes como en ese vínculo social que se genera temporalmente en torno al cine y que posee la efervescencia del momento que se agota: en los cafés, en el trayecto al cine, en los rumores de la sala antes de que empiece la película. Discursos que posiblemente, de no estar enmarcados en la celebración eufórica de la fiesta, no se darían. El festival, por tanto, tendría esta función purificadora y de negociación, que se acentúa en el caso de comunidades que necesitan gestionar colectivamente ciertos procesos históricos de trauma, como ocurre con la comunidad judía. Esta forma de concebir el festival forma también parte del discurso de sus directores, siendo especialmente llamativo, en el de José Luis Cienfuegos (2011b): “El público ha entendido que en un festival de cine no tienes por qué encontrar cada día tres obras maestras. Entiende que [el festival] es un foro, un punto de encuentro de espectadores con intereses similares a quienes les gusta descubrir nuevas miradas” (6).

## 6.7 Conclusión

En este capítulo hemos presentado la fiesta como un fenómeno que constituye un aspecto decisivo de la celebración de los festivales de cine en las ciudades. Como las fiestas tradicionales, los festivales de cine, recrean un lapso en el continuo de la vida cotidiana presentando el cine y su imaginario como motivo de celebración en la comunidad local. Como fiesta lúdica, el festival de cine tiene además la función de proteger y fomentar una serie de valores que legitiman al propio circuito de festivales y que ponen de manifiesto su naturaleza conflictiva como espacios que responden tanto a dinámicas industriales y masivas, como a formas cultas y por tanto exclusivas de recepción.

Hemos visto, además, que esta paradoja viene dada por la liminalidad de la fiesta, que al ocurrir en discontinuidad con lo cotidiano genera un orden especial en el que el público entra, excepcionalmente, en contacto con personalidades y con elementos que pertenecen al mundo de los media y que se perciben como “sagrados” en nuestra sociedad. Además, hemos examinado algunas formas de recepción que aun un siendo a priori contrarias al tipo de culturas del cine que promulgan los certámenes, están proliferando bajo fórmulas de exhibición más mainstream que en cierto modo se hacen eco del tipo de experiencias que los festivales traen a las ciudades. La proliferación de este tipo de experiencias demuestra que en la actualidad, se está asumiendo tanto institucionalmente como a nivel industrial una reformulación de los modelos ideales de consumo cinematográfico, en favor de fórmulas que traen a la sala de cine la emocionalidad colectiva propias de las fiestas y los carnavales.

Por último, hemos argumentado que en el caso de los festivales de cine, la festividad contribuye a crear un contexto especial que propicia formas de ver y de comprender que no se prestan en la vida cotidiana. En concreto, el estudio de Mikel Koven sobre las audiencias del TJFF demuestra que los festivales, al crear una fiesta en torno a ciertos cines, pueden ritualizar aspectos de la existencia humana que son importantes y difíciles de asimilar para una colectividad. Así ocurre, por ejemplo, en los festivales de cine y de terror y fantástico en los que, como veremos a continuación, el humor y las formas de recepción irónicas se convierten en estrategias de recepción habituales a través de las que los miembros de la audiencia asimilan ficciones que

presentan expresiones y temáticas que son tabú y que ocupan un espacio oculto en la sociedad: el suicidio, la pérdida, la muerte en diferentes formas, las agresiones sexuales, la deformidad física, la enfermedad, lo sobrenatural, etc.

Veremos que el festival objeto de nuestro estudio, la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián, tiene en el ámbito de los festivales de cine un carácter muy especial por tratarse de un certamen que, a pesar de fomentar formas de visionado catárticas que en ocasiones pueden resultar hasta incívicas, forma parte del espacio público y de la agenda cultural de la ciudad de San Sebastián desde hace veintisiete años. En la Semana de Terror, la fiesta se presta a ser estudiada como mecanismo contracultural, y como medio desde el que la audiencia desestructura y desprestigia las formas de ver cine que en el mundo de festivales se consideran legítimas.

## **7. Juego, fiesta y audiencias participativas en la Semana de Cine Fantástico y de terror de San Sebastián**

En los capítulos anteriores hemos examinado algunas formas festivas y comunitarias en torno al cine que están experimentando un gran impulso en nuestras sociedades, algo que empieza a ser muy visible en la programación cultural de las ciudades y en la forma en la que instituciones culturales se están sumando a la programación de eventos cinematográficos. Pero hemos visto también que esta condición festiva del cine no es en absoluto nueva, sino que viene dada por una larga tradición lúdico-festiva en nuestras ciudades y por un acelerado proceso de festivalización de la vida cultural.

Este capítulo se centra en el estudio de una audiencia que ha “crecido” y ha desarrollado su cinefilia, asistiendo a un festival de cine de género: la audiencia de la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián. La Semana de Terror, como se la conoce entre sus aficionados y en San Sebastián, lleva celebrándose en el corazón de ciudad desde 1990 y en su trayectoria ha sobrevivido dignamente bajo la sombra del más mediático y veterano de los festivales de cine de género españoles, el Festival de Cine de Sitges. Desde su inauguración, el certamen es un evento de referencia nacional para los fans del género en España y con el tiempo, ha ido acumulando una reputación entre los locales y aficionados al fantástico por su perfil festivo y por el comportamiento indisciplinado de la audiencia durante las proyecciones. Todo esto nos permite empezar a pensar que la audiencia de la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián no es una audiencia “corriente.” En primer lugar, los espectadores de este festival son a priori, espectadores a quienes les une una afición por el cine de terror y el cine fantástico, unos géneros que habitualmente se asimilan a formas devotas y fanáticas de consumo de cine (pero también de fanzines, de cómics, de cine de serie B y explotación, etc.). En segundo lugar, queremos enfatizar que esta audiencia se encuentra fuertemente vinculada a formas catárticas, festivas y comunitarias de recepción desde su origen, lo que la ha ido asimilando de cara a la ciudad como un festival con un carácter endogámico, y no apto para todo el mundo.

En este capítulo, proponemos un estudio etnográfico de la audiencia de la Semana de Cine Fantástico y de Terror, centrándonos en las actividades que realizan durante el certamen y en sus prácticas de visionado durante las proyecciones. En base a

respuestas cualitativas y cuantitativas de la audiencia, a lo largo de este capítulo voy a definir los rasgos que identifican a los miembros del público como parte de una comunidad interpretativa que ha desarrollado una reputación en el marco de las subculturas de cine fantástico y de terror en España. Con este objetivo, en primer lugar, voy a poner bajo escrutinio algunas de las categorizaciones que se han dado del género fantástico y del cine de culto y a argumentar que lo que define estas categorías no es tanto un tipo de películas como los contextos de visionado y las formas de consumo colectivas que se generan en torno a ellas. Para ello voy a recurrir a trabajos canónicos realizados en torno a las culturas del cine fantástico y de terror de nuestro país, como el libro de Antonio Lázaro-Reboll (2014), pero también a los trabajos de Matt Hills (2010), Ernest Mathijs y Xavier Mendik (2007), Anne Jerslev (2007), Dirk Van Extergem (2004) y Mark Jancovich (2002). El trabajo de Van Extergem sobre las audiencias del festival de Cine Fantástico de Bruselas, supone un precedente inestimable para este estudio dado que en él se da cuenta de protocolos y patrones de interacción que son muy similares a los que analizamos aquí.

A partir de aquí, plantearé algunos de los debates existentes en torno al carácter subversivo y resistente de este tipo de audiencias (Pujol 2011; Jancovich et al. 2003; Jancovich 2002; Sconce 1995), y trataré de definir la Semana de Terror en relación a la lo que se ha definido como una ideología subcultural en la que se esbozan formas alternativas de pensar, de ver y de vivir (Thornton 1995). Con el fin de determinar si en efecto, la Semana de Cine Fantástico y de Terror posee un carácter contracultural, haremos un breve repaso a la historia del festival y lo definiremos como un evento de su tiempo. Veremos que el vibrante contexto cultural en el que nace el festival (principios de los años noventa en el País Vasco) será significativo a la hora de analizar los discursos e ideologías que regulan la fiesta del público y su carácter indisciplinado. Por último, examinaré los discursos e ideologías dominantes existentes en el “contra-diálogo” que las audiencias construyen en el Teatro Principal, para finalmente sugerir que esta actitud lúdica es la manera en la que (1) la audiencia negocia con los organizadores y logra cierto grado de soberanía en el contexto del certamen, y (2) algunos miembros de la audiencia interfieren en las ideologías existentes en los contextos de visionado de cine fantástico y de culto. Para esta última fase de mi análisis recurriré a teorías sobre audiencias de cine que se han interesado en las formas de recepción que se desvían de la norma y de las expectativas puestas en contextos de recepción específicos (Klinger 2008; Staiger

2000). En último término, espero construir un marco metodológico que sirva de modelo a futuros análisis de la experiencia social del cine y que derive en una mayor comprensión de las subculturas del cine de culto, y de otras experiencias festivas en torno al cine que están haciéndose con el futuro del visionado colectivo en España.

## 7.1 El ambiente de la Semana de Cine fantástico de Terror

29 de octubre de 2016. A la entrada del Teatro Principal se acumulan la mismas caras de cada año (caras pintadas, kimonos de samurai, abrigos negros hasta los tobillos). Entre ellos, ese grupo de góticos que se sienta siempre en la primera fila, a la derecha; Imanol, el señor de las chapas que llega el primero a la cola de los abonos cada año; “Josemi,” el director del festival, saluda al chico que grita “¡Teléfono!” y que ya se dirige a su asiento con Robertito bajo el brazo (una cabeza decapitada de goma y su compañero de andanzas terroríficas). Ya en el auditorio, unos esqueletos custodian el escenario, y un gran samurai en posición de ataque amenaza desde la pantalla a todos los que ya han dejado sus abrigos en los asientos y se resisten a ocuparlos. Muchos no se ven desde hace un año. Es la noche de inauguración y las entradas se agotaron hace dos semanas. Se apagan las luces y Winnie de Pooh aparece en el auditorio vertiendo a su paso la cerveza de su gran vaso de plástico por la moqueta. Como siempre, es el último en sentarse. Por fin sale al escenario la guapísima presentadora con un kimono blanco. “¡Desnúdate!,” “¡Haz el Chiquito!.” Empieza la Semana de Cine de Fantástico y Terror. Los gritos se suceden cuando la presentadora empieza a leer la lista de rigor de colaboradores del festival. “¡Traidores!,” “¡Super Amara!,” aplausos al escuchar el nombre del supermercado local, que este año ha realizado un spot publicitario siguiendo la temática samurai de esta edición. El legendario monstruo radiactivo, Godzilla, aparece en escena y traga la cabeza de Josemi: “¡Josemiiii!” Se apagan las luces y las palmas empiezan al ritmo de la cortinilla del festival: la catana del samurai secciona una cabeza dejando una estela sangrienta en la pantalla. Aplausos, pataleos, silbidos. Apenas unos segundos en negro, la espera antes de que se de inicio al tráiler oficial de esta edición: “¡Subtítulos!,” “¡Me aburro...!” Una hora después de que de comienzo *Shin Gojira* (Hiseaki Anno, Shinji Higuchi, 2016), algunos se apresuran hacia la puerta. “¡Cobardes!,” “¡Esa puerta!,” “¡Volved!,” “Josemi, ¿Por qué nos haces esto?.” A la mañana siguiente, se proyectará una película de animación y el Principal

se llenará de niños que, como escribe la prensa, “borrarán hoy al medio día, a las 12.00 horas, las huellas del desmadre de la noche anterior.”<sup>111</sup>

Si asistir a un festival pasa por seguir una serie de protocolos que tienen que ver con la experiencia colectiva —pero en general silenciosa— de ir a cine, el protocolo a seguir en “la Semana,” como cariñosamente la llaman los habituales del festival, rompe con las expectativas de cualquier asistente despistado. Así como muchos festivales de cine tienen sus propios protocolos que el público sigue con ceremoniosidad, el público de la Semana de Cine Fantástico y de Terror (a la que nos referiremos a partir de ahora como la Semana o la Semana de Terror) ha ido adoptando desde su inauguración una peculiar ceremonia que tiene lugar en el Teatro Principal, un pintoresco teatro de 576 butacas en el casco antiguo de San Sebastián. Es aquí donde cada última semana de octubre, la audiencia toma parte en un acto catártico en el que tanto las películas como los invitados son catalizadores de una retahíla de bromas privadas que la audiencia ha ido desarrollando a lo largo de los años.

Cada película que compite en la sección oficial y cada persona que se aventura al escenario, son abochornados por las ocurrencias de los espectadores que en una orquestación de frases hechas y salidas ingeniosas, construyen un diálogo colectivo que se ha convertido en la seña de identidad del certamen. Hasta el día de hoy, la política de la organización y de los directores del festival ha sido la de no intervenir en el peculiar protocolo de la audiencia. Como reconoce su actual director José Miguel (Josemi) Beltrán (2011–), la actitud de la organización ha sido la de “alimentar al monstruo” (Beltrán, entrevista personal, 2013) y avivar en la medida de lo posible el ambiente que crea la audiencia, manteniendo el bar teatro abierto durante las sesiones o repartiendo objetos para que la audiencia los lance al escenario.

No sorprende que el aspecto protocolario e insubordinado de la actuación del público, le haya valido toda una serie de calificaciones por parte de la prensa especializada, que lo han definido como “un ritual endogámico” (Cueto 2013, 72), o a su audiencia como “un pueblo republicanamente soberano que se enfrenta a cualquier déspota ilustrado (o no) que quiera imponer su ley.”<sup>112</sup> A pesar de todo, el evento es

---

<sup>111</sup> Ricardo Aldarondo, "Fantasía oriental con interpretación libre," *El Diario Vasco*, 30 de octubre, 2016, 60.

<sup>112</sup> Begoña del Teso, "Mayoría en el congreso: ¡Que gane el perro!," *El Diario Vasco*, 2 de noviembre, 2016, 46.



firmemente apoyado por Donostia Kultura, el área de cultura del ayuntamiento de San Sebastián. Es más, desde que Kutxabank, su patrocinador oficial, abandonó el festival en 2015, el certamen recibe la mayor parte de su financiación del Ayuntamiento de San Sebastián, el Departamento de Cultura del Gobierno Vasco gobierno del País Vasco, y del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes. En este sentido, puede decirse que San Sebastián, sienta un antecedente en España al incluir un evento de aspecto contracultural y en las antípodas de ciertas concepciones de la vida cívica, en la agenda cultural de una ciudad como San Sebastián.

Con el fin de abrirse al público mayoritario, el festival programa además de películas en el Teatro Principal, retrospectivas en el Teatro Victoria Eugenia (en euskera), donde se incluyen películas de animación para el público infantil (que hasta 2015 formaba parte del patrocinio de Kutxabank). Además de su programación filmica, el festival ha ido consolidando un programa de actividades culturales en la ciudad de San Sebastián en las que destacan las exposiciones con temática fantástica y en torno al cómic y la ilustración (Euskadi Fantastikoa) en el Centro Cultural Okendo, la Sala de Actividades de la Biblioteca Municipal (la “cripta”), FNAC y la Biblioteca Central. Entre 2013 y 2016, se han podido ver Aventuras en el desván con Jiří Barta; Viaje al centro de Subterfuge (1989-2014); Iberia FX. Oficio y artificio en el cine español; Quimera FX. ¿Realidad o ficción?; Ilustrando la última frontera; Star Trek 50 Aniversario; Recortando a Poe; o El Faro del Misterio.

## 7.2 Metodología: una aproximación etnográfica a las audiencias

Sólo recientemente el estudio de audiencias de festivales ha empezado a ser objeto de investigación académica. Si muchos de los investigadores dedicados al estudio de algún festival lo han observado desde dentro, implicándose en su ambiente social, asistiendo a las sesiones y recopilando datos y material *in situ*, muy pocos se han aproximado a las audiencias a través de entrevistas o del análisis de datos cualitativos y cuantitativos. Es más, en su estudio sobre las audiencias del Festival de Cine de Glasgow, Lesley-Anne Dickson (2015) apunta a que en muchos estudios que hoy se consideran canónicos se tiende a ignorar la opinión de la audiencia a la hora de valorar sus gustos, motivaciones y su participación en el evento (704). Esta desatención se percibe en trabajos como el que realiza De Valck (2005) sobre las audiencias del Festival Internacional de Rotterdam, donde elabora una “taxonomía” de las audiencias

(*the lone list-maker, the highlight seeker, the specialist, the leisure visitor, the social tourist, etc.*) (103-5) en base a sus observaciones y sin llegar a considerar un estudio empíricamente bien fundamentado en sus motivaciones. El resultado es que incluso cuando las audiencias están presentes en estos trabajos, sus voces o bien se desatienden o apenas se oyen quedando en un muy segundo plano a la hora de describir el universo social del evento.

Como Dickson (2015), en este estudio he optado por dar voz a las audiencias de la Semana de Terror, elaborando mis conclusiones y descripciones a partir de lo que el público hace y dice, y manejando en la medida de lo posible sus comentarios con cautela y rigor. Para ello, he tratado de situarme en la misma línea de trabajos recientes que se han aproximado a audiencias de festivales dentro y fuera de España y que usan métodos propios de la investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales (encuestas, entrevistas en profundidad, grupos focales, etc.) (Dickson 2015; Martínez et al. 2015; Unwin et al. 2007; Van Extergem 2004; Ethis 2001). En mi aprendizaje de la metodología que debía usar en la investigación etnográfica, he seguido muy de cerca el trabajo de Alan Bryman (2012), que ha sido de gran utilidad en todas las fases del trabajo de campo, desde el manejo de material y documentos de archivo, hasta la elaboración y la dirección de grupos focales.

Dada la naturaleza periódica del festival y la complejidad de los discursos que circulan en él (de los organizadores, de la prensa, de los públicos, de marketing, etc.), me he decantado por una aproximación al festival *desde dentro* que me permitiera implicarme en el evento como participante, asistiendo como acreditada a las sesiones, involucrándome en actividades (asistencia a exposiciones y ruedas de prensa, asistencia a talleres, participación en las noches de karaoke y en otros encuentros con las audiencias fuera de la sala.), y entablando conversación con miembros de la audiencia, invitados, periodistas y organizadores del festival.

Para analizar cómo negocian los espectadores con los filmes y con las formas de interacción en el teatro, he tenido en cuenta tanto lo que ocurre dentro de la sala como lo que sucede antes y después de la sesión cinematográfica. En este sentido, mi estrategia se inspira en gran medida en la propuesta de Janet Staiger (2000) sobre la importancia de analizar los contextos en los que las personas hablan de las películas que han visto. Como explica Staiger, si damos por sentado que la experiencia del filme termina cuando termina la película, corremos el riesgo de limitar el análisis de los efectos ideológicos, culturales y personales derivados del visionado de cine. Considero

que mirar más allá de las presuntas actividades normativas en la recepción de películas, es clave en el estudio de las audiencias de festivales por tratarse de contextos que propician la conversación en torno al cine.

Por ello vamos a seguir el esquema propuesto por Staiger (2000), prestando atención tanto a las *actividades expresivas y físicas del público durante el evento* (representación de roles sociales, expresiones afectivas como la risa, el llanto o los gritos, salidas de la sala durante la sesión, “metaconversaciones” sobre el filme y sus características formales, narrativas, etc.), como a las *actividades de recepción que suceden después del evento* (discusiones relativas a las películas vistas y al género, cosplay, actividades asociadas a fans como el acercamiento a los invitados y la recogida de autógrafos o el coleccionismo, consumo y producción de material relacionado con el género o la afición al fantástico como fanzines, blogs, webs, etc. (52-3).

Mi participación en el certamen a lo largo de cuatro años, me ha proporcionado una visión de *insider* que considero de gran valor a la hora de interpretar las dinámicas de esta comunidad temporal. A este respecto, conviene apuntar que el carácter inmersivo del evento, en teoría, no favorece el trabajo de investigador, que en ocasiones corre el peligro de dejarse absorber por el certamen impidiéndole los árboles, ver el bosque. Una dificultad a la que ya han apuntado otros investigadores dedicados al estudio de festivales (Lee 2016; Vallejo 2014; Chan 2014; Iordanova 2009; De Valck 2007). Debido a la urgencia con la que los eventos se desarrollan, el estudio del festival de cine requiere de una estrategia previa que considere la recopilación de material para ser analizado a posteriori. En mi caso, además de la observación participante, el uso de entrevistas, cuestionarios (después del festival) y de notas de campo, probaron ser muy útiles a la hora de obtener una imagen lo más objetiva posible de la experiencia de las audiencias una vez pasado el evento. En este sentido, me adscribo a las consideraciones que Toby Lee (2016) hace sobre la necesidad de estudiar el festival de lo particular a lo general, es decir, de “aprehender el sentido de lo particular y de lo local” (126) con el fin de extraer conclusiones más generales sobre las conexiones estructurales que definen la naturaleza orgánica del festival. Así, frente a los estudios que han optado por una aproximación sistémica al circuito de festivales a partir de grandes teorías de la sociología cultural, como las teorías de las redes (Bruno Latour), de los flujos (Manuel Castells) o del gusto cultural (Pierre Bourdieu) (Iordanova y Rhyne 2009; de Valck 2007; Elsaesser 2005; Stringer

2001) Lee propone la “etnografía microscópica” (127) como método que facilita la revelación y la comprensión de información que se encuentran en los márgenes del evento y que a primera vista pueden no resultar relevantes en el desarrollo del certamen y las agendas económicos, culturales e ideológicas que lo motivan.

Siguiendo a Clifford Geertz (1973) y su concepción semiótica de la cultura como contexto dentro del cual tienen significado los acontecimientos sociales, los modos de conducta, las instituciones y los procesos sociales, Lee argumenta que a través de la observación y la participación en los acontecimientos políticos, culturales o sociales que rodean el festival (y que aparentemente ocurren al margen del mismo), se puede llegar a tener una mejor comprensión de las capas y tejidos que componen la estructura compleja del festival. Lee pone el ejemplo de su experiencia en el Festival de Cine de Tesalónica, donde participó en protestas públicas contra el gobierno, eventos que demostraron ser importantes para el desarrollo del certamen dada su vinculación económica con el Ministerio de Cultura Griego. Si la mayor parte de la información que presento aquí proviene de entrevistas y conversaciones con los organizadores y los asistentes al evento que es objeto de estudio (SCFTSS), también incluyo la opinión de los locales, viandantes y personas no relacionadas directamente con el evento, con el fin de obtener una visión más amplificada de la reputación que el festival tiene en la ciudad de San Sebastián. A esta función, ha servido también la recopilación de periódicos publicados durante el certamen, en particular, de *El Diario Vasco*, que ofrece una cobertura diaria del festival en sus páginas centrales. Asimismo, he tenido en cuenta otros acontecimientos que durante mi investigación han rodeado la celebración del festival. En particular, la designación de San Sebastián como Capital Europea de la Cultura en 2016 ha favorecido al festival, que además de recibir una inyección en su presupuesto, ha puesto más empeño en celebrar un evento más abierto al público mayoritario.

En este capítulo se recogen parte de los resultados derivados de una aproximación etnográfica al festival a lo largo de cinco ediciones: 2012, 2013, 2014, 2015 y 2016, es decir de la vigésimo tercera a la vigésimo séptima edición. Dado que no existe ningún estudio previo de estas características en torno a este evento, fuera del periodo del certamen visité las oficinas para realizar trabajo de archivo y realicé entrevistas en profundidad con los organizadores (Jose Miguel Beltrán, José Luis Rebordinos, Carlos Plaza, Alfonso López y Jon Sánchez). Estos encuentros me permitieron recopilar información sobre la historia del festival así como de las

circunstancias sociopolíticas que rodearon su fundación. Mi estudio se completa con cuestionarios online y grupos de discusión (grupos focales). Los cuestionarios se realizaron entre noviembre y diciembre de 2013 con una muestra de 108 personas con el fin de obtener datos sobre los perfiles sociodemográficos de la audiencia así como sobre sus hábitos cinematográficos dentro y fuera del festival. Este cuestionario se compone de quince preguntas de respuesta cerrada, a cuyas respuestas haremos referencia a lo largo del capítulo. El reclutamiento de participantes se realizó a las puertas Teatro Principal antes y después de la sesiones durante la vigésimo cuarta edición del festival, en octubre de 2013 y usando una muestra voluntaria de participantes. Tengo que hacer hincapié en que en ningún caso me incliné por unos sujetos u otros, atendiendo por igual a mujeres y a hombres y limitándome a configurar la muestra invitando a participar a todas las personas que se encontraban presentes en las circunstancias descritas.

Con el fin de obtener información cualitativa que me ayudara a interpretar y a completar las respuestas del público, entre octubre y noviembre de 2014, durante el festival, organicé grupos focales con treinta y seis miembros de la audiencia que habían respondido al completo los cuestionarios el año anterior. Para realizar las entrevistas más cómodamente, el equipo del festival ofreció las oficinas de Donostia Kultura, donde se realizaron las conversaciones. Mientras que las personas que completaron los cuestionarios representan el 23,7 por ciento de la media de audiencia que asistió a cada sesión en el Teatro Principal en 2013 (455 personas), las personas entrevistadas durante los grupos focales representan el 7,4 por ciento de la media de audiencia que asistió a cada sesión en el Teatro Principal en 2014 (486 personas). En total, se realizaron siete grupos de discusión de entre cuatro y seis personas cada uno.

La decisión de realizar conversaciones en grupo vino dada por la necesidad de observar las dinámicas de interacción entre diferentes miembros de la audiencia. Asimismo, me interesaba examinar cómo colaboraban los participantes en definirse colectivamente como miembros de la audiencia de la Semana de Terror. A partir de la información sociodemográfica obtenida en los cuestionarios del año anterior, organicé los grupos, atendiendo a la edad, el sexo y tiempo de asistencia al certamen de los participantes, esperando que se generaran diferentes tendencias de conversación que reflejaran lo que más adelante definiré como la “jerarquía del festival.” De este modo, la distribución de grupos se organizó haciendo diferentes combinaciones entre miembros de la audiencia veteranos (asistiendo más de diez años al festival),

experimentados (asistiendo más de dos años) e inexpertos (asistiendo menos de dos años). Todos los grupos se organizaron deliberadamente para contener a representantes de varias categorías o de una sola categoría. Igualmente, se tuvo en cuenta el sexo de los participantes, haciendo grupos de hombres, grupos de mujeres, y grupos mixtos de hombres y mujeres, tal y como se observa en la siguiente tabla:

Distribución de grupos focales por edades, sexo y tiempo de asistencia

Grupo	Combinación	Participante/sexo/edad
1	Hombres veteranos y conocedores	A/H/40; B/H/40; C/H/31; D/H/30; E/H/32; F/H/31
2	Hombres veteranos	G/H/37; H/H/43; I/H/35; J/H/47; K/H/33; L/H/42
3	Mujeres y hombres conocedores	M/H/32; N/M/35; O/H/32; P/H/32; Q/M/26; R/M/39
4	Mujeres y hombres inexpertos	S/H/27; T/M/28; U/H/46; V/M/26
5	Mujeres y hombres conocedores	W/H/33; X/H/44; Y/H/23; Z/M/40; AA/M/35
6	Mujeres veteranas	AB/M/40; AC/M/47; AD/M/45; AE/M/38
7	Mujeres expertas	AF/M/35; AG/M/35; AH/M/36; AI/M/33; AJ/M/40

*Nota:* El sexo de cada participante se especifica en la tercera columna con las abreviaciones M (mujer) y H (hombre).

Las preguntas realizadas a los participantes durante los grupos de conversación, se centraban principalmente en su experiencia y su percepción personal de lo que ocurre en las proyecciones en el Teatro Principal, así como en torno a su percepción de los demás fans dentro de la audiencia:

1. ¿Cómo describiríais el festival a unos amigos que nunca han estado?
2. ¿Qué es lo que más os gusta del festival?
3. ¿Qué es lo que menos os gusta del festival?
4. ¿Cómo describiríais a los asistentes del festival?
5. ¿Cómo describiríais las películas del festival?
6. En el tiempo que lleváis viniendo ¿diríais que el festival ha cambiado? ¿Cómo?
7. ¿Hay personas más importantes que otras en el festival? ¿Por qué?

## 8. ¿Creéis que una mujer puede llegar a ser una persona importante en el festival?

A través del análisis de estos datos y del peculiar ritual que la audiencia escenifica en el Teatro Principal, espero construir un marco metodológico que sirva de modelo a futuros análisis de la experiencia social del cine en diferentes contextos en nuestro país. Debo añadir que asistir a las proyecciones durante cinco ediciones consecutivas me ha permitido detectar los “guiones” y patrones de interacción (casi siempre jerárquicos) con las películas y con los miembros de la audiencia presentes durante las sesiones en el Principal. Además de hacer un seguimiento de la recurrencia de gritos y comentarios típicos, a lo largo de cinco años he podido percibir cambios en las intervenciones del público y apreciar incluso, una evolución en los discursos predominantes dentro del teatro.

Ya he mencionado las ventajas que para la investigación me ha proporcionado ser además de investigadora, una participante más en el festival. No obstante, me parece oportuno mencionar que al presentarme como investigadora desde la primera edición (y portadora de una acreditación que me daba acceso gratuito a todas las proyecciones y actividades del festival), nunca he sido considerada un miembro de la comunidad, sino una observadora-etnógrafa distante y en cierto modo, acechante. Como tal, creo que mi presencia recurrente en el festival ha dado lugar ocasionalmente a que los miembros de la audiencia sintieran que tenían que demostrar ante mí su pertenencia a la comunidad de fans de la Semana, mostrándose buenos conocedores de los códigos, las anécdotas y los otros miembros de la comunidad. Estas expresiones de autoconciencia por parte de los sujetos que se saben observados, ha sido identificada previamente como un problema clásico de la investigación etnográfica (Hammersley y Atkinson 2003). Prueba de ello, son algunas de las bromas y *memes* que circulaban por el festival: “somos National Geographic”; “una especie en peligro de extinción” o “Jara y Sedal,”<sup>113</sup> para referirse a ellos mismos como objetos de mi investigación. Además, ante el escepticismo mostrado por algunos miembros de la audiencia en la primera etapa de la investigación y con el fin de ser “aceptada” como miembro de la comunidad, ajusté ligeramente mi conducta mostrándome conocedora del certamen, sus anécdotas y sus códigos. En este sentido, entablar conversación con miembros de

---

<sup>113</sup> Me refiero a la comparación de la investigación con *Jara y Sedal* la revista española de divulgación sobre caza y pesa, o con el programa de televisión con el mismo nombre.

la audiencia sobre películas que habían pasado por el festival así como sobre anécdotas pasadas, probó ser una estrategia útil para conseguir ganar atención sobre mi investigación y el último término, lograr un cierto grado de aceptación.

Me queda por anotar que cuando hablemos de las cualidades de la audiencia, nos referiremos al conjunto de espectadores que asisten o asistieron al certamen en los años que abarca el estudio. En ningún caso, las conclusiones que extraigamos en torno a las acciones colectivas de la audiencia servirán para valorar las motivaciones y gustos individuales de los espectadores. Como hemos tratado de expresar a lo largo de esta tesis, no existe un solo tipo de espectador y si algo pretendo es representar a un conjunto heterogéneo de aficionadas y aficionados al cine, que se aproximan al género de diferentes formas, que tienen diferentes motivaciones para asistir al festival y que en ocasiones son difíciles de acomodar a los estereotipos y clichés que habitualmente se le asumen a los aficionados del fantástico y al cine de culto (Pujol 2011, 117-19). Por ejemplo, nos sorprenderá saber que algunos de los entrevistados manifestaron no gustarles el cine de terror, o que un número sustancial de asistentes son además ávidos consumidores de cine clásico y de autor.

### 7.3 La Semana de Terror como evento de culto

Pese a situarse genéricamente junto con otros festivales temáticos dedicados al terror y al fantástico, resulta problemático afirmar sin más que las películas que se proyectan en la Semana son de terror o fantásticas. Si algo podemos aprender asistiendo a festivales especializados en el género es que el terror, la fantasía y la ciencia ficción son categorías extremadamente permeables que a menudo incorporan un amplio rango de significados, estilos y subgéneros. Con todo, la propia organización define la programación cinematográfica de la Semana como “una programación de cine de género fantástico y de terror, entendido esto desde un punto de vista heterodoxo” (Carlos Plaza, entrevista personal, 2013). En general, si atendemos al cuerpo de películas que se proyectan en la Semana, estas pueden fácilmente catalogarse bajo el *fantástico*, una categoría del todo ecléctica que Cristina Pujol (2011) encuadra genéricamente bajo el legado del *fatastique*, un género que proviene de la literatura francesa: “(...) un género adoptado por el cómic y sobre todo por el cine, que le ha dado una de sus formas más populares, un híbrido de la ciencia ficción y el terror al que pueden sumarse otros géneros como el *noir*, el *giallo*, las



aventuras, el porno, la comedia gamberra, etc.” (153)

Entre 2013 y 2016, el fantástico se ha presentado en la programación de la Semana a través de géneros, subgéneros, temáticas y categorías culturales tan dispares como el crimen y el *giallo*: *L'etrange couleur des larmes de ton corps* (Hélène Cattet, Bruno Fornazi, 2013); el *slasher* y el *splatter*: *31* (Rob Zombie 2016); el falso documental: *Lo que hacemos en las sombras* (Jemaine Clement y Taika Waititi, 2014); el cine europeo de calidad contrastada: *The Man in The Orange Jacket* (Aik Karapetian, 2014), *Aux yeux des vivants* (Julien Maury, Alexandre Bustillo, 2014); la comedia *zombie*: *Life After Beth* (Jeff Baena, 2014), *Dead Snow 2: Red VS Dead* (Tommy Wirkola, 2014); el *gore* español: *La noche del virgen* (Roberto San Sebastián, 2016), *Pos eso* (Sam, 2014), *Musarañas* (Esteban Roel, Juanfer Andrés 2014); la ciencia ficción: *Terraformars* (Takeshi Miike, 2016); el *J-horror* o cine de terror japonés de actualidad: *Cult* (Koji Shiraishi, 2013), *Tag* (Sion Sono, 2015); el anime (*Miss Hokusai* (Keiichi Hara, 2015), *Saint Seiya: Legend of the Sanctuary*, (Keiichi Sato, 2014); las fantasías heroicas de artes marciales: *Tai Chi Hero* (Stephen Fung 2012); las películas centradas en neo-monstruos e infecciones virales: *Shin Gojira* (Hideaki Anno, Shinji Higuchi, 2016), o el vampirismo y el canibalismo: *Byzantium* (Nei Jordan, 2013), *We Are What We Are* (Jim Mickle 2013), entre otras muchas patologías y entelequias paranormales y a los que habría que sumar los cortometrajes a competición.

Si atendemos al voto del público, comprobamos que las películas más valoradas por la audiencia en 2012 (*Cockneys VS. Zombies*, Matthias Hoene, 2012), 2013 (*Bienvenidos al fin del mundo*, Edgar Wright, 2013), 2014 (*Lo que hacemos en las sombras*, Jemaine Clement y Taika Waititi, 2014) y 2015 (*Turbo Kid*, Anouk Whissell, François Simard, Yoann Karl Whissell, 2015), fueron comedias, rompiéndose este esquema en 2016 con la película ganadora *Train to Busan* (Yeon Sang-ho, 2016) un filme de zombies que podemos categorizar dentro del cine de acción de calidad.

Aunque tanto su creador y primer director José Luis Rebordinos (1990–2010), como su actual director José Miguel (Josemi) Beltrán, reconocen haber tratado de mantener una línea de programación lo más variada posible, a lo largo de los años, el terror asiático, la comedia gamberra y el *anime*, se han ido consagrando como los géneros estrella del festival. No obstante, como explica Beltrán, el estado del mercado de filmes, siempre pesa sobre las elecciones de los programadores: “La

mayor o menor presencia de vampiros, hombres lobo o superhéroes en el festival siempre está supeditada a la ‘cosecha’ de cada año. Además, nos encontramos en una posición crítica por venir después de Sitges, y quedan pocas películas a estrenar” (Beltrán, entrevista personal, 2013). La contundente presencia del Festival de Cine de Sitges en el calendario de festivales de terror y fantástico implica que el proceso de selección quede a expensas de que lo que esté disponible una vez haya pasado la temporada alta de festivales. A pesar de todo, Beltrán concluye que “para programar nos guiamos por nuestro gusto personal que tratamos de mantener a tono con el gusto de la audiencia por lo bizarro” (Beltrán, entrevista personal, 2013).

Este “gusto por lo bizarro” del que habla Beltrán y que es objeto de celebración en la Semana, nos permite pensar en el conjunto de películas que se proyectan en el festival como “películas de culto.” En primer lugar, como el propio término indica, a la categoría del culto pertenecen casi siempre películas que generan una gran devoción entre el público y a las que a menudo se asocian a los modos de consumo de los fans: el coleccionismo, los peregrinajes, el cosplay o las formas de recepción entusiastas y activas. Películas como *El Gran Lebowski* (Joel Cohen y Ethan Coen, 1998), *Tiburón* (Steven Spielberg, 1975), o *El club de la lucha* (David Fincher, 1999), son filmes de los que continuamente se celebran proyecciones colectivas en salas y son consideradas fenómenos de “culto” por el seguimiento devoto que generan por todo el mundo (en Kentucky, Estados Unidos, se celebra anualmente el Lebowskifest, un gran evento anual dedicado a *El Gran Lebowski*). En segundo lugar, la variedad de películas que provocan estos movimientos cultistas, ha llevado a muchos autores a plantearse qué hace a una película, una película de culto: ¿sus modos genéricos, su estética, su narrativa, sus modos de producción?

Ernest Mathijs y Xavier Mendik (2007) esbozan un esquema aislando algunos de los elementos típicos que rodean al cine de culto en función de su anatomía, sus formas de consumo, su política económica y su estatus cultural. Desde un punto de vista “anatómico” Mathijs y Mendik concluyen que en cuanto a contenido, estilo y género, estas películas suelen ser innovadoras estéticamente o temáticamente y de bajo presupuesto. Además a menudo son transgresoras desde un punto de vista ideológico o de estilo, y contienen elementos que subvierten las normas de consumo establecidas por el canon cinematográfico (1-3). En muchas ocasiones son además películas que no tuvieron éxito en salas y que son reivindicadas por las audiencias y algunos sectores de crítica como películas que poseen valores ocultos y moralmente

provocadores. Esto significa que en el lenguaje del cine *mainstream*, a menudo se considera que estas películas están mal hechas, poseen pocos valores cinematográficos y de producción y por ello, son difíciles de distribuir en el circuito “oficial.” De ahí que muchos hayan calificado el cine de culto como cine basura o *trash* (Sconce 1995), una característica que en los contextos de consumo del cine de culto se considera más una ventaja que una imperfección.

Esta misma actitud la encontramos tanto en la programación de la Semana de Terror como en la actitud de su audiencia, que cuando no aplaude la ineptitud de muchas películas, considera el mal cine motivo de celebración. La estética basura, el bajo presupuesto, la mediocridad y el mal gusto que definen a clásicos de culto como *Bad Taste* (Peter Jackson, 1987), la franquicia de *Evil Dead* (Sam Raimi, 1981, 1987, 1992), o las películas de Jesús Franco, son parte de los códigos de provocación con los que juega la audiencia de la Semana. Antonio José Navarro, habitual colaborador de la Semana de Terror, escribe en una reseña sobre la décimo tercera edición de la Semana: “Instantes buenos, malos y regulares, que han convertido la XIII Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián, una vez más, en una experiencia inolvidable (Navarro 2012, 41).

Por último Mathijs y Mendik (2007) sostienen que los musicales, la ciencia ficción y las películas fantásticas son buenas candidatas para convertirse en películas de culto. Si atendemos a su categorización llegamos a la conclusión de que las películas de culto se encuentran en las antípodas del gusto de las audiencias “normales,” “legítimas” o *mainstream*, y por ello, se les suele atribuir valores contraculturales. Esto mismo sostienen Mark Jancovich, Antonio Lázaro-Reboll, Julian Stringer y Andy Willis (2003) para quienes el cine de culto no se definen tanto por unas características estilísticas o de producción comunes, como por representar unas formas ideológicas subculturales que contrastan con todo lo que resulta aceptable por el *establishment* (1). Es decir, en último término, el cine de culto representaría un inconformismo profundo que se concretaría en formas de consumo “diferentes” que se oponen activa y conscientemente a la cultura masiva representada, por ejemplo, en determinados productos hipercomerciales.

Cristina Pujol (2011) añade que este rechazo que las audiencias de culto (que ella define como cinéfilos) expresan hacia el cine canónico, se dirige además de a la cultura *mainstream*, a la cinefilia, como la forma de consumo erudita preferida entre las élites culturales y económicas (118). En el caso de la Semana de Cine Fantástico y

de Terror esta afirmación puede ser cuestionable dado que durante mis conversaciones, muchos miembros de la audiencia no sólo se confesaron “ávidos cinéfilos” sino también asistentes asiduos al Zinemaldia (Festival Internacional de Cine de San Sebastián), un festival que se define precisamente por el tipo de postulados que supuestamente rechazan los fans, cinépagos o aficionados al fantástico. Al plantearse en las conversaciones si existe un espectador típico de la Semana, uno de los participantes confirma esta tendencia: “Hay un núcleo duro de personas que va mucho cine y que va a todo lo que se monta aquí. Yo por ejemplo voy con pase al Zinemaldi y al Festival de Cine de derechos Humanos, y todas las semanas voy a las sesiones que organizan los Trueba y el Club Kresala, y a lo que surja” (C:H:30).

El comentario de este participante no representa un caso excepcional: un 62 por ciento de los encuestados indicaron que asisten a otros eventos cinematográficos a lo largo del año, entre los cuales destacan el Zinemaldia (treinta y dos personas) y otros espacios de visionado asociados a la cinefilia en San Sebastián como el Club Kresala y el Ciclo Nosferatu que organiza Donostia Kultura (Tabla 10 y Tabla 16).<sup>114</sup> Dada la actividad cinéfila que los miembros del público desarrollan a lo largo del año en San Sebastián, no sorprende que el público de la Semana mantenga el contacto con otras personas del público a lo largo del año (Tabla 9). Todo esto nos lleva a pensar que demarcar rigurosamente los gustos y motivaciones de las audiencias de la Semana resulta tremendamente problemático.

Ante las dificultades de asociar el cine de culto a unos gustos concretos, recientemente, los investigaciones parecen coincidir en que el cine de culto, está ante todo asociado a unos modos de recepción colectiva muy activos y marcadamente indisciplinados cuando se trata de consumo en salas. Ya en 1995, Jeffrey Sconce (1995), llega a la conclusión de que el cine de culto, al que él llama “paracine,” “más que un grupo distinto de filmes, es un protocolo de lectura particular, una “contra-estética” que se ha convertido en una sensibilidad subcultural dedicada a todo tipo de detritus cultural” (372). Aunque, como indica Pujol (2011) la afición al fantástico ha sido desprestigiada por las instituciones académicas y excluida como objeto potencial de estudio (153), lo cierto es que las audiencias de culto han catalizado la atención de

---

<sup>114</sup> Hay que tener en cuenta que cuando se realizaron los cuestionarios Tabakalera aún no estaba activa.

autores que se han interesado por cómo estos públicos se involucran activamente en festivales y convenciones (Hills, 2010), así como en todo tipo de contextos de exhibición participativos en los que domina un ambiente festivo, informal y grosero (McCulloch 2011; Jerslev 2007; Van Extergem 2004; Austin 1981). Janet Staiger (2000), por ejemplo, explica que el comentario y “hablar en la sala” ha sido una práctica recurrente entre grupos minoritarios o socialmente marginales como los que a finales de los años setenta asistían a las proyecciones catárticas de *The Rocky Horror Picture Show* (1975), que en torno a 1976 se convierte en un evento al que asisten asiduamente hombres homosexuales de la clase urbana, y en el que se genera un visionado festivo y ritual basado en el comentario y en las reacciones provocadoras del público hacia el filme (45). Una fórmula que empieza reproducirse a partir de los setenta en los estados Unidos en las sesiones de cine de calidad “dudosa” o *midnight movies* y posteriormente en los años ochenta, en festivales de cine de temática fantástica, como el festival internacional de Cine Fantástico de Bruselas, cuyos programadores, como explica Van Extergem (2004), “no tienen miedo de programar algunas de las peores películas, particularmente a media noche, para el deleite de una audiencia embravecida e irreverente” (217).

Si Van Extergem da cuenta de toda una serie de conductas propias de los contextos de visionado colectivos centrados en el fantástico, Anne Jerslev (2007), escribe sobre cómo los eventos de culto pueden ayudarnos a entender qué es una película de culto. Esto mismo trata de demostrar en su texto *Semiotics by Instinct: ‘Cult film’ as a signifying practice between film and the audience*, donde comenta los casos de dos filmes que desde los años setenta han sido el centro de visionados colectivos y de todo tipo de proyecciones catárticas en las que el público interactúa de forma colaborativa con la película construyendo espontáneamente un texto colectivo que se recita durante las proyecciones: *The Rocky Horror Picture Show* (1975) y *El sueño eterno* (1946). A partir de la propuesta de Andrew Tudor (1974) de considerar el género como un concepto que puede aludir también a los contextos y formas de consumo de un film, Jerslev (2007), argumenta que lo que convierte una película en una película *de culto*, es una audiencia que interpreta e interactúa con el film desde su presente particular, y desde las condiciones espacio-temporales concretas que modulan tanto los procesos de interpretación, como la interacción colectiva con el film. Jerslev lo resume de la siguiente manera: “Cult film is fundamentally an event. A cult film is only brought into existence in so far as one talks of a certain interaction between the

text and an audience. On the other hand, this specific relationship is made possible by certain textual arrangements and historical circumstances” (92).

Jerslev (2007), no obstante, pone en duda que los eventos de culto y sus audiencias, posean cualidades contraculturales en la actualidad. Su argumento es que las películas de culto de las que en su día se apropiaron audiencias que querían reivindicar identidades y subculturas marginales, han terminado siendo absorbidas por la cultura *mainstream*, cuando no, siendo éxitos comerciales (93). Usando como punto de partida la descripción que Jerslev hace del evento de culto como una situación social que se materializa en la interacción particular de la audiencia con el filme bajo unas circunstancias históricas dadas, voy a examinar a la audiencia de la Semana como una comunidad interpretativa que desde principio de los años noventa, recrea colectivamente un ritual único para mediar con las películas, los invitados del festival, y los organizadores del certamen.

Si Jerslev entiende que hoy en día el cine de culto existe en el marco del cine comercial y de la cultura *mainstream*, y por tanto, no comporta necesariamente un estatus contracultural, me gustaría desafiar su postura para el caso concreto de la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián. A partir de un breve recorrido por los orígenes de la Semana de Terror, voy a argumentar que es posible establecer una relación entre el arranque de la Semana y el contexto sociopolítico particular del País Vasco a principios de los noventa, un período altamente conflictivo y culturalmente pujante que le va a contagiar al festival su reputación irreverente y subversiva. Para ello, antes de adentrarnos en examinar el peculiar ritual que tiene lugar en el Teatro Principal, voy a observar el discurso de las audiencias en torno a la memoria del certamen.

#### 7.4 Un festival para los jóvenes de San Sebastián

La Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián arranca como un proyecto del Patronato de Cultura de San Sebastián en 1990 con la ambición de atraer a la gente joven a la programación local de cine. Con este objetivo, el proyecto se pone en las manos de José Luis Rebordinos, un joven cinéfilo que en los años ochenta empezaba a ser conocido entre los locales por organizar desde 1978 un próspero cineclub en Rentería, un municipio obrero a diez kilómetros de San Sebastián y por entonces, una de las zonas más convulsas del estado español. Tres

veces a la semana, centenares de jóvenes se reunían en el espacioso Salón Victoria donde pasaban películas de autores como Bergman o Pasolini y donde, empezaban a organizarse con regularidad sesiones de cine de terror. En una entrevista personal, Rebordinos rememora el espíritu subversivo y dialogante que se cultivaba en el cineclub:

Éramos chavales de izquierdas y el cineclub era nuestra forma de hacer política y de traer películas que no podíamos ver y que la gente pudiera ver cine por muy poco dinero, quien no podía pagar se le dejaba entrar. Cada viernes se pasaban tres sesiones. Igual pasábamos Tiburón en una sesión y en otra igual dábamos *La Reina Kelly* de Stroheim. En un viernes cualquiera podíamos tener entre seiscientas y setecientas personas. Casi siempre las sesiones terminaban con debates políticos. (Rebordinos, entrevista personal, 2013).

Años más tarde, Rebordinos es convocado en el Ayuntamiento de San Sebastián junto con otros profesionales para empezar a montar una programación de cine paralela a la que ya existía en la ciudad. De estas reuniones surge el Ciclo Nosferatu, que programa fundamentalmente cine clásico y que a pesar de su rotundo éxito en la ciudad atrae fundamentalmente a un público marcadamente adulto y por encima de los treinta años. Con el fin de atraer a la gente joven de San Sebastián se organiza el ciclo “Terroríficamente Modernos.” El éxito de esta primera edición sembrará la semilla del futuro festival que pasa a llamarse Semana de Cine de Terror en 1992 hasta obtener su título actual en 1993. Para el proyecto, Rebordinos cuenta con el apoyo de un equipo de jóvenes cinéfilos que diseñan un evento hecho a medida de sus coetáneos en el que vuelcan sus gustos cinéfilos. El planteamiento es claro: exhibir películas relacionadas con el terror, la ciencia-ficción y la fantasía, tanto de producción reciente como clásicos del género a través de retrospectivas.

En sus años más prósperos, pasan por el festival invitados de la talla de Peter Jackson, Guillermo del Toro, Jean Giraud (Moebius), Mojica Marins, Isabel Sarli, Alejandro Jodorowsky, así como mitos nacionales del género como Narciso Ibáñez Serrador, Jesús Franco o Paul Naschy, tres de los más queridos por los fieles del festival. Entre finales de los años noventa y principios de los años dos mil, la Semana disfruta sus ediciones más prósperas, gracias a los patrocinios del canal de televisión especializado en terror Calle 13 y de Kutxtabank, (patrocinador hasta 2015), llegando a alcanzar en su décimo tercera edición, en el año 2001, los 40.070 espectadores (frente a los 20.071 espectadores de 1998, los 30.426 de 1999, los 30.441 de 2000 o los

37.656 de 2001). Estas cifras contrastan con el alcance actual del festival, que en 2015 acogió a 25.560 espectadores.<sup>115</sup> En parte, este descenso de público se debe a los recortes de presupuesto procedente de Donostia Kultura, el Gobierno Vasco y el ICAA, así como de la pérdida del patrocinio de Calle 13 a partir de 2012, lo que ha supuesto una reducción en la programación y el número de salas. Si a principios de los dos mil el festival proyectaba en el Kursaal y mantenía colaboraciones con los Cines Príncipe y la Universidad de País Vasco, en la actualidad, el festival se conforma con proyectar películas en el Teatro Principal y el Teatro Victoria Eugenia. Por ejemplo, la edición de 2007 se celebró con 387.000 euros procediendo la financiación de Donostia Kultura, Gobierno Vasco, ICAA, Kutxa, Canal Calle 13, Diputación, Filmoteca Valenciana y CGAI, así como de otros departamentos municipales. Estas cifras contrastan con las de 2015 celebrada con 170.000 euros de presupuesto de gastos e ingresos. Entonces, además de la aportación propia de Donostia Kultura y de los ingresos por taquilla, aportaron Euskera, Juventud y Turismo del Ayuntamiento, así como Gobierno Vasco, la Diputación y el ICAA, además de las aportaciones de la Fundación 2016 y del patrocinio del supermercado local, Super Amara.

Durante los primeros años de prosperidad, el festival expande como nunca antes sus actividades hacia la ciudad, celebrando teatro de calle, conciertos, además de las exposiciones de rigor centradas en el cómic, como las Jornadas del Cómic, celebradas entre 2004 y 2010. Pero sobre todo, en este tiempo, la Semana de Cine Fantástico y de Terror se consagra como un punto de encuentro anual para las subculturas *underground* que en los años noventa se reúnen en torno al cine de terror, los fanzines, las revistas especializadas y corrientes musicales contraculturales como el *heavy metal* o el *punk rock*. Los inicios de la Semana de Cine Fantástico y de Terror coinciden con un período de bonanza cultural para el género en España, que alcanza su punto álgido con el éxito comercial de películas como *Acción mutante* (Álex de la Iglesia, 1992), *El día de la bestia* (Álex de la Iglesia, 1995), *Airbag* (Juanma Bajo Ulloa, 1997), o la creación la productora barcelonesa Fantastic Factory. Este despertar del género, que se deja notar en el ascenso en el número de producción de filmes de terror a lo largo de la década de los noventa (de cuatro producciones en 1991 a once en 1997) (Lázaro-Reboll 2014, 198), está directamente relacionado con la incorporación

---

<sup>115</sup> Cifras facilitadas por la organización.



de la producción cinematográfica española al campo más amplio de la cultura popular y el cine comercial, del que también se hacen eco las formas de recepción del público en el festival. Como indica Cristina Pujol (2011), la manera en la que estas películas abrazan sin complejos los valores de producción y de creación propios del cine de acción y de terror norteamericano y de los *blockbusters*, pero también elementos del *gore* y de la comedia, crea gran estupefacción ante la crítica hegemónica anclada en los postulados cinematográficos de las generaciones cinéfilas de los años sesenta y setenta y que ven estas películas como amenazas para el porvenir del arte cinematográfico (42-3).

En un texto sobre la importancia de los eventos en el imaginario de las audiencias de cine de terror, Matt Hills (2010), explica que en las últimas décadas los festivales de cine y convenciones han contribuido a estimular las subculturas del cine de terror, creando espacios de encuentro en los que sus aficionados (a quienes define como *flesh-and-blood audiences*) han podido compartir su amor por el género, acumulando, a su vez, capital subcultural que les convierte en mejores y más expertos fans a los ojos de los demás aficionados (90-1). Habría que añadir que la proliferación de certámenes temáticos ha contribuido también a promover determinadas formas de consumo y de recepción entre los fans. En este tiempo de “renacimiento” la Semana de Terror se convierte en un espacio donde se da cobijo a toda una generación de fans, críticos y creadores, y donde a diferencia de la mayoría de espacios institucionales de entonces, se da rienda suelta a la libertad creadora y las expresiones espontáneas del público y de jóvenes creadores que rondan la veintena y que empiezan proyectando aquí sus primeros cortometrajes. Nacho Cerdà, Paco Plaza, Jaume Balagueró, Juanma Bajo Ulloa, Koldo Serra o Santiago Segura, pasarán en la Semana de Terror sus primeros trabajos ante una audiencia completamente narcotizada y fuera de sí. Así narra José Luis Rebordinos el ambiente caótico y desbocado que se vivía en el Teatro Principal en estas primeras ediciones:

Era un espacio donde la gente hacía muchas cosas. Cuando yo dirigía la Semana de pronto aparecía alguien y me preguntaba “¿me pones esto?” Y cada noche ponía algo que traía alguien. O de repente sonaba una música que no tenía por qué sonar porque los de cabina habían decidido hacer lo que les daba la gana por encima de la dirección del festival. Era un caos. Muchas veces había noches que la mitad del programa no estaba previsto y que surgía porque alguien traía algo o porque pasaba algo. (Rebordinos, entrevista personal, 2013)

Además de haber participado del despegue de muchos cineastas españoles, el festival ha sido el centro neurálgico del mundo del fanzine en España, haciendo de campo de pruebas para escritores amateur y publicaciones especializadas en terror y fantástico como *El Grito*, *Serie B*, *¡Están Vivos!*, *Imagen Death*, *Viva Poe*, *Ojalatemueras* o *Quatermass*, *Zineshock*, *Annabel Lee*, *Subterfuge* fanzines cuya historia y creadores (Pedro Calleja, Rubén Lardín, Sandra Uve, Javier G. Romero, Borja Crespo, Charly Álvarez y Jaume Balagueró entre otros) crecen junto a la Semana. Entre ellos hay que destacar *2000maniacos*, creado en 1989 por Manuel Valencia, uno de los personajes más queridos por las audiencias del festival. Desde 1992, *2000maniacos* es “adoptado” por el certamen y pasa de ser una publicación de estilo amateur a crear copias de calidad y en color con distribución nacional. Desde entonces, el fanzine empieza a editar números especiales una vez al año coincidiendo con la Semana e íntegramente financiado por el certamen, como *¡Regreso a los ochenta!* (2013), o *Grecia Salvaje* (2015). Además hay que destacar los Encuentros de Fanzines o “guerra de fanzines” realizados por el público que se celebraron entre 1996 y 2003, y que han sido excepcionalmente recuperados para la última edición del certamen en 2016. Aunque en esta tesis no ha tenido cabida el estudio la Semana de Terror en relación a la producción de material amateur, fanzines y material impreso de carácter efímero, nos toca reivindicar la importancia de estas creaciones como documentos privilegiado desde el que aproximarse a la historia de la subcultura del terror y sus audiencias.<sup>116</sup>

Todo este caldo de cultivo se ve potenciado por la creciente presencia de una cultura de resistencia en el País Vasco de principios de los noventa, de la que surgirán toda una serie de movimientos contraculturales. Un hecho que es relevante a la historia social del certamen, es tanto en San Sebastián así como en los pueblos colindantes de donde provenía buena parte de la audiencia de la Semana de Terror, se encontraban inmersos en una ola de violencia nacionalista en la que eran comunes el vandalismo, las reyertas callejeras y los asesinatos a manos de etarras. Si entre 1990 y 1992 la banda terrorista ETA asesina a noventa y siete personas, de esos asesinatos

---

<sup>116</sup> Para ampliar la información sobre el fanzine *2000maniacos* y su relación con la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián, véase Antonio Lázaro-Reboll, *Spanish Horror Film* (Edinburgh: Edinburgh University Press, 2014), 180-97.

veintitrés se producen en Gipúzkoa y quince en San Sebastián, la ciudad con más víctimas asesinadas hasta la fecha por ETA.<sup>117</sup> Rebordinos cuenta como a pesar de todo, el festival era un espacio apolítico, en el que el cine difuminaba las diferencias: “Estos chicos, se estaban pegando en la calle, algunos eran incluso militantes, pero cuando entraban en el Teatro, quién eras fuera, no importaba” (Rebordinos, entrevista personal, 2013).

Aunque la expansión de la subcultura del fantástico y del cine de culto en este contexto no ha sido estudiada en relación con otras manifestaciones culturales y sociales de entonces, existen premisas, sobre todo en el ámbito de la emergencia de los grupos de *punk* y de la música antisistema, que nos animan a valorar el papel que las circunstancias sociopolíticas de este periodo pudieron tener sobre el despertar de la subcultura del terror y la fundación de la Semana de Terror. Por ejemplo, Huan Porrah Blanco (2006) vincula la agitación social que se vivía en País Vasco con la emergencia de corrientes subculturales en contra del *status quo* como el *euskalpunk*. Con todo, a pesar del conflicto que se vive en las calles, el festival se nutre del sentido generalizado de libertad y emancipación que reina entre los jóvenes vascos. Una noche cualquiera en el Teatro Principal, podrían verse espectáculos de *strippers*, conciertos en vivo de grupos antisistema, intervenciones espontáneas del público y proyecciones de material amateur. Rebordinos rememora algunos de momentos más desenfundados del festival: “Los primeros años fueron locos. La gente se drogaba, se podía fumar y beber. Había noches que a las cinco de la mañana en la sala quedaban veinte dormidos, y los otros quinientos estaban en el bar. El bar del Principal fue un sitio muy importante” (Rebordinos, entrevista personal, 2013).

Aunque el certamen lleva ya veintisiete años celebrándose, el pasado “glorioso” del festival es un tema recurrente de conversación entre los miembros de la audiencia más veteranos que como Rebordinos, comentan con nostalgia la radicalidad de las noches de los primeros años en el Teatro Principal. Es más, aproximarme al pasado del certamen no ha sido difícil ya que desde mi primera visita percibí una predisposición por parte del público a narrar las aventuras y desventuras de los primeros tiempos. Esta es una tendencia que no sólo se da entre los espectadores más “senior.” La narración oral del festival por parte de las audiencias

---

<sup>117</sup> Datos de la Fundación de Víctimas del Terrorismo. <http://www.fundacionvt.org>. Accedido el 12 de noviembre, 2016.

no sólo forma una parte importante de las conversaciones que se producen entre conocidos, sino que recordar anécdotas de diferentes eventos que ocurrieron en el Teatro Principal parece tan importante como asistir a las proyecciones de la sección oficial. Al ser preguntados por sus primeras experiencias en el festival, un número sustancial de veteranos recordaban de forma nostálgica el ambiente indisciplinado, reaccionario y casi violento que reinaba en el teatro:

Cuando yo vine por primera vez hace veintitrés años, lo primero que me dijeron mis padres fue, “¿Te vas a la puta guerra o qué? ¿A San Sebastián?” y claro, yo venía pensando “Me voy a San Sebastián, que hay lío, la revuelta de piedras de *Barricada*.”<sup>118</sup> Yo puedo contar cosas extraordinarias de lo que pasaba en el cine a partir de las cinco de la mañana cuando había sesiones golfas hace veintidós o veintitrés años. Daba un poco de miedo.<sup>119</sup> (J:H:47)

Dos participantes veteranos, se suman a los comentarios de su compañero: “Las cosas han cambiado mucho, nos hacemos viejos” (H:H:43). “Digamos que las cosas ya nos son como eran” (L:H:42). No sorprende entonces que un número significativo de personas que realizaron los cuestionarios señalaran que “el ambiente del Teatro Principal ha decaído” (el 25 por ciento de los encuestados). El 6,8 por ciento señaló que el ambiente ha mejorado, y un 63,9 por ciento opinó que el ambiente sigue igual (Tabla 14). En este extracto anterior, la memoria del festival se invoca a través de la memoria del País Vasco en los años noventa que los fans más veteranos narran como una suerte de “territorio salvaje.” Tal y como muestra la secuencia, recordar la proximidad del conflicto y la crudeza de las primeras experiencias en el festival detona un sentimiento de nostalgia entre los participantes que coinciden en que aquéllos, eran tiempos mejores. Si bien, la memoria del País Vasco en los años noventa no forma parte del discurso de los asistentes más jóvenes, la memoria de eventos, anécdotas y personalidades forma parte de una mitología que ha ido pasando de generación en generación y que los espectadores más jóvenes narran orgullosos.

---

<sup>118</sup> El participante, cita el título de la canción del grupo navarro de *heavy metal* y *punk rock*, *Barricada*. La revuelta de piedras a la que hace referencia la canción, es la Guerra de las piedras o la primera Intifada entre palestinos y el las Fuerzas de Defensa israelíes en 1987.

<sup>119</sup> Las “sesiones golfas” a las que se refiere el participante eran maratones de cine que el festival organizaba en el Principal y que podían durar hasta las seis de la mañana. Estas sesiones, que se han dejado de celebrar, son a menudo reclamadas por el público.

Creo que las corrientes políticas y la radicalización que caracteriza a los jóvenes de sesgo urbano durante este periodo, son esenciales para entender la significancia política que se encuentra detrás de la emergencia de las subculturas del cine de terror en España. Hemos visto que la mayoría de los autores que han tratado las subculturas del terror y el fantástico se decantan por una interpretación ideológica del culto en la que el gusto por lo abyecto (y su celebración, en este caso) se corresponde con una forma de posicionarse en las antípodas de una cultura oficial y de distanciarse de las “audiencias populares más ‘normales’,” como las ha definido John Fiske (2007, 446). Jeffrey Sconce (1995), sin embargo, va algo más lejos al sugerir que el interés paracinemático en la estética “basura” y el exceso, “sirve de recordatorio de que todas las formas de poética y de crítica están en última instancia vinculadas a cuestiones de gusto; y el gusto, a su vez, es una construcción social con implicaciones políticas profundas” (392). Si atendemos a las circunstancias históricas en las que se gesta la Semana de Terror, podemos intuir que parte de esta cultura efervescente emerge de la disconformidad generacional de estos jóvenes urbanos respecto a la censura parental y a toda la serie de instituciones sociales que les preceden: la Iglesia Católica, los padres nacidos franquismo. Una disconformidad que además, viene enmarcada por acontecimientos como la entrada de España en la Unión Europea, y por una juventud urbana que en los albores de los años noventa entra en contacto con la cultura comercial masiva y la posmodernidad (sin olvidar que la situación fronteriza del País Vasco, lo ha hecho siempre una región permeable al influjo europeo). Es precisamente esta juventud la que, como ha indicado Cristina Pujol (2011), va a protagonizar una verdadera renovación cinéfila en España (151).

Con todo, limitar el sentir subcultural de las audiencias de la Semana de Terror a una inconformidad respecto a la cinefilia y la cultura masiva, sería en exceso simplificador, sobre todo si siguiendo a Jerslev (2007), tenemos en cuenta las circunstancias históricas y el espacio concretos en los que implosionan toda esta serie de intereses paracinemáticos. ¿A qué se oponen las audiencias del festival? ¿De dónde procede esta devoción colectiva por el *trash*, as el mal gusto, lo escatológico, la parodia, el terror, la fantasía y el *hard-core*? Sarah Throton (1995) critica que los estudios canónicos que han examinado las subculturas juveniles (Hebdige 1988; Hall y Jefferson 1976) se han limitado a definir la proliferación de ciertas modas, estilos musicales y formas de consumo practicadas por los jóvenes como una suerte de fortaleza respecto a la cultura “masiva” o “dominante” (92). Para Thornton, para entender cualquier

subcultura juvenil es imprescindible dejar de lado las nociones clásicas y abstractas de la cultura mainstream y el *establishment* y contextualizar en cada caso concreto, respecto a qué y quiénes se imaginan estos jóvenes. Siguiendo a Thornton, en las páginas que siguen vamos a dar forma a esta serie de “desafecciones” que las audiencias de la Semana de Terror expresan a través de su peculiar ritual en el Teatro Principal de San Sebastián.

## 7.5 La audiencia de la Semana

¿Quiénes son los fieles, que se llaman así mismos *freaks*, y que asisten religiosamente a la Semana de Terror? En primer lugar para un espectador no habituado al ecosistema de los contextos en los que se mueve la afición al fantástico y al terror, puede resultar llamativo que la mayor parte del público de la Semana de Terror sean hombres bien entrados en los cuarenta años. La presencia abrumadora de hombres en eventos con esta temática ya ha sido identificada por Van Extergem (2004) en su estudio del Festival Internacional de Cine Fantástico de Bruselas. Aunque este desequilibrio se ha ido suavizando con el paso de los años, la diferencia entre hombres y mujeres todavía se percibe en el Teatro Principal y en las propias intervenciones de las audiencias durante las sesiones. En 2013 el 79,6 por ciento de las personas que respondieron al cuestionario eran hombres y el 20,4 por ciento, mujeres (Tabla 2). Esa diferencia, aparece compensada por los participantes en los grupos focales de los cuales veinte fueron hombres y dieciséis mujeres. Hay que puntualizar que esto se debe más al hecho de que tanto hombres como mujeres se prestaron a participar en las entrevistas, que a mi esfuerzo por conseguir una muestra equilibrada.

En lo que respecta a la procedencia geográfica, la mayor parte de la audiencia viene de San Sebastián y alrededores (setenta y ocho de los encuestados). De los que vienen de fuera de País Vasco, la mayoría viajan desde Madrid y Barcelona (diecisiete de los encuestados) (Tabla 3). Si tenemos en cuenta estos datos, no sorprende parte de la audiencia que coge vacaciones para asistir al festival, dedique ese tiempo que no está en la sala a visitar exposiciones y otras actividades que el certamen ofrece fuera de su programación cinematográfica. Mientras que el 64,8 por ciento de los encuestados dedican tiempo a visitar las exposiciones que organiza el festival (en torno a cómics, ilustradores, memorabilia, producción de efectos especiales, etc.), un 17,6 por ciento asiste a las ruedas de prensa que se celebran cada mañana, siendo la presentación del

número especial de *2000maniacos* uno de los eventos más populares entre los fans (Tabla 8).

Aunque las audiencias de la Semana se muestran participativas respecto a todos los eventos que celebra el certamen, ver las películas de la sección oficial en el Teatro Principal sigue siendo la atracción principal para los acérrimos, que confirman su lealtad comprando el abono edición tras edición. Cada año el festival emite un número limitado de abonos que da acceso a toda la sección competitiva en el Teatro Principal. Dado que hay un número limitado de abonos que se asignan por orden de llegada, los futuros abonados hacen una cola que para los más previsores puede durar hasta setenta y dos horas. “La Cola de los Sustitos,” como la llaman cariñosamente los fans, se ha convertido en un ritual en sí mismo y formar parte de ella significa ser una personalidad visible para el resto de la comunidad y en última instancia, convertirse en una leyenda del festival. Para motivar a los abonados, incluso los miembros de la organización se desplazan a la cola para servir café y desayunos. Así describe el evento uno de los aficionados al certamen en su blog *Kulturaldia*, un blog que sigue la agenda cultural en San Sebastián y que se ha convertido para algunos en una suerte de diario “no oficial” de lo que ocurre en la Semana cada año:

La Semana de Terror no empieza con la inauguración, empieza en el momento en que te pones a la cola para conseguir el abono que te dará acceso a todas las sesiones del Principal, en una butaca fija. Tu butaca. La taquilla se abre el viernes a las 16:00, como siempre. Y como siempre, hay quien lleva instalado allí desde la pasada noche del miércoles. Sillas, mantas, mesas, juegos de rol, cómics, videojuegos, concursos nocturnos... Todo lo que un semanero necesita para sobrevivir a la intemperie hasta que abran la taquilla.<sup>120</sup>

La anticipación al ritual que la cola le concede a los fans del País Vasco, es un evento de carácter local del que no pueden disfrutar todos los participantes en la Semana. Para los que vienen de otras regiones de España, un número limitado de abonos salen a la venta por teléfono diez días antes de que de comienzo el festival. Las líneas se abren sólo dos horas a lo largo de dos días, lo que ha hecho que las personas que compran su abono por teléfono no renuncien a tener su propia mitología en torno al sacrificio. Es

---

<sup>120</sup> Iñaki Ortiz, "15 horas en la cola de la Semana de Terror," *Kulturaldia* (blog), 21 de octubre, 2014, <http://www.kulturaldia.com/peliculas/15-horas-en-la-cola-de-la-semana-del-terror>. Accedido el 13 de noviembre, 2016.

habitual por ejemplo, sorprender a los abonados telefónicos compitiendo sobre quién tuvo que llamar más veces hasta conseguir el abono.

Un aspecto que diferencia a la audiencia de la Semana de Terror de otros certámenes que en España es la asiduidad de su audiencia. Mientras que muchos festivales se benefician de la llegada de nuevas audiencias cada año, esto no ocurre en la Semana de Terror. La Semana no sólo posee un público fiel, sino que conserva buena parte de su público original. Como se puede comprobar en la Tabla 5, un número sustancial de encuestados asisten al festival desde los años noventa (y en ocasiones, también ocupando la misma butaca en el teatro). Además, mientras que el 62 por ciento de los encuestados indicó que desde que desde la primera vez no ha faltado ningún año al certamen, un 28,7 por ciento han venido casi todos los años (Tabla 6).

Esta constancia, que ha sido identificada como un elemento típico de certámenes temáticos y con un carácter vernáculo (Van Extergem 2004; Koven 1999), tiene una serie de consecuencias sobre el perfil social de las audiencias del certamen. En primer lugar, dado que los primeros miembros del público tenían alrededor de veinte años cuando el festival se inauguró, la sensación general es que la audiencia está fundamentalmente formada por personas que se encuentran por encima de los cuarenta años. Una sensación que se confirma si atendemos a las edades de los participantes en los cuestionarios: un 66,6 por ciento tenía en 2013 entre treinta y treinta y nueve años, un 18,5 por ciento entre veintiún y veintinueve años y un 12,9 por ciento, entre cuarenta y cuarenta y nueve años (Tabla 1). Aunque estas cifras confirman en cierto modo el envejecimiento de la audiencia, creo que los datos también reflejan información positiva sobre la presencia de gente más joven en el festival. Un hecho que se constata si atendemos al número de personas menores de veintiocho años que participaron en los grupos focales.

A pesar de todo, el envejecimiento del público es un tema de conversación frecuente entre el público y una cuestión que preocupa a la organización. Muestra de ello es que en los últimos cinco años el certamen ha puesto un mayor esfuerzo en organizar actividades que sean capaces de atraer a personas que están por debajo de los veinticinco años y que tomen el relevo de un certamen en el que hoy descansa —y se mantiene viva— la historia cultural del terror español. La tarea le ha sido asignada a Gugan, un colectivo de jóvenes miembros de la audiencia del festival que desde 2011 se ha especializado en crear para el certamen toda una serie de talleres, charlas y



exposiciones en torno al videojuego y a la creación de proyectos *transmedia* que desde 2011 organiza diferentes eventos para el Festival.

Entre las acciones realizadas, destacan el maratón de creación de videojuegos Hell-Hakathon en el que participaron treinta jóvenes, el taller de experimentación narrativa con temática de terror Straight to Hell, o el Faro de Misterio, un proyecto transmedia realizado en el marco de la capitalidad de la cultura, Donostia 2016 y centrado en documentar relatos de misterio del imaginario colectivo donostiarra. Este proyecto, que se ha desarrollado a lo largo de un año y sus creaciones se presentaron en 2016 en una exposición asociada a la Semana de Terror. Además, en 2013 y 2014 se celebró la sección paralela Nekrogune, durante la que se hicieron *zombie walks*, sesiones de maquillaje y teatro callejero abierto a todos los donostiarras. A pesar de que el festival se ve limitado por el número de butacas en el Teatro Principal, a través de estas actividades paralelas y de las retrospectivas en el Teatro Victoria Eugenia, la organización ha tratado de abrir el festival a los ciudadanos de Donostia y de hacer manifiesta su presencia una vez al año. Un requerimiento que viene de la vinculación del festival a Donostia Kultura y a diferentes agentes públicos. Como servicio público, otra de las agendas a cubrir ha sido la difusión del euskera (regulada por el Servicio de Euskera del Ayuntamiento de San Sebastián), que en el festival se ha llevado a cabo a través de la programación de cine vasco, y de la subtitulación en euskera de todas las películas que se proyectan en el Teatro Victoria Eugenia.

Por otro lado, la asiduidad del público, ha ido generando una comunidad temporal de aficionados al fantástico que “renuevan sus votos” cada año. La presencia periódica de las mismas personas año tras año potencia un sentimiento de comunidad entre los aficionados, que a menudo se describen como “una familia.” Esta familiaridad se expresa también en la relación estrecha que el público mantiene con los organizadores dentro y fuera de la sala y que tanto José Luis Rebordinos como José Miguel Beltrán han tratado de cultivar. Por ejemplo, durante las galas de inauguración Beltrán recibe personalmente a cada uno de los miembros del público. Esta cercanía forma parte de una actitud que se engloba en la estrategia más concreta de hacer sentir al público que son los protagonistas del certamen.

A lo largo de mis cinco años de asistencia, además de la multitud de gestos de compañerismo por parte de la organización hacia las audiencias, he sido testigo del desarrollo de una serie de maniobras encaminadas a este fin. En el año 2013 el festival organizó un *photocall* con los miembros del público de cuyas fotos que se

creó un álbum de cromos homenajeando a los clásicos álbumes coleccionables Monstruos. En este álbum, que se repartió entre el público en la siguiente edición, los miembros del público aparecían en el lugar de los cromos reservándose la contraportada para los varios de los miembros más míticos del certamen de los que se hizo una ilustración. Estos mismos personajes, fueron protagonistas dos años más tarde de un corto titulado *La Semana* (Rubén Sainz, 2015), producido por el festival y realizado por el colectivo donostiarra Kristonkino. Lo provocador de este cortometraje es que está basado en un personaje creado por uno de los miembros de la audiencia más veteranos en el festival que en 2014, subió al escenario durante la noche de Halloween disfrazado de “Pijama Man.” El corto fue proyectado durante una de las sesiones en el teatro Principal para el deleite del público e incluso, para promocionarlo, se celebró una rueda de prensa protagonizada por dos de los miembros del público.

Esta suerte de inversión de roles, ha sido como digo, potenciada en los últimos años por el certamen que busca hacer incluso más explícita la soberanía que ya sustenta el público en el Teatro. Una de las últimas iniciativas ha sido ceder un espacio a dos miembros de la audiencia en el blog oficial que Beltrán tiene en la página web de Donostia Kultura, y cuyo nombre homenajea a la audiencia del festival: *Subtítulos!*.<sup>121</sup> Durante el festival, Beltrán le cede la autoría a una mujer y un hombre de la audiencia que se turnan para hacer una crónica diaria en euskera y castellano de lo que ocurre en el certamen. Finalmente, la presencia prolongada de la audiencia y el pasado del festival que la audiencia consigue con este juego con los protocolos del festival, le ha brindado la oportunidad a distintos miembros del público de encomendarse a todo tipo de actividades creativas dentro del festival, escribiendo fanzines, comisariando exposiciones, proyectando sus películas, o exhibiendo su arte. Nada menos que un 17,6 por ciento de los encuestados indicaron haber colaborado de alguna manera con el festival (Tabla 11).

Nos queda caracterizar a las audiencias como consumidoras de cine. Como venimos anunciando podemos clasificar a las audiencias de la Semana como un público cinéfilo, que además es aficionado al cine fantástico y de culto. Si durante las conversaciones varias personas mencionaron no ser grandes fans del cine de terror, de

---

<sup>121</sup> <http://blogak.donostiakultura.eus/subtitulos/es>.

los encuestados el 66,7 por ciento se consideran aficionados al tipo de películas que se proyectan en el festival y un 75 por ciento confiesan consumir este tipo de cine en casa. Además, de acuerdo con Rebordinos “el público de la Semana es un público que ve mucho cine y que sabe mucho de cine”: un 26,9 por ciento de los encuestados, van al cine todas o casi todas las semanas (Tabla 4). En lo que se refiere a consumo y la producción de textos, el 32,4 por ciento son o han sido consumidores de fanzines y publicaciones especializadas, y el 7,4 por ciento confesaron tener una página web, blog o revista online sobre cine fantástico, actividades en torno a las que tradicionalmente los fans del género crean comunidad (Hills 2010, 88) (Tabla 12).

Finalmente, podemos pensar que la compra de abonos es significativa del tipo de compromiso que la persona tiene con el festival y con ese tipo de cine. En 2013, el 77,6 por ciento de los encuestados asistieron con abono al teatro principal, el 24,1 por ciento con acreditación y el 17,6 por ciento compraron entradas sueltas (el 4,6 por ciento restante, compra abonos para el Victoria Eugenia) (Tabla 7). No obstante, comprar entradas individuales es el precio que algunos miembros del público sienten que tienen que pagar por haber llegado después. Durante las conversaciones algunos fans jóvenes comentaron que sus posibilidades de acceder a los abonos se ven limitadas por la persistencia de los veteranos en mantener su abono y su butaca año tras año. Así lo expresa un participante: “Llevo viniendo con abono los dos últimos años, pero me ha costado tener que comprar entradas durante muchos años. Es que algunas personas no sueltan su abono. Hay que aprovechar a que alguien deje de venir, que tenga hijos y que ya no se pueda permitir pasarse aquí una semana” (D:H:31).

Para este participante, tener un abono significa “quitar el sitio a un veterano.” Este sentido de pertenencia forma parte de la relación jerárquica que como veremos, existe entre los miembros del público y que se mantiene también en “la Cola de los Sustitos.” Aunque los miembros más jóvenes del festival pueden, como cualquier otro, acudir a la cola con el tiempo suficiente para garantizar su abono, los turnos se establecen entre los participantes mucho antes de que se abran las taquillas y de que la gente empiece a hacer cola, lo que pone en desventaja los primerizos.

En cuanto al diálogo que el público establece en torno al cine, la cola, es el espacio “oficial” al que ir si se quiere especular sobre los filmes de la sección oficial. Como pude confirmar con Beltrán, la organización revela la programación puntualmente, una semana antes de que los abonos salgan a la venta con el fin de incitar la conversación en la cola. Incluso, existe la tradición entre algunos miembros

de la Semana de grabar un vídeo durante la espera, en el que los abonados hacen sus apuestas sobre la selección oficial. Si algo caracteriza el ambiente de la Semana es que su público pasa buena parte del tiempo en el certamen conversando sobre cine. Esta tendencia se confirmó durante los grupos focales que en varias ocasiones se convirtieron en una extensión de lo que las audiencias hacen en la Semana: hablar de cine. Esto mismo se corrobora en los intermedios entre películas, durante los que entre filme y filme (tiempo que puede variar entre diez minutos y una hora aproximadamente), aún queda tiempo para cenar y discutir sobre la película que se acaba de ver.

Como los residentes de País Vasco con La Cola de los Sustitos, los que vienen de fuera del País Vasco tienen también su propia ceremonia de anticipación. El tren que sale de Madrid hacia San Sebastián el día de la inauguración, se ha convertido en una suerte de adelanto de la fiesta que está por venir. Las cinco horas entre cerveza y cerveza, se prestan para hacer previsiones sobre las películas programadas, a hacer un repaso de las películas que se vieron en años anteriores e incluso a poner a prueba a los compañeros de viaje con cuestionarios de creación propia sobre cine fantástico. Las películas de directores que ya han pasado por el festival, se comentan con especial deleite ya que ofrecen la posibilidad de recordar otras películas que se vieron en el certamen y recordar las anécdotas que se vivieron en torno a ellas. Por ejemplo, una película que en la edición de 2016 creó una gran expectación fue *Terraformars* de Takashi Miike (*Ichi the Killer*, 2001; *Audition*, 1999), un director cuyas películas han pasado en diversas ocasiones por el certamen y que el propio festival se atribuye haber descubierto para el público español.

Aunque las películas es uno de los motivos centrales del certamen, asistir a las catárticas sesiones en el Teatro Principal constituye la atracción primordial de la audiencia: nada menos que el 77 por ciento de los encuestados, confesaron que el ambiente que se crea en el Teatro Principal es la razón principal por la que asisten al festival.

## 7.6 Humor, competición y contra-diálogo: el ritual de la Semana como inversión festiva

Con el tiempo, Semana de Terror ha ido adquiriendo una reputación por su fiereza y por las maneras incívicas y políticamente incorrectas de la audiencia, que a menudo resulta excesiva para el público no iniciado o desinformado de lo que ocurre en el Principal —y que ocasionalmente, demanda el dinero de su entrada—. Esto mismo me fue corroborado por el testimonio de varios viandantes residentes en San Sebastián que reaccionaron de diversas formas a mis preguntas sobre la Semana de Terror. Aunque no todas las personas con las que entablé conversación conocían el evento, un número considerable de residentes estaban al tanto de la celebración del festival y sabían de sus peculiares convenciones. Mi pregunta era la siguiente: “¿Vas a ir este año a la Semana de Terror?”

Estas son las respuestas que recibí de tres viandantes: “No soy de aquí pero llevo viviendo en San Sebastián seis años pero parece ser que el festival es un clásico. Yo nunca en estado pero sé que es muy popular entre la gente que les gusta el terror, el *heavy* y esas cosas” (Viandante A, mujer); “A mí me gustan las películas de terror y por eso no voy al festival. Prefiero enterarme de qué películas van a poner y verlas en mi casa, ahí no tengo a nadie molestando y soltando barbaridades toda la película” (Viandante B, hombre). “Este año mi novio y yo vamos a ir a la sesiones de Monsterchef. Yo no soy de los frikis que hace la cola y que va todos los días, pero intento ir todos los años a la sesión de Halloween” (Viandante C, mujer).

Lo que podemos aprender de estos comentarios es que aunque muchos residentes no se identifican con el entorno sociocultural del certamen, reconocen el festival como “un evento de la ciudad.” Podemos dar por sentado entonces que algunos eventos cinematográficos funcionan como marcadores de la identidad local incluso para aquéllos que no se sienten parte de esa comunidad temporal. Como sostiene Ros Derrett (2009), “los festivales tienen un impacto acumulativo en la localidad (...), pero además se alimentan de la imagen y de la identidad de la comunidad, y ayudan a crear un sentido de comunidad atractivo y consolidado” (108). Además para aquéllos que han oído hablar del evento, han sentido su presencia o incluso han asistido una o dos veces, lo que diferencia a la Semana de otros eventos es el carácter exclusivo e impenetrable de su audiencia, de que es testimonio el endogámico ritual que el público interpreta durante las proyecciones. Como hemos anotado anteriormente, el concepto del ritual nos es familiar en el contexto de los festivales de cine. En concreto, ha sido a través el trabajo de Alessandro Falassi y Victor Turner que el concepto ha sido trasladado a estudio etnográfico de festivales

de cine (Regev 2011; Dayan 2000; Koven 1999).

Con el fin de involucrarse en la experiencia del cine que propone la Semana, la audiencia sigue una serie de actos simbólicos y momentos catárticos que les permiten avanzar colaborativamente a través de la ceremonia. Estas estructuras temporales con carácter simbólico que Falassi (1987) considera esenciales en la fiesta tradicional, las encontramos en diferentes versiones en la Semana de Terror. Ritos de paso, ritos de inversión, de competición o de consumo conspicuo, son algunos de los actos que rodean el certamen y que nos permiten empezar a dibujar algunas de las similitudes que la Semana guarda con las fiestas tradicionales seculares y religiosas.

Aunque la comida y la bebida están prohibidos en todos los eventos que se celebran en el Teatro Principal a lo largo del año, la Semana de Terror es la excepción que confirma la regla. Beber y comer no sólo está permitido durante las sesiones sino que es la propia organización la que mantiene el bar abierto especialmente para el festival y hasta las cinco de la mañana la noche de inauguración y la noche de Halloween. El consumo desproporcionado de comida y de bebidas alcohólicas, la agitación contagiosa que se vive en el patio de butacas, y la presencia de elementos carnavalescos como el cosplay y los disfraces, transforman el teatro más antiguo y venerado de la ciudad en una suerte de bacanal cinematográfica en la que se pervierten todos los modos de recepción que se consideran adecuados o “modelo.”

No solo la selección de películas puede resultar incómoda y difícil de ver para un público *mainstream*, sino que las conductas del público rozan siempre el exceso de lo que muchos podrían considerar un comportamiento cívico. Por ejemplo, los gritos que los miembros de la audiencia adoptan y personalizan dentro del teatro principal van desde la provocación religiosa y el humor con elementos de perversión sexual, hasta los gritos de animales (con los que se distinguen algunos miembros la audiencia). A los que se suman abucheos a los representantes de las autoridades locales y patrocinadores, comentarios sexistas, el cosplay irónico a ídolos infantiles como *Winnie the Pooh* (uno de los más veteranos y más celebrados entre el público de la Semana), el *pollito amarillo* (interpretado por el propio Rebordinos), o *Teenage Dog* (un personaje de reciente incorporación en el elenco de bestias animadas y representado por uno de los miembros más veteranos de la audiencia), y a figuras religiosas como monjas, sacerdotes y el propio Jesucristo. El escenario es simbólicamente “mancillado,” a través de escenificaciones paródicas del coito por parte de las audiencias y los invitados así como por los gritos obscenos dirigidos a

todas las mujeres que se aventuran al escenario.

Los ritos de competición son también esenciales en el espíritu de la Semana e imprescindibles para regular la estructura temporal y social del certamen a través de concursos en los que compiten los miembros de la audiencia. Por ejemplo, entre 2012 y 2015 el colectivo Gugan organizó para la semana The Master of Doom, una competición en forma de preguntas y respuestas que se organizó en fases (una fase de eliminación previa a la celebración del evento y la fase finalista en el ecuador del festival) donde se ponía a prueba el conocimiento enciclopédico de los participantes en torno a los clásicos del cine fantástico y de terror. Al ganador le es entregado el Cetro del Terror en un acto que sirve de recordatorio de que no todos poseen el mismo estatus en la ceremonia. No obstante la competición más esperada se celebra en la noche de Halloween en la que la organización hace entrega de dos abonos a los dos mejores disfraces de la audiencia, un premio que cada año consiguen no sólo las personas que despiertan mayor simpatía entre el público, sino los más osados, que se atreven a exponerse sobre el escenario.

Pero es a través de la interacción verbal con las películas y con los compañeros de butaca que los miembros de la audiencia ponen a prueba su estatus dentro del grupo. Mientras que un 31,5 por ciento de los encuestados se identificaron como personas que interviene con comentarios en las sesiones, el 44,4 por ciento confesaron divertirse con las intervenciones pero abstenerse de participar. (Tabla 15). Gritar, comentar, reírse en voz alta, patalear, aplaudir, aullar, chistar, increpar a otros miembros de la audiencia, o mortificar a Beltrán por su desafortunada selección de filmes (y de vestuario), forman parte de este acto delirante que sin embargo, ocurre de acuerdo a un guión implícito sobre el que interviene la audiencia. Por ejemplo, cada proyección comienza con el público palmeando al ritmo de la música que acompaña cortinilla del festival y con una broma sobre el estilo amanerado del director José Miguel Beltrán; cuando hay un silencio prolongado en un filme la audiencia silba; si un teléfono suena o vibra ya sea en la sala o en una película, el miembro de la audiencia correspondiente gritará “¡Teléfono!”; si el subtítulado tarda en aparecer, se gritará “¡Subtítulos!”; si la película resulta lenta o hay pausas prolongadas en la narración, la frase esperada será “¡Tómate tu tiempo!”; si en una escena, un personaje femenino se muestra inmune a los encantos del personaje masculino alguien sentenciará “¡Es de Donosti!” (para referirse al carácter arisco de la mujer que no da su brazo a torcer). El público no estará satisfecho si las cosas no

ocurren de acuerdo a un orden establecido.

A esto se añaden las disputas internas entre los miembros del público que se integran también en el coro de gritos y que constituyen ya guiones establecidos que se van interpretando sobre la marcha y que son muy esperados por la audiencia. Estos dialogados (por ejemplo, una persona mandando callar a otra) aunque son espontáneos ocurren siempre entre las mismas personas que compiten para ver quién es el más ingenioso y conseguir el beneplácito de la audiencia. Si algunas de estas frases pueden resultar entretenidas para una persona que asiste por primera vez al festival, dentro de este repertorio existen normas privadas que pueden resultar incomprensibles para el primerizo. Es el caso de frases como “¡Una trocha!” que el público usa cada vez que en una película sale una trocha o camino, o “¡Pochi!” el nombre de una mascota en el musical zombie *La felicidad de los Katakuri* (Takashi Miike, 2001), y que se grita cada vez que un perro sale en escena desde que el filme se proyectó en el Teatro Principal en 2001.

Buena parte del repertorio de la audiencia lo constituyen comentarios metacinematográficos. Exceptuando algunos extraños momentos de silencio, la audiencia pasa el tiempo haciendo chistes en torno a las malas actuaciones y a todo tipo de clichés técnicos, narrativos y genéricos que identifican en las películas (como rupturas de *raccord*, o las muy celebradas elipsis del acto sexual). “¡Nunca he visto este plano!” “¡Vaya joyita!” o “¡Qué efecto!” son algunos de los comentarios clásicos que la audiencia de la Semana usa de forma sarcástica para llamar la atención sobre la ineptitud narrativa y la torpeza de algunas películas.

Siendo quisquillosos e ingeniosos, los miembros de la comunidad demuestran ritualmente su autoridad como espectadores informados, y en última instancia, disputan su posición dentro de la jerarquía de la audiencia. Si atendemos a los aspectos que definen a la comunidad, hasta ahora hemos sugerido que la audiencia de la Semana de Terror se caracteriza por poseer una marcada estructura jerárquica en la que elementos como la experiencia, la presencia en el festival o las intervenciones durante las proyecciones, son de rigor para conseguir visibilidad. Cada intervención, pasa por el veredicto del público y es durante las sesiones que los miembros de la audiencia prueban suerte para ganar o aumentar su estatus dentro del grupo. Esta dinámica la confirmaron algunos miembros de la audiencia durante las entrevistas que declararon que “alguna vez se me ha pasado por la cabeza gritar, pero me he aguantado. Prefiero dejar ese tipo de intervenciones a los que llevan viniendo mucho



tiempo, que lo hacen mejor” (V:M:26), o “La gente detecta cuando te esfuerzas demasiado y entonces, se callan, te castiga con silencio” (S:H:27).

Estas declaraciones demuestran que saber quién es quién en la jerarquía del festival, es crucial para actuar y reaccionar de manera acorde a las acciones de los demás participantes en el ritual. En este sentido, puede decirse que el protocolo en torno al visionado tiene un propósito pedagógico tanto para los fans más veteranos como para los recién llegados dado que la audiencia escenifica su propia estructura patentando sus gritos, ocupando el mismo asiento cada año, o usando elementos de indumentaria distintivos propios del *cosplay*. Estas marcas de experiencia y compromiso dibujan una línea entre el fan genuino, que ocupa un puesto más alto de la jerarquía, y el joven y por tanto menos curtido que es visto por los demás por tener menos experiencia. Dos participantes en grupos focales diferentes, expresaron esta idea de la siguiente forma: “Aunque seguimos siendo los mismos sí que hay gente nueva que viene más esporádicamente, que quizás no compran el abono, que no se quedan toda la semana y que no participan de la misma manera porque, no les será fácil, ¿No?” (H:H:43). “La primera vez que hice cola para comprar el abono, estaba como...¿Con quién hablo? ¿Qué hago? Para mí, los que compraban el abono eran como de una raza superior” (risa) (T:M:28).

Pero más que una expresión de rivalidad, este ritual es la forma en la que la comunidad de la Semana de Terror reinterpreta y reconstruye colaborativamente una película como una “mala película.” Frente a los estudios que han dado por sentado que asistir al cine es una experiencia silenciosa e introspectiva, Garth Jowett y James M. Linton (1989) describen el acto de estar dentro de una sala como una experiencia esencialmente colectiva durante la que surge espontáneamente la comunicación entre el público. Jowett y Linton no se refieren tanto a la comunicación directa y a las conversaciones que se producen dentro de la sala, como a las reacciones espontáneas y audibles del público que contagian o transforman el humor de los presentes. De este modo, una risa puede instalar a las personas del público en un estado de ánimo concreto que influirá en la manera en la que reciban lo que están viendo. Ahora bien, si una reacción interfiere con la emoción suscitada por la narración o la contradice, es probable que el público reaccione censurando el traspíe. Como escriben los autores, “el mensaje no sólo va de la pantalla al individuo sino que este mensaje es reinterpretado, realizado, amplificado, disminuido o incluso malinterpretado por la interacción con otros miembros de la audiencia” (103). Así, si en un *thriller* el silencio marca la

tensión dramática, en una película de terror la aprehensión del público estará condicionada por los sobresaltos y los gritos que puntuarán toda la sesión.

Esta forma de comunicación implícita en toda sesión de cine, es usada de manera explícita y consciente por el público de la Semana de Terror hasta el punto de que sus reacciones son más importantes que la propia película. Es decir, en la Semana, los comentarios del público pueden trastocar por completo la intención original del filme y sus convenciones genéricas. Buenos ejemplos de esta dinámica se vivieron en 2013 y 2016 durante las proyecciones de películas como *The Man in the Orange Jacket* (2014), y *The Neon Demon* (Nicolas Winding Refn, 2016), dos *thrillers* que podríamos clasificar dentro del cine de autor y sobre las que la audiencia construyó un diálogo burlesco que transformó por completo el tono que ambas películas pretendían imponer sobre el público. Esta apropiación paródica de la intención original del filme, ha sido estudiada por Richard McCulloch (2011) en contextos de visionado colectivos de las llamadas *bad films*, películas que por su ineptitud dan lugar a proyecciones de culto en las que la audiencia se apropia de la intención original del autor transformando lo que pretendía ser una película seria, en una comedia. Una de las conclusiones a las que llega McCulloch es que cuando acude a estas sesiones paródicas el público se encuentra ya precondicionado por los discursos que circulan en torno al filme en cuestión, siendo esto esencial para entender el carácter catártico de sesiones en torno a filmes como *The Room* (Tommy Wiseau, 2003), clasificada por un sector de la crítica como la peor película jamás hecha. Aunque en el caso de la Semana de Terror la película no ha sido previamente construida como una “mala película” (la mayoría del público verá la película por primera vez), el público sí se encuentra precondicionado por una serie de aversiones estéticas e ideológicas que enmarcan todo el visionado: el cine independiente (*indie*) norteamericano, las películas con pretensiones artísticas, o las películas que han desatado el entusiasmo de la crítica cinematográfica más “legítima” (asociada a publicaciones como *Caimán cuadernos de cine*), son susceptibles de encontrarse con el rechazo del público.

Esta suerte de contra-diálogo que la audiencia de la Semana establece con prácticamente todas las películas que se pasan en la sección oficial, parece seguir la lógica simbólica de los carnavales. En la medida en la que el código de lectura común se basa en la inversión del significado originario que viene impuesto por el filme, podemos ver en la actitud de la audiencia una cierta intención de resistencia y

subversión formal respecto a al texto y las culturas cinéfilas que representa. Como ocurre durante la inversión carnavalesca, la comedia surge en la Semana de Terror como una alternativa crítica a un cine que para la audiencia representa el dogmatismo del placer cinéfilo. Lo grotesco y la risa, tal y como se encuentran imbricados en la Semana de Terror, implican un elemento crítico de ambivalencia ideológica similar al que Mijaíl Bajtín ([1965] 1999) ve el carnaval medieval y renacentista. Reduciendo a la mínima expresión la concepción bajtiniana de la inversión festiva en la “cultura popular del humor,” el carnaval (propio de las la sociedad urbana en Europa occidental y de las áreas rurales en la Europa de la que Bajtín proviene), viene a crear otros contextos posibles alternativos a los dados sirviéndose del espacio institucional: el tiempo del carnaval es para Bajtín un tiempo de ruptura con el orden asfixiante que rige la vida diaria; un tiempo durante el que reina la absoluta inversión de la jerarquía de valores y se da vida a toda una imaginería de revitalización de la comunidad. En este lapso de festejos la máscara, el cuerpo grotesco, la risa y los escenarios de muerte y resurrección configuran una visión del mundo con la que se equilibra el sistema y se abre una válvula de escape: “el tiempo se convierte en el verdadero héroe en el sentido popular y público de la fiesta” (197).

Ahora bien, si para Bajtín el carnaval representa en la alta Edad Media y el Renacimiento el momento álgido y más próspero de la fiesta como forma de insubordinación social, no nos encontramos por ahora en condiciones de afirmar que la ideología subcultural que las audiencias de la Semana de Terror expresan a través de su ritual posea esta capacidad de transgresión social. Principalmente porque (no lo olvidemos) el festival forma parte de Donostia Kultura la institución cultural que gestiona el Ayuntamiento de San Sebastián. En todo caso, el festival emergería en este sentido como un ejemplo del papel que el cine de terror y sus contextos de visionado colectivo, tienen como motor de una dialéctica continua con lo institucional y con lo políticamente correcto. A continuación vamos a examinar con más detalle cómo esta ambivalencia se encuentra presente en las audiencias de la Semana de Terror y en sus estrategias de lectura.

## 7.7 “¡Vete a Sitges!” Discriminación y academicismo en los aficionados al fantástico

Hay que puntualizar que aunque las burlas de la audiencia contienen elementos de humor, sus expresiones de hostilidad representan casi siempre quejas genuinas. Principalmente a través de la burla, además de conseguir hacerle pasar un mal rato a los directores invitados y enviar un mensaje a los organizadores, la audiencia expresa su decepción. Uno de los muchos episodios de humillación lo protagonizó en 2013 el director y amigo del festival Gabriel (Gabe) Bartalos, que abandonó el teatro en medio de la premiere de su propia película, *Saint Bernard* (2013), desmoralizado por los bramidos del público. Al terminar el certamen, fue la peor valorada por el público quedando la última en el panel de votaciones. Pero la cosa no terminó ahí. A lo largo de esa edición, la película fue un tema recurrente de conversación y motivo de debate entre los miembros de la audiencia que se enredaban en acaloradas discusiones sobre la legitimidad artística de la película, su calidad narrativa, etc.

Algunos miembros del público creen que la falta de calidad de algunas películas es una elección deliberada de los organizadores. Durante las conversaciones, algunos miembros del público expresaron su sospecha de que la organización programa películas de calidad dudosa para provocar a la audiencia: “Lo hacen [los organizadores] para encender a la gente. Las películas son cada vez peores porque quieren pincharnos” (U:H:46). A este respecto, resulta significativo que el 41,7 por ciento de los encuestados indicaran que en su opinión, la calidad de las películas había decaído respecto a años anteriores (Tabla 13). José Miguel Beltrán, confirma las sospechas de la audiencia: “No tenemos ninguna intención de educar a la audiencia, en todo caso nuestra intención es alimentar al monstruo” (José Miguel Beltrán, entrevista personal, 2013). La postura crítica de las audiencias hacia la calidad de las películas que programa el festival, no deja de ser sorprendente dada su actitud celebratoria hacia el mal cine.

Pero la audiencia, no solo es capaz de detectar cuando una película no cumple con los requisitos mínimos de calidad, sino que llegado el momento, sabe reconocer una buena película. Los frecuentes silencios en la sala son significativos de que la película está gustando y de que merece el respeto del venerable público. Es más, los gritos no siempre son bienvenidos. Si un 19,9 por ciento de los encuestados manifestaron que a menudo se sienten molestos ante los gritos (Tabla 15), esto se corroboró aún más durante los grupos de conversación en los que varias personas condenaron la persistencia de algunos comentarios que resultan molestos

especialmente si la película es buena: “En la sala hay gente súper brillante, que siempre tienen gracia y que te alegran la película si está siendo un tostón. Pero también hay gente que no sabe cuándo tiene que callarse y te estropean la película. Yo con esos no me corto y les mando callar” (AE:M:38).

José Luis Rebordinos confirma la fina línea que existe entre los momentos solemnes y serios, y los momentos de enajenación colectiva: “Aquí han pasado cosas tan curiosas como que pases una película de Paul Naschy y no se pueda escuchar ni un diálogo por el cachondeo, y después pases *La residencia*, y haya un silencio sepulcral” (Rebordinos, entrevista personal, 2013).<sup>122</sup> La crítica constante hacia la mala calidad de las películas que programa la organización, la consideración que el público muestra hacia el cine de calidad o el ejercicio de reflexión erudita que motivó *Saint Bernard* (y que no es una excepción en la Semana de Terror) demuestran que los miembros del público, a pesar de identificarse con formas de consumo populares e irreflexivas, se adscriben también a los modos y los códigos culturales propios del saber cinéfilo. Algo que se percibe en los acalorados debates en los que se enreda el público tras las proyecciones, en el dominio del lenguaje cinematográfico y en el uso de una retórica que a menudo se asemeja a la de las publicaciones especializadas que tanto detestan.

Otro ejemplo de esta ambivalencia en la Semana de Terror es la incorporación en 2016 del Premio de Blogos de Oro a la Mejor Película, en colaboración con cinco medios integrantes de la Asociación Premios de Cine Blogos de Oro: Arteuparte, A Txiflar, Cine de Patio, El Contraplano y RavenHeart, todos ellos blogs de miembros del público de la Semana de Terror. Con la incorporación de este premio la organización de la Semana reconoce el trabajo crítico de los miembros de su audiencia y además, confirma que el festival es un espacio en el que también se da cabida a una valoración seria de las películas.

Esta paradoja en la que se mueven las audiencias de la Semana de Terror, ha sido identificada por diversos autores (Pujol 2011; Hills 2010; Jancovich et al. 2003; Jancovich 2002; Sconce 1995) como un juego de distinciones que a menudo se da en contextos marcadamente cinéfilos y entre personas que poseen un vasto conocimiento cinematográfico. Si para Sconce (1995), la comunidad paracinemática se caracteriza

---

<sup>122</sup> Rebordinos se refiere a *La residencia* (1969), de Narciso Ibáñez Serrador.

por encarnar una perspectiva culta sobre el cine (375), Jancovich (2002), cree que lo que Sconce llama “paracine” más que un reto a la estética burguesa es un derivado de la misma (311). Es decir, los gustos subalternos y las formas de recepción demoledoras de los fans del fantástico, representan el conflicto interno que existe dentro de estas mismas formas de consumo aburguesadas y elitistas. Como escribe Jancovich (2002):

Cult movie audiences are less an internally coherent “taste culture” than a series of frequently opposed and contradictory reading strategies that are defined through a sense of their difference to an equally incoherently imagined “normality,” a loose conglomeration of corporate power, lower middle class conformity and prudishness, academic elitism and pilitical conspiracy. (315)

Como Sarah Thornton (1995), Jancovich (2002) cree que la ideología subcultural (en su caso, las que exhiben las audiencias de culto), es fundamentalmente contradictoria, una quimera de resistencia que busca por todos los medios definirse como diferente a toda una serie de valores culturales representados en la clase media, en su pudor y su academicismo. Lo que lleva a Jancovich a rechazar la idea de que las audiencias del fantástico puedan considerarse como un reducto de resistencia simbólica a la cultura masiva, es la inconsistencia y la ambigüedad con la que a menudo se ha definido aquello sobre lo que este tipo de audiencias construyen su otro imaginario. En cierto modo, el mismo José Miguel Beltrán, director del festival, se suma a esta sensibilidad al afirmar de su propia audiencia: “nuestros espectadores son más sanos que nos que no se acercan al género.”<sup>123</sup> Como muy bien ha expresado Thornton (1995), los estudios culturales han errado en usar la cultura masiva como un ente abstracto y ahistórico a lo que el sentir subcultural se opone sin vacilación (93). Como estos autores, creo que calificar la afición al fantástico de insubordinación social y resistencia sobrepasa las motivaciones de las audiencias del fantástico, pero creo también que tenemos que acudir al contexto y a las circunstancias históricas concretas de cada audiencia para valorar cuáles son las honduras de esta sensibilidad crítica.

Pero a través del ritual de inversión festiva, la audiencia de la Semana no sólo encuentra un espacio institucional para demarcarse de ese amalgama de oposiciones que Fiske ha definido como las audiencias más “normales” y populares (446), sino que

---

<sup>123</sup> T. Flaño, "Nuestros espectadores son más sanos que los que no se acercan al género," *El Diario Vasco*, 23 de octubre, 2011. <http://www.diariovasco.com/v/20111023/cultura/nuestros-espectadores-sanos-acercan-20111023.html>. Accedido 14 de octubre, 2016.

personalizan su afición diferenciándose de otras comunidades del cine fantástico en España. En concreto, las audiencias de la Semana se regocijan en los ataques al Festival de Cine de Sitges, su gran nombre, su reputación más comercial y su pretencioso programa. Aunque para muchos miembros habituales de la audiencia de la Semana el Festival de Sitges es un alto en la temporada de festivales, también es mirado con sospecha: por ser un evento que atrae a una audiencia más variada y masiva, Sitges es la diana constante de las burlas de la audiencia que entonan el muy celebrado grito “¡Vete a Sitges!” cuando alguno de los invitados toma demasiado en serio al público, o cuando una película es demasiado pretenciosa y por tanto, no merece la consideración del público. Incorporando a Sitges y su universo dentro del vocabulario del ritual, la audiencia reafirma su propia identidad en oposición a los fans de Sitges que carecen del ingenio y el carácter transgresor de los fans de la Semana.

Pero este sentido de marginalidad que Thornton (1999) le atribuye al sentir subcultural, no sólo forma parte de las formas de expresión de las audiencias, sino que la propia organización del festival lo integra como parte de su discurso. Julian Stringer (2008) considera que incluso cuando la intención del festival no es construir a una audiencia como una minoría social, asociar el festival a una cultura de lo alternativo y de la exclusión es además de una práctica habitual en los festivales de cine, una estrategia clave para atraer a ciertos sectores del público (53). En su estudio del festival dedicado al terror y al *thriller* *Shots in the Dark* (Nottingham, Reino Unido, 1991-2000), Stringer detecta que la organización mantiene una doble retórica con la que se dirige a la audiencia potencial formada por la mayoría de los ciudadanos por un lado, y la audiencia especializada y socialmente ilegítima por otro (54). Creo que esta doble identidad que Stringer detecta en el discurso de *Shots in the Dark*, responde a una forma común en la que las instituciones nos invitan a consumir productos culturales: tener una relación en exclusividad con aquéllos con quienes comparto gustos similares se ha convertido en una forma clave de formar parte del espacio social siendo además lo que la gente espera de la cultura.

## 7.8 Pervirtiendo el ritual. El juego de las mujeres en la Semana de Terror

Como hemos visto, no son muchos los estudios que se hayan dedicado a explorar las motivaciones y los placeres de las audiencias en contextos de visionado participativos en los que las personas se expresan y se comportan de maneras inauditas y extravagantes en relación a lo que se espera de ellas en una sala de cine. En este ámbito de estudio, Barbara Klinger (2008) firma un texto sobre el *movie-quotation*, o la práctica, casi siempre social, de citar los diálogos de una película mientras se está viendo. Si el *quote-a-long* como práctica festiva de visionado se conoce hoy sobre todo a través del fenómeno de *The Rocky Horror Picture Show*, citar los diálogos de películas, es según Klinger una práctica muy extendida entre jóvenes estadounidenses que se reúnen con amigos para volver películas que han visto tantas veces que han terminado memorizando.

Pero lo que nos interesa del texto de Klinger es que explora el tipo de placeres que los públicos obtienen a través de esta práctica tan peculiar. Klinger sugiere que frente al placer inmersivo que proporciona ver una película, en el juego de las citas, el espectador se recrea en la repetición y en la posibilidad de desvincularse emocionalmente del texto original y “encontrar una salida inesperada al compromiso narrativo” (Klinger 2008 bajo “Say it again Sam”). Pero Klinger detecta que los placeres que las audiencias obtienen en este tipo de visionados se definen mejor por “su papel en presentar las caras públicas y privadas de la masculinidad” (Klinger 2008 bajo “Say it again Sam”). Lo que nos interesa de su estudio es que demuestra cómo estableciendo un diálogo colectivo hecho de citas, repeticiones, ecos y referencias, las audiencias negocian con los discursos dominantes presentes en las películas que ven. Partiendo del trabajo de Klinger, a continuación, vamos a examinar cómo algunos miembros de la audiencia de la Semana de Terror, encuentran formas de perturbar y transformar el ritual a través de sus intervenciones.

Aunque los comportamientos y los discursos que analiza Klinger presentan similitudes con nuestro caso de estudio, existen diferencias discursivas importantes en las formas en las que la audiencia de la Semana responde a las películas de la sección oficial. Mientras que el *movie-quotation* se basa en memorizar y gritar en voz alta los diálogos de películas que el público conoce a fondo, las proyecciones participativas de la Semana de Terror se construyen en torno a un diálogo con la película y con los presentes en el que la audiencia recurre a un repertorio privado de frases y bromas que



acompañan a la narración y, en ocasiones, transforman los significados y discursos presentes en el filme. Este muestrario de bromas, es además una creación genuina de la audiencia de la Semana que ha ido usando, modificando y agotando comentarios y frases a lo largo de veintisiete años.

Aunque la mayoría de las intervenciones son casi siempre anticipadas por la audiencia, —que se recrea escuchando los mismos chistes una y otras vez— la novedad y la creatividad son también fuentes centrales del placer espectral en la Semana. Es más, mi estudio muestra que las intervenciones que ocurren “fuera de guión” son altamente valoradas. Durante los grupos focales, varios participantes comentaron sobre este aspecto del ritual: “Hay películas tan malas que no se levantan ni con gritos, como la que vimos el otro día, *Alleluia*, pero mira, a veces hay alguien muy sembrado que dice algo y te alegra la sesión, y entonces la cosa se anima” (R:M:39).<sup>124</sup> “Hay gente muy graciosa, que cuando dicen algo lo dicen justo en el momento que hay que decirlo, porque a veces no es tanto lo que se dice sino *cuándo* se dice” (P:H:32). Un comentario ingenioso hecho en el momento más oportuno, puede hacer que el teatro estalle en risas y aplausos. Para entender la importancia de la improvisación, tenemos además que remarcar que a diferencia de los *quote-a-longs*, toda la acción ocurre alrededor de películas que la mayor parte de la audiencia está viendo por primera vez. A este respecto, es interesante el comentario de uno de los miembros del público: “Yo voy a Sitges, pero intento no ver las películas que se han anunciado ya en la Semana, porque prefiero verlas en ese ambiente que es como mi casa, con mi gente” (G:H:37).<sup>125</sup>

La improvisación y la creatividad son a menudo premiadas por el público que permite a sus creadores apropiarse de sus líneas y comentarios para que los usen en el futuro. Este es el caso de los ya citados “¡Teléfono!” y “¡Subtítulos!”. Que deben ser interpretados siempre por la misma persona para tener el efecto esperado en la audiencia. Pero también, cada año se crean nuevas frases hechas, con las que se juega a lo largo de la edición y que pueden permanecer en el repertorio durante un tiempo. Por

---

<sup>124</sup> La participante se refiere a *Alleluia* (2014), el filme de Fabrice du Welz que se llevó el Méliès de Oro en el Festival de Sitges en 2014, pero que no obtuvo el favor del público de la Semana de Terror.

<sup>125</sup> Hay que tener en cuenta que Sitges se celebra dos semanas antes que la Semana de Cine Fantástico y de Terror, y que en el primero, se pasan varias de las películas que posteriormente formarán parte de la programación e la Semana.

ejemplo, en la edición de 2013, a raíz de hacerse viral un anuncio televisivo de la compañía de decoración IKEA, un miembro del público se apropió del tema central del anuncio, en el que un niño gritaba “¡Es un palo!” lleno de entusiasmo al recibir como regalo de cumpleaños un trozo de caño. Para el deleite del público, el grito empezó a ser una frase recurrente cada vez que en pantalla salía un bastón, una vara, un bate o cualquier cosa que se asemejase a aquel objeto.

En su discusión acerca de las formas en las que los fans acumulan capital subcultural, John Fiske (2007) explica que dentro de las culturas de fans, la experiencia que el fan tiene de una película se enriquece gracias al conocimiento extratextual, que refuerza el poder que el fan tiene para “ver a través de los procesos de producción que normalmente se encuentran escondidos tras el texto y que por lo tanto, son inaccesibles a los no-fans” (452). De forma equivalente, información anecdótica como *qué ocurrió hace diez años*, puede ser incorporada al guión del ritual en la Semana de Terror, de manera que poseer esa información, hace la experiencia más placentera y contribuye a dar sentido a situaciones del todo bizarras que ocurren en el teatro.

Un buen ejemplo de esto es el celebrado accidente que protagonizaron sobre el escenario el cineasta Pedro Temboury y *Jocántaro*, el entrañable monstruo mitad pulpo mitad centollo que protagoniza su comedia de culto *Kárate a muerte en Torremolinos* (2003). Durante una efusiva intervención en el escenario el asiduo del público que vestía como *Jocántaro* sufrió una dramática caída y acabó en urgencias, para volver dos horas después dando brincos al escenario. Desde entonces, cada vez que una criatura monstruosa aparece en las proyecciones del Principal, el público grita enloquecido el nombre de la eminente bestia. Este evento demuestra que los sucesos fortuitos a los que se encuentra sujeto cualquier evento que se celebre en directo, otorgan valor a la estructura estática del ritual, contribuyendo a que se produzca un cierto grado de novedad y de controversia que demanda que se reajusten ciertos elementos preestablecidos del guión. Más aún, este tipo de incidentes intensifican para el público la sensación de encontrarse sujetos a la contingencia del evento, que garantiza que en cualquier momento puede ocurrir lo impredecible.

Dado que en muchas ocasiones los intentos espontáneos de salirse del guión consiguen encontrar un lugar en el ritual y ser aceptados por la audiencia, me gustaría argumentar que jugar con las normas establecidas viene siendo la manera en la que el festival ha encontrado una forma de evolucionar y sobrevivir. Ya vimos que para

Roger Caillois (1961), el juego se presenta en nuestras sociedades a través de una bipolaridad, la de la *paidia*, y el *ludus*, es decir, entre expresiones espontáneas que tienden al extremo, y las normas que dan forma a estas expresiones haciéndolas productivas. Es por eso que a través del juego nos hacemos seres sociales: cuando jugamos creamos normas que canalizan nuestros impulsos volátiles y estériles hacia objetivos comunes. En otras palabras, cuando jugamos imaginamos posibles rutas de acción y haciéndolo, incrementamos nuestra capacidad y nuestras posibilidades como sociedad.

En la Semana de Terror, los fans interpretan una tensión similar en la medida en la que, dentro de su rigidez, el ritual produce periódicamente normas nuevas, se involucra en momentos de creatividad y lidia con lo inesperado y lo arbitrario. Esta dinámica, además, se ve favorecida por la naturaleza espacio-temporal del festival. Mientras que el entusiasmo que genera el acontecimiento y su condición de directo favorece a que se den situaciones imprevistas y momentos de espontaneidad que se salen de lo convencional, la iteración del evento crea vínculos entre los fans y los organizadores y genera hábitos que en último término institucionalizan unos comportamientos y unas formas de recepción. Por tanto, creo que más que describir la Semana de Terror como un certamen que está encapsulado en un ritual que envejece, parece más apropiado describir la actuación de la audiencia como un rico diálogo, un texto vivo que se encuentra bajo una transformación lenta pero constante.

Pero en ocasiones, el juego de la audiencia lleva el ritual hacia lugares insospechados. Si la mayoría de las veces el juego de la audiencia no va más allá de jugar con las normas ya establecidas, en ocasiones, las intervenciones parecen retar las convenciones discursivas del ritual, llegando incluso a hacer vibrar los cimientos de esta actuación y si cabe, de la comunidad. Un buen ejemplo de esto lo encontramos en la participación ocasional de mujeres que intervienen con gritos y frases en un entorno social que como hemos descrito previamente, es predominantemente masculino.

En primer lugar si atendemos al contra-diálogo que se establece entre el público y las películas, parece que la procedencia de los gritos, casi siempre de hombres, sea proporcional a la presencia descompensada de sexos en la audiencia. Además, hemos visto que siempre que estén enmarcados en el ritual, los gritos con un carácter sexista son especialmente celebrados por el público. Barbara Klinger (2008) percibe que en los contextos colectivos en los que el público cita frases de las películas que están viendo, las mujeres tienden a citar a personajes masculinos. Esto se debe a que en las

películas en torno a las que se crean diálogos y juegos de citas (casi siempre películas de Hollywood en las que los hombres protagonistas son hombres blancos heterosexuales), los personajes masculinos tienen mayor peso narrativo que los personajes femeninos. De ahí que “para poder experimentar placer espectral las mujeres tienen que ser más flexibles en sus elecciones a la hora de identificarse con los personajes” (Klinger 2008 bajo “Cinema, Karaoke and Masculinity”).

Algo similar ocurre en la Semana de Terror, donde las mujeres parecen aceptar y validar los comentarios sexistas procedentes de los miembros masculinos de la audiencia manteniéndose en silencio, riéndose o bien (aunque en ocasiones excepcionales) añadiéndose a la cadena de comentarios discriminatorios. No obstante, a lo largo de mis cinco años de participación, he sido testigo de intervenciones por parte de mujeres que de manera creativa, se han desvinculado de los discursos masculino-heterosexuales que dominan en el ejercicio ritual. Merece la pena comentar algunos ejemplos.

Varias de las intervenciones más celebradas por el público han sido protagonizadas por una mujer que viene asumiendo el rol de mandar callar a personas que resultan excesivamente repetitivas, que hablan a destiempo o que hacen de *spoilers*, revelando detalles de los largometrajes y cortometrajes en pantalla. Este miembro de la audiencia ha empezado a ganarse el respeto del público y a representar en sí mismo, un personaje dentro de la jerarquía del festival. En una de sus intervenciones más celebradas, durante la proyección del filme *The Eyes of My Mother* (Nicolas Pesce, 2016) durante una escena anticlimática en la que la mujer protagonista ataca sexualmente a su rehén (a quien ha sacado previamente los ojos), se produce la siguiente secuencia dialogada entre los miembros del público:

—“¡Cómo me pone!” (Hombre)

—“¡Pues si te pone esto estás enfermo!” (Mujer)

En secuencia, que fue seguida por el aplauso del público, la mujer toma de forma insospechada una posición de censura respecto a la expresión del deseo sexual (¿paródica?) de un hombre del público. Si la reacción de la mujer parece estar a tono con el tipo de reprimendas que dirige a distintos miembros del público, esta forma de censura sobre la expresión de deseos sexuales perversos por parte de los hombres, se ha repetido en otras ocasiones en situaciones similares (por ejemplo, en escenas de

estilo *gore*). No obstante, este tipo de reacciones parecen contradecir el carácter celebratorio de comentarios sexistas tanto a los personajes femeninos de los filmes como a mujeres que suben al escenario (Por ejemplo, “¡Fóllatela!” si la mujer está junto a un hombre). Esta contradicción me llevó a sacar el tema en dos de los grupos de discusión formados íntegramente por mujeres. En este caso mi pregunta fue la siguiente: “¿Cómo vivís los gritos a las mujeres que se suben al escenario y que salen en las películas?” “A mí personalmente no me ofenden, yo creo que todo lo que se haga con buen sentido del humor en la Semana, está permitido. Yo te digo que incluso, lo echaría de menos” (AD:M:45) “No lo toleraría fuera, pero en la Semana me parece inofensivo. Creo que estamos hablando de ficciones. No debemos olvidar que la gente reacciona a las películas” (AB:M:40).

Con una sola excepción, las mujeres participantes en los dos grupos de conversación compartían las opiniones expresadas arriba. El sexismo forma para ellas parte de una representación guionizada de hombría y virilidad que resulta cómica dentro del contexto de la Semana de Terror y que para las participantes, pierde fuerza ideológica al emitirse en un contexto controlado y carnavalesco. La respuesta de las participantes no deja de indicar en este sentido, una actitud conservadora hacia la confirmación comunal de identidades de género que se da, en este caso, en un espacio público.

Lo interesante es que un sector de mujeres de la audiencia ha encontrado recientemente una forma de intervenir en esta suerte de reciclaje de las convenciones del género. Si, generalmente son los hombres los que se muestran poco pudorosos a la hora de expresar deseos sexuales durante las proyecciones, en 2015, la sexualidad femenina se vio representada por un sector de la audiencia femenina que reaccionó con todo tipo de gritos y piropos al protagonista del filme *The guest* (Adam Wingard, 2014). Siguiendo a Janet Staiger (2000) y su concepción de las audiencias como comunidades interpretativas que a menudo pervierten los modos de recepción esperados, creo que este tipo de experiencias demuestran que recientemente, las espectadoras están negociando *otras* identidades femeninas en un contexto en el que la hipermasculinidad se encuentra profundamente incrustada en el ritual. Algo que no deja de confirmar en los últimos años el carácter cambiante del ritual y de su audiencia.

## 7.9 Conclusión

La continuidad de la Semana de Terror en el calendario cultural de la ciudad de San Sebastián, es un evento incívico que aún así sigue formando parte de la vida cultural de San Sebastián. Aunque como hemos visto, resulta problemático asociar la trascendencia social de la inversión carnavalesca a la actuación colectiva de la audiencia de la Semana, tenemos también razones para pensar que una vez al año en San Sebastián, en el marco de un contexto altamente regulado por los propios fans, el Teatro Principal se convierte en una suerte de carnaval, una fiesta en la que siempre dentro del artificio, se ejerce un ataque verbal hacia la corrección política. O al menos, un espacio en el que momentáneamente se habilita una forma otra de mirar el mundo.

En este sentido, considero que el contra-diálogo que la audiencia de la Semana ha ido patentando con el tiempo, tiene una fundamental relevancia para el desarrollo de una cultura del humor que interroga, en diálogo con un cine ya de por sí catártico, muchos de los valores que vienen avalados por la misma institución que les da cobijo. Por supuesto, esta gran paradoja en la que se sobrevive la Semana de Terror, no deja de atribuirle al ritual y a su público un carácter autocomplaciente. La falta de vinculación con el mundo exterior y con la vida social de San Sebastián (a pesar de los esfuerzos de los organizadores por fomentar este vínculo) dificulta justificar esa función pública que le atribuíamos a los festivales de cine en el segundo capítulo y que les ha permitido presentarse a la opinión pública como instituciones necesarias. Puede llegar a ponerse en duda incluso la *necesidad* de un certamen ¿Cómo justificar públicamente la celebración de un certamen que se celebra para unos pocos (todavía, cada año, espectadores despistados piden que les sea devuelto el dinero de su entrada)? Una de las tareas de José Miguel Beltrán ha sido precisamente tener que justificar cuál es el papel de la Semana de Cine Fantástico y de Terror, de cara al público y la instituciones.

[la catarsis] es un poco la labor de la creación, antes con la literatura o la pintura, y ahora con el cine. Hay un cine con una violencia psicológica y otra más física, cercana al tebeo, catártica, hecha para que limpiemos los fantasmas y la parte oscura que todos tenemos aunque no queramos reconocer. Muchos de

los espectadores del cine de terror son más sanos que los que nunca se acercan a este género.<sup>126</sup>

Para Beltrán lo que hace *necesaria* a la Semana de Terror en el espacio cultural de San Sebastián, es su carácter de fiesta auténtica en un sentido mágico-antropológico es decir, en lo que a su parecer tiene la fiesta de expresión de los asuntos que habitualmente permanecen ajenos y ocultos a la vida pública, y que tratan de apartarse del transcurso de la vida normal. En resumen, la Semana de Terror es necesaria porque pone en el punto de mira (a través de la ritualización de la indisciplina en la sala de cine) la debilidad de muchos de los valores sociales y políticos que damos por descontados y que se encuentran avalados por el lenguaje de “lo serio.” La celebración se convierte entonces en una manera de lidiar, sin apartar la mirada, pero a través de la risa y la burla, con los traumas de una sociedad. De ahí, también, el carácter catártico y “purificador” del cine de terror.

Hemos visto además que para muchos miembros de la audiencia el festival es un *revival* nostálgico, un espacio al que la gente vuelve y en el que se perpetúa una cierta continuidad con el origen. Como las fiestas tradicionales, la Semana de Terror construye unas condiciones excepcionales de comunicación, abre la oportunidad para la perpetuación y la renovación de la comunidad, conmemora el pasado periódicamente y haciéndolo mantiene a los “fieles” creyendo. No sólo porque la organización del certamen haya detectado esto y lo ponga de relieve dando un lugar importante a las manifestaciones y las invocaciones del pasado en el festival (algo que se potenció, a través de vídeos y exposiciones en la vigésimo quinta edición del certamen en 2014), sino también porque el público se ha comprometido con este discurso nostálgico que a muchos miembros muy jóvenes no les corresponde temporalmente. Estos miembros más jóvenes del público, sin embargo, se comprometen en cuerpo y alma con la celebración del festival: piden vacaciones para asistir, participan en el rito, se relacionan con el público y organizadores. Encontramos aquí, en su sentido más amplio esta idea gadameriana de la participación en la que el asistente al certamen no es un mero observador, sino parte misma del juego y que Bajtín ([1965] 1999) subraya en su interpretación del carnaval medieval:

---

<sup>126</sup> T. Flaño, "Nuestros espectadores son más sanos que los que no se acercan al género," *El Diario Vasco*, 23 de octubre, 2011. <http://www.diariovasco.com/v/20111023/cultura/nuestros-espectadores-sanos-acercan-20111023.html>. Accedido 14 de octubre, 2016.

El carnaval no era una forma artística de espectáculo teatral, sino más bien una forma concreta de vida misma, que no era simplemente representada sobre un escenario, sino vivida en la duración del carnaval. Esto puede expresarse de la siguiente manera: durante el carnaval es la vida misma la que juega e interpreta (...) su propio renacimiento y renovación sobre la base de los mejores principios. (13)

Quiero insistir en que mientras el ritual que interpreta la audiencia de la Semana de Terror sujeta la estructura social del certamen y legitima a ciertos miembros de la audiencia como fuentes de autoridad sobre un número de discursos dominantes que intervienen en la recepción de películas y su interpretación colectiva, es a través del juego con el ritual (y dentro de las normas del ritual) como algunos logran extender las fronteras del rito. Considerando las características de esta actuación colectiva examinadas más arriba, me gustaría sostener que estableciendo este diálogo lúdico con los filmes, más allá de regular una jerarquía interna, la audiencia establece un protocolo que les permite tomar parte en la creación de nuevas estrategias de interacción e interpretación que en ocasiones suponen un reto para los grupos dominantes en el Teatro. El festival, surge entonces como un espacio de negociación. Y digo de negociación porque el evento posibilita una situación social temporal en la que un grupo de personas se atreven a pensar el mundo de una manera diferente, dentro de la sala y fuera de ella.

Nuestro punto de vista es que este acto catártico de la audiencia no funciona tanto como una expresión de resistencia e insubordinación a los significados latentes en la cultura oficial y lo institucional, como una forma de negociar una posición privilegiada dentro de la jerarquía del festival y en último término, dentro de la esfera de aficionados al culto cinematográfico del género fantástico y el terror en la que el Festival de Cine de Sitges, es el primer referente. Adicionalmente, la Semana de Terror es un buen ejemplo de cómo los contextos de visionado en torno al terror y el fantástico funcionan como una suerte de reducto cultural en el que se da rinda suelta a ciertas facetas conservadoras de la masculinidad en la vida pública. Por todo ello, considero que en este campo de estudio queda mucho por decir en torno al papel que las mujeres tienen en los eventos de cine de culto (y también en la recepción del cine de terror y fantástico, para el que no tenemos espacio aquí) en los que se sigue asumiendo que son los hombres quienes toman las riendas. En investigaciones futuras, debemos considerar hacia dónde se encaminan las tendencias renovadoras que hemos



expuesto aquí. Finalmente, la similitud considerable entre protocolos y “juegos” practicados en diferentes contextos de recepción cinematográfica en la actualidad, presentan una buena oportunidad para hacer a los investigadores de audiencias conscientes de la trascendencia cultural que empiezan a tener estas fiestas del cine, y cómo en cada caso, la “participación” del público, debe ser puesta bajo escrutinio.

## APÉNDICE

Resumen de respuestas a los cuestionarios completados por las audiencias de la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián en noviembre de 2013

**TABLA 1**

¿Que edad tienes?

rango	%	repuestas
17 o menos	0	0
18-20	0	0
21-29	185	20
30-39	667	72
40-49	1	14
50-59	1,85	2
60 o más	0	0
	100	108

**TABLA 2**

Sexo de los encuestados

	%	respuestas
Mujer	20,37	22
Hombre	79,63	86
	100	108

TABLA 3

Lugar de residencia de los encuestados

Provincia	Respuestas	Provincia	Respuestas
Álava	2	Madrid	13
Albacete	3	Asturias	1
Barcelona	4	Toledo	1
Ciudad Real	2	Valencia	2
A Coruña	1	Vizcaya	1
Guipúzcoa	78		
			108

TABLA 4

En promedio, ¿cuánto vas al cine?

Opciones de respuesta	%	Respuestas
Todas/Casi todas las semanas	26,9	29
Al menos una o dos veces al mes	28,7	31
Menos de 10 veces al año	22,2	24
Casi todas las películas que veo las veo en casa	20,4	22
Ni voy al cine ni veo películas en casa	1,9	2
Total		108

TABLA 5

¿Desde cuándo vienes a la Semana de Terror?

año	respuestas	año	respuestas
1990	9	2002	7
1991	1	2003	3
1992	4	2004	3
1993	4	2005	5
1994	2	2006	7
1995	4	2007	8
1996	2	2008	10
1997	3	2009	5
1998	6	2010	3
1999	2	2011	3
2000	2	2012	4
2001	3	2013	8
			108

TABLA 6

Desde la fecha que has indicado anteriormente ¿has venido a la Semana todos los años?

	%	respuestas
Sí	62	67
Casi todos	28,7	31
No	9,3	10
		108

TABLA 7

Cuando vas a la Semana...

	%	respuestas
Compras abono para sesiones del Teatro Principal	66,7	72
Compras abono para sesiones del Victoria Eugenia	4,6	5
Compras entradas de las sesiones que te interesan	19,4	21
Vas con acreditación de prensa	6,5	7
Vas con acreditación (otros)	17,6	19
		108

**TABLA 8**

Generalmente, ¿a qué secciones de la Semana asistes y en qué eventos participas?

	%	respuestas
Sección oficial en el T. Principal	98,1	106
Retrospectivas en el Victoria Eugenia	19,4	21
Presentación 2000maniacos	9,3	10
Ruedas de prensa	17,6	19
Zombie walk	13	14
Exposiciones	64,8	70
The Master of Doom	8,3	9
Conciertos	8,3	9
Concursos	7,4	8
Otros	11,1	12
		108

**TABLA 9**

Por favor, a continuación marca la opción con la que te sientas identificado/a

	%	repuestas
Mantengo el contacto con la gente que he conocido en la Semana el resto del año	44,4	48
Conozco a gente en la Semana, pero sólo tengo contacto con ellos durante el festival	56,5	61
		108

**TABLA 10**

Además de a la Semana de Terror,  
¿asistes a otros festivales, ciclos o  
eventos de cine a lo largo de año?

	%	respuestas
Sí	62	67
No	38	41
		108

**TABLA 11**

¿Has colaborado alguna vez o colaboras en la  
actualidad con la organización de la Semana?

	%	respuestas
Sí	17,6	19
No	82,4	89
		108

**TABLA 12**

Por favor, a continuación, marca las frases con las que más te  
identifiques

	%	respuestas
Además de en la Semana, consumo este tipo de películas en casa	75	81
Antes de las sesiones me informo sobre las películas que voy a ver	53,7	58
Soy seguidor del cine fantástico y de culto	66,7	72
Soy/He sido consumidor de fanzines	32,4	35
Soy consumidor de cómics	42,6	46
Tengo un blog/revista online/página web/ sobre cine fantástico	7,4	8
Durante el festival, twitteo o actualizo el perfil de mi red social con información sobre lo que hago en la Semana	24,1	26
No me identifico con ninguna de las frases anteriores	6,5	7
		(responden 108)

**TABLA 13**

Según tu opinión, la calidad de las películas programadas en la Semana...

	%	respuestas
Ha mejorado	9,3	10
Ha decaído	41,7	45
Sigue igual	40,7	44
N/C	8,3	9
		108

**TABLA 14**

Según tu opinión, el ambiente en el Teatro Principal...

	%	respuestas
Ha mejorado	2,8	3
Ha decaído	25	27
Sigue igual	63,9	69
N/C	8,3	9
		108

**TABLA 15**

¿Qué opinas del ambiente en el Teatro Principal?

	%	repuestas
Me divierte, pero nunca grito	44,4	48
Me divierte, pero a veces me molesta	19,4	21
Yo soy de los/las que gritan	31,5	34
Me da igual	0,9	1
N/C	3,7	4
		108

TABLA 16

Otros eventos y ciclos cinematográficos a los que asisten los encuestados

Evento	Repuestas
Festival internacional de cine de San Sebastián/Zinemaldia	52
Nosferatu Ciclos, San Sebastián	9
Filmoteca Española Ciclos	6
Muestra Syfy Madrid	6
Nocturna Festival, Madrid	5
Festival de Cine y Derechos Humanos, San Sebastián	5
Cineclub Kresala, San Sebastián	4
Festival de Cannes	3
FICXixón	3
Phenomena Experience, Barcelona	3
Los Jueves del Trueba, San Sebastián	2
Surfilm Festival, San Sebastián	2
Circulo de Bellas Artes Ciclos, Madrid	2
Tribeca Film Festival	1
Muestra de Cine Fantástico de Toledo	1
Muestra Internacional de Cine de Venecia	1
Festival de Cine de Berlin	1
Festival Creative Commons Barcelona	1
Festival de Cine Fantástico de Málaga	1
Cortogenia, Madrid	1
Telluride Mountain Film Festival	1
Dock of the Bay, San Sebastian	1
Labo del Festival International du Court Métrage de Clermont-Ferrand	1
Abycine, Albacete	1
Cine de Alcantarilla, Elche	1
Filmets, Badalona	1
Marató de Cinema Fantàstic i de Terror de Sants	1
Cineclub Butak21 de Zumarraga y Urretxu	1
Otros	9



## 8. Conclusión

El papel que los festivales de cine desempeñan en nuestras sociedades ha cambiado sustancialmente desde que empezaron a funcionar como ejes del poder de los estados europeos hace ya ochenta años. Si, más adelante, el origen de festivales como Venecia o Cannes se encuentra estrechamente ligado al desarrollo de una política internacional basada en la apología del poder de algunos estados en un panorama internacional de guerra fría, los festivales hoy forman parte de un fenómeno global bien asentado en la programación cultural de las ciudades. Asociados al desarrollo de las “economías creativas” y conversión de los centros urbanos en “capitales de la cultura”, los festivales de cine han pasado a ser lugares de encuentro, citas señaladas que se suceden en la agenda cultural de una ciudad y en los que entramos en contacto con una cultura consumible, accesible a todos, igualitaria, mayoritaria y plural. No en vano, los festivales de cine representan hoy en día todos esos valores y agendas que de acuerdo con Manuel Delgado (2008) son la quintaesencia de la ideología *ciudadanista*: diversidad, tolerancia, solidaridad, igualdad, etc.

Según este punto de vista, los festivales vendrían a ser escenarios de gran trascendencia social, extensiones de la esfera pública en los que ejercer los derechos de expresión, de reunión y de control respecto al poder. De hecho, muchos festivales funcionan como escenarios institucionales donde esos poderes pueden ser cuestionados. Dando cabida a cines que ponen de relieve las asimetrías sociales, que reivindican agendas políticas marginales, que denuncian injusticias sociales, que interpelan a los ciudadanos desde identidades minoritarias, los festivales abren un espacio de reflexión política y confirman su función como “esferas públicas”, tal y como han sostenido Monica Sassatelli (2008) o Cindy Wong (2011). Es en este sentido y no en otro, que los festivales de cine son algo más que una muestra de preestrenos cinematográficos (retomando la idea que sugeríamos al inicio de esta tesis doctoral).

Pero hemos visto que por habitar en las ciudades a largo plazo y por proponer formas alternativas de mirar, de vivir y de entender el mundo, los festivales asumen la función de educar a los ciudadanos (siempre desde una posición ideológica marcada por los tiempos, por las políticas del momento y por la producción cinematográfica objeto de la selección y exhibición en cada caso) . La larga historia de certámenes

como el Festival Internacional de Cine de San Sebastián (1953–), el Festival Internacional de Cine de Gijón (1963–), o la Semana Internacional de Cine de Valladolid/Seminci (1956–) y su presencia continua en las vidas de varias generaciones de españoles, los convierte en espacios institucionales de gran interés para los investigadores, que rara vez han considerado el impacto que estos certámenes tienen sobre la ciudadanía y sobre la imaginación colectiva de algunas comunidades culturales de las ciudades anfitrionas.

Ahora bien, esta función educadora que han asumido algunos festivales (sobre la que unos certámenes tienen más autoridad que otros) se articula desde una relación paradójica con la cultura y con el cine. Hemos visto que a menudo, los directores de festivales justifican su presencia en el panorama cultural como instituciones que ejercen una resistencia al monopolio de la distribución de cine comercial y por extensión, a unas tendencias de consumo cinematográfico letárgicas, conformistas y conservadoras. Cuando José Luis Cienfuegos habla de “educar la mirada del público en un cine diferente”, o describe a su público como un público “no acomodado”, está marcando unos fines educativos que se juzgan mejores que los representados por el cine “comercial”. Los festivales, diríamos, educan al público en tanto en que proponen una programación de películas que se muestran críticas con las maneras de ser del cine vigente (su estética, su moral, sus discursos) y que no se limitan a reproducir los modos predominantes del cine “*mainstream*”. De ahí entendemos que los festivales (y por extensión el cine de festivales) dan la bienvenida a un público a la altura de este reto, un público también “diferente”, o mejor dicho, “distinto”, que desde su distinción busca una relación en exclusividad con la cultura.

Sin embargo, quizás lo que la gente espera de la cultura sea esta relación en exclusividad con los otros y con un determinado tipo de productos culturales selectivos y especializados. Una forma de presentar el consumo y la producción cultural en la que se ha especializado la cultura masiva. Así pues, aun siendo espacios transnacionales que aspiran a la circulación transfronteriza de cineastas, películas y turistas, por seguir reservando su producción a minorías especializadas, los festivales entran en conflicto con su utilidad social, es decir, con su definición como espacio público y plural en el que la cultura (presente en este caso a través de cine) *hace de puente* entre distintos sujetos.

La fiesta, más que ser cómplice de estas formas de consumo elitistas, confirma la trascendencia del festival, de sus cineastas, de su cine y de sus públicos. De este

modo, aun siendo presentada como una celebración de la ciudad y para la ciudad, la fiesta del festival no deja de enfatizar la fase más abiertamente excluyente de la cinefilia: esos mecanismos discriminatorios y taxativos sobre los que los festivales de cine justifican su posición en el circuito de festivales y que están simbólicamente representados en los premios y los jurados en competición y los protocolos a los que el público se somete dentro y fuera de la sala y que delimitan quién puede y quién no puede acceder a este espacio legitimado. La fiesta del festival confirma la vivencia de la cultura como una vivencia de distinción, y esto, pone en duda que el festival funcione como experiencia de cuestionamiento del poder, o como un recurso de emancipación y de transformación respecto a las dinámicas institucionales masivas.

Siguiendo este argumento, hemos tratado de dejar claro que los festivales de cine, además de articularse en torno a los intereses de la industria cinematográfica, son eventos que promueven la práctica social en torno a los aparatos estatales. Es decir, participan de las políticas culturales de los gobiernos regionales y locales y por ello, son espacios funcionales y eficaces para la reproducción cultural dominante. Visto así, los festivales de cine funcionarían como extensión de esa esfera pública que visualiza Manuel Delgado (2008), lugares en los que “el Estado logra desmentir momentáneamente la naturaleza asimétrica de las relaciones sociales que administra y a las que sirve y escenifica el sueño imposible de un consenso equitativo en el que puede llevar a cabo su función integradora y de mediación” (10).

Sin embargo, a lo largo de esta tesis hemos reivindicado a un espectador bien diferente, que interviene de forma crítica en la cultura y que desafía, en sus formas de mirar, tanto los propósitos preestablecidos por las instituciones como los discursos culturales e industriales predominantes. Además, siguiendo a Gadamer, hemos defendido que por abrir unas dimensiones especiales para el dialogo en la vida pública, la fiesta del festival proporciona dentro de la vida cotidiana un espacio para la interacción dialógica en el que surgen diferentes cauces para la creación de discursos que se muestran escépticos respecto a ciertas representaciones de las películas o incluso respecto a los propósitos oficiales de la institución, del festival, etc. *Participar* en el festival equivaldría según esto a contribuir en un diálogo inclusivo y polifónico, a veces incluso carnalesco, en el sentido que Bajtín le da a estos términos. Como explica Robert Stam (1991): “la polifonía llama la atención sobre la coexistencia: una pluralidad de voces que no se combinan en una única conciencia, sino que existen en diferentes registros generando un dinamismo dialógico” (262). Quedaría por ver si en

efecto, esta teoría tiene una aplicación práctica real en el espacio del festival de cine. Es decir, si estas voces de los diferentes miembros de la audiencia pueden de forma inesperada colaborar para crear significados que rechacen y obstaculicen los valores culturales inherentes en la cultura hegemónica que propone el festival.

Si algo hemos podido comprobar es que en algunas ocasiones, la audiencia se manifiesta de forma crítica ya no solo contra las películas sino respecto a algunas situaciones de censura que como en el mencionado caso de *A Serbian Film* (Srđan Spasojević, 2010) en la Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián, ponen en peligro la existencia del festival de cine como espacio de libertad de expresión. En el festival de cine, la fiesta vendría entonces a desempeñar esta función polivalente que hemos tratado de poner de relieve a lo largo de esta tesis: por un lado la fiesta sería un mecanismo recurrente para la legitimación de la cultura masiva, y por otro, establecería unas condiciones ideales de comunicación de las que puede emerger el pensamiento subalterno.

Por otra parte, por ser espacios que se proclaman abiertamente participativos, creo que los festivales de cine se están beneficiando del paradigma cultural que ha emergido con los “nuevos medios” y las tecnologías digitales de la comunicación. Esta opinión, no obstante, no ha sido la más extendida en el ámbito académico. Inicialmente los festivales y los nuevos medios se han presentado como dos mundos separados y contradictorios, o como dos formas de consumir cine que no pueden coexistir en una misma era. Es más, como suele ocurrir cuando un medio nuevo irrumpe en el panorama de la comunicación, los festivales se han percibido como especies en peligro de extinción, destinados a quedarse atrás en este cambio de ciclo cultural que vienen representado los New Media.

Este discurso apocalíptico ha venido acompañado de una mitificación nostálgica de la gran pantalla que como hemos visto, sigue formando parte del sentir del público cuando toca hablar de cine y del tipo de placeres que provoca el visionado colectivo en la sala. En cambio, si algo se ha demostrado en esta investigación es que tanto los eventos cinematográficos como las tecnologías digitales ocupan posiciones privilegiadas en la presentación de la identidad cinéfila. Es más, creemos haber podido comprobar que una funciona como extensión de la otra cuando se trata de encontrar estímulos afectivos que nos asocien a determinadas culturas del cine.

Los festivales y los nuevos medios son dos de las muchas caras que adopta la cinefilia en la actualidad. No sólo porque los festivales de cine hayan encontrado

formas de integrar y de adaptar sus formatos competitivos a los soportes y gustos visuales asociados a los medios digitales, sino porque los nuevos medios ofrecen la posibilidad de expandir la experiencia cultural y social del festival. Al ensancharse las posibilidades de consumo cinematográfico por un lado, y al multiplicarse las formas de comunicación y de vinculación en torno al cine por otro (a través de los múltiples foros y formatos de creación colectiva que ofrece Internet), el público aumenta su conocimiento sobre el cine y el medio filmico, crea nuevas formas de asociación, genera conversación en torno al gusto cinematográfico, e incrementa la resonancia social de esta conversación.

Ya hemos visto cómo en la Semana de Terror, algunos miembros de la audiencia usan los blogs para narrar y dar cobertura a lo que ocurre en el certamen, y los proponen como foro de discusión en el que extender la conversación iniciada y prolongar, incluso, la experiencia vivida. Escribiendo sobre el festival, los *bloggers* rompen la jerarquía respecto a los medios oficiales que cubren el certamen, llegando a ser fuentes de referencia para el público, y amplificando la voz del testimonio cinéfilo por encima del discurso de la prensa. Esto, solo puede ser visto como algo positivo para los festivales que por lo general se benefician del coloquio que las audiencias crean en torno a ellos y al cine que programan. Es más, los certámenes, atentos a los espacios en los que se mueven sus audiencias y en los que consumen cine, han empezado a reconocer la autoridad narrativa de los *bloggers* y a estrechar su relación con ellos, ofreciendo en sus *webs* oficiales espacios que tratan de institucionalizar el discurso de los fans y que de algún modo, limitan esas manifestaciones emancipadoras que algunas audiencias han encontrado como escritores del evento.

Llegamos a la conclusión de que los públicos del festival, parecen gozar de una nueva soberanía que reluce en unos festivales más que en otros. De nuestro análisis del caso de estudio y la discusión conceptual que hemos llevado a cabo en torno al juego y a la fiesta, deducimos que desde propuestas que presentan una mimesis con el carnaval y con otras formas festivas herederas de la cultura popular, la presentación institucional del cine (a través de la programación de los festivales) puede ser entendida desde distintos tiempos, espacios y puntos de vista.

En este sentido, considero que uno de los lugares en los que se están conjugando estas formas “perversas” de participación son las subculturas del cine de terror y fantástico. La Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián nos aporta un estupendo ejemplo de cómo el juego proporciona un espacio que se presta

todavía a introducir formas de recepción que interrogan a través del humor y de la creatividad tanto la presencia de lo institucional y del pensamiento normativo, como algunas categorías conservadoras relativas a la identidad de género presentes en este tipo de cine y en sus contextos de consumo. Si como hemos visto, este tipo de contextos se constituyen sobre concepciones de la sexualidad eminentemente masculino-heterosexuales, mis experiencias en la Semana de Cine Fantástico y de Terror demuestran que algunas mujeres del festival en ocasiones negocian con las rutinas preestablecidas, generando un contra-diálogo que en ocasiones desafía las formas de identidad masculina dominante.

Que las intervenciones de las mujeres de la audiencia no siempre estén encaminadas a confirmar unos roles de género conservadores, no deja de ilustrar un escenario posible de cambio en el que los discursos de las mujeres empezarían a trastornar lentamente y de manera lúdica la jerarquía de géneros que prevalece en las formas de presentación pública del cine de terror y fantástico, que también hemos llamado “de culto”. En este sentido, creo que en algunos momentos y espacios, en la cultura, se producen manifestaciones que confirman el ámbito pujante de lo popular, o como escribe Méndez Rubio (1997): “Las dinámicas institucionales de lo masivo pueden limitar, pero no agotar el problema de los significantes como uso, como interpretación, como espacio de libertad” (145).

Abriendo una veda a investigaciones futuras, queda por ver si a largo plazo estas fuerzas transformadoras consiguen fraguar en esos modos de recepción irreverentes e indomesticados del fantástico. Creo que esta investigación debe empezar por una mejor conceptualización del cine de culto y de las devociones rutinarias que este tipo de cine suscita en nuestra sociedad.

Finalmente, con la mirada puesta en futuras investigaciones, espero que esta tesis haya sentado las bases para un estudio de la relación entre las formas de consumo afectivo-festivo que proponen los festivales y la expansión de la cultura cinematográfica en las localidades anfitrionas. Creo que una investigación que considere esta relación debería abordarse a través de un estudio histórico y etnográfico (diacrónico y sincrónico) capaz de identificar los efectos del festival sobre la planificación urbana, el crecimiento de la economía creativa de la ciudad, y la cultura cinematográfica de los ciudadanos a largo plazo. En este estudio, no deberían despreciarse el papel que lo lúdico juega tanto en la fase formativa de los espectadores a través del cine, como en la fase más comunitaria del festival. Aunque a menudo se

asume que los festivales de cine ofrecen experiencias de cohesión para una comunidad concreta, lo cierto es que no se ha llevado a cabo una investigación seria que evalúe las formas y las condiciones bajo las que esa comunidad se imagina a partir de las relaciones afectivas que se producen durante el evento a largo plazo. A través de esta exploración sobre el valor que lo festivo ha tenido históricamente en el espacio público (en este caso, íntimamente asociada a las formas colectivas de consumo cinematográfico), confío en haber despertado un nuevo interés en esta faceta social de los festivales de cine que como estamos empezando a comprobar, no podremos ignorar de ahora en adelante.

## Bibliografía

- Abrahams, Roger D. 1987. «An American Vocabulary of Celebrations». En *Time Out of Time: Essays On the Festival*, editado por Alessandro Falassi, 173-83. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Abuín, Anxo. 2006. *Escenarios del caos: entre la hipertextualidad y la performance en la era electrónica*. Madrid: Tirant lo Blanch.
- Alberich, Jordi, y Antoni Roig. 2005. *Comunicación audiovisual digital: nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*. Editorial UOC.
- Alguacil Gomez, Julio. 2003. «El espacio». En *Campos de juego de la ciudadanía*, editado por Tusta Aguilar y Araceli Caballero, 17-44. Madrid: El viejo topo.
- Amendola, Giandomenico. 2000. *La ciudad posmoderna*. Madrid: Celeste.
- Amorós, Vicente. 1991. *Luces de candilejas*. Madrid: Espasa Calpe.
- Anderson, Benedict. (1983) 2013. *Comunidades imaginadas: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- Ang, Ien. 1985. *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. Londres: Methuen.
- Aranda, Daniel, Antoni Roig, y Jordi Sánchez-Navarro. 2013. *Fanáticos. La cultura fan*. Editorial UOC.
- Armatage, Kay. 2009. «Toronto Women & Film International 1973». En *Film Festival Yearbook 1: The Festival Circuit*, editado por Dina Iordanova y Ragan Rhyne, 82-98. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- Atkinson, Sarah, y Helen Kennedy. 2015. «Tell no one: Cinema as game-space - Audience participation, performance and play». *G|A|M|E: The Italian Journal of Game Studies* 4. [http://www.gamejournal.it/atkinson\\_kennedy/#.VmACVei18E](http://www.gamejournal.it/atkinson_kennedy/#.VmACVei18E).
- . 2016. «Inside-the-scenes: The rise of experiential cinema». *Participations. Journal of Audience and Reception Studies* 13 (1): 139-51.



- Augé, Marc. 2008. *Los no-lugares. Espacios del anonimato*. Barcelona: Gedisa.
- Auslander, Philip. 1999. *Liveness: Performance in a Mediatized Culture*. London and New York: Routledge.
- Austin, Bruce. 1981. «Portrait of a Cult Film Audience: The Rocky Horror Picture Show.» *Journal of Communication* 31 (2): 43-54.
- Baetens, Jan, y Domingo Sánchez-Mesa Martínez. 2015. «Literature at the Expanded Field: Intermediality at the Crossroads of Literary Theory and Comparative Literature». *Interfaces. Image-Text Languages* 10.
- Bajtín, Mijail. (1965) 1999. *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*. Madrid: Alianza.
- Bakker, Norbert. 2015. «Utopian Film Festivals: Space, Content and Business Matters in Early Online Film Festivals». *Synoptique-An Online Journal of Film and Moving Image Studies* 3 (2): 9-28.
- Bal, Mieke. 2006. «Conceptos viajeros de las humanidades». *Estudios Visuales*, n.º 3: 27-78.
- Balcerzak, Scott, y Jason Sperb. 2009. *Cinephilia in the Age of Digital Reproduction: Film, Pleasure and Digital Culture Vol.1*. New York: Wallflower Press.
- . 2012. *Cinephilia in the age of digital reproduction: film, pleasure and digital culture Vol.2*. New York: Wallflower Press.
- Barker, Martin. 2012. «Crossing out the audience». En *Audiences: Defining and Researching Screen Entertainment Reception*, editado por Ian Christie, 187-205. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- . 2013. *Live to Your Local Cinema: The Remarkable Rise of Livecasting*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Bauman, Zygmunt. 1997. *Life in Fragments. Essays in Postmodern Morality*. Oxford: Blackwell.
- Bazin, André. (1955) 2009. «The Festival Viewed as a Religious Order». En *Dekalog 03: On Film Festivals*, editado por Richard Porton, 13-19. Londres: Wallflower Press.

- Beck, Ulrich. 2001. «Vivir nuestra propia vida en un mundo desbocado: individuación, globalización y política». En *En el límite. la vida en el capitalismo global*, editado por Anthony Giddens y Will Hutton, 233-46. Barcelona: Tusquets.
- Beltrán, José Miguel. 2011. Nuestros espectadores son más sanos que los que no se acercan al género Entrevistado por T. Flaño. *El Diario Vasco*, 1 octubre, 2015. <http://www.diariovasco.com/v/20111023/cultura/nuestros-espectadores-sanos-acercan-20111023.html>.
- Benet, Vicente J. 2004. *La cultura del cine*. Barcelona: Paidós.
- Benjamin, Walter. [1928] 1990. *El origen del drama barroco alemán*. Madrid: Taurus.
- . [1936] 2003. *La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica*. México: Itaca.
- . 2005. *Libro de los pasajes*. Madrid: Akal.
- Binimelis Adell, Mar. 2011. «La geopolítica de las coproducciones hispanoamericanas. Un análisis a través de su presencia en los festivales de clase A (1997-2007)». Tarragona: Universidad Rovira i Virgili.
- Bissell, William C. 2012. «When the Film Festival Comes to (Down)Town: Transnational Circuits, Tourism, and the Urban Economy of Images». En *Global Downtowns*, editado por Marina Peterson y Gary W. McDonogh, 160-85. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Blanko, Huan Porrah. 2006. *Negación punk en Euskal Herria*. Txalaparta.
- Bogost, Ian. 2007. *Persuasive games: the expressive power of videogames*. Massachusetts: MIT Press.
- Boix, Rafael, y Luciana Lazzeretti. 2012. «Las industrias creativas en España: una panorámica». *Investigaciones Regionales*, n.º 22: 181-206.
- Bordwell, David. 1985. *La narración en el cine de ficción*. Barcelona: Paidós.
- Bordwell, David, y Kristin Thompson. 1995. *El arte cinematográfico: una introducción*. Barcelona: Paidós.
- Bourdieu, Pierre. (1979) 2006. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.

- Boyle, Karen. 2009. «Attractions and Distractions: Mums, Babies, and Early Cinemagoing». *Participations. Journal of Audience and Reception Studies* 6 (2).  
[http://www.participations.org/Volume%206/Issue%202/special/boyle.htm#\\_ednref2](http://www.participations.org/Volume%206/Issue%202/special/boyle.htm#_ednref2).
- Brea, José Luis. 2002. *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neomediales*. Salamanca: CASA (Centro de Arte de Salamanca).
- . 2004. *El tercer umbral. Estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural*. Murcia: CENDEAC.
- . 2007. *Cultura\_RAM. Mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica*. Barcelona: GEDISA.
- Bryman, Alan. 2012. *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Bueno, Gustavo. 1997. *El mito de la cultura. Ensayo de una filosofía materialista de la cultura*. Barcelona: Prensa Ibérica.
- Burch, Noël. 1991. *El tragaluz del infinito : (contribución a la genealogía del lenguaje cinematográfico)*. Madrid: Cátedra.
- Bustamante, Enrique. 2011. «¿La creatividad contra la cultura?» En *Poder, Medios, Cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*, editado por Luis A. Albornoz, 139-56. Buenos Aires: Paidós.
- Butsch, Richard. 2000. *The Making of American Audiences. From Stage to Television*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Caillois, Roger. (1961) 1994. *Los juegos y los hombres. La máscara y el vértigo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Campàs, Joan. 2007. *El hipertexto*. Barcelona: Editorial UOC.
- Camporesi, Valeria. 1994. *Para grandes y chicos: Un cine para los españoles 1940-1990*. Madrid: Ediciones Turfán.
- Campos Rabadán, Minerva. 2012. «Reconfiguración de flujos en el circuito internacional de festivales: Programa “Cine en Construcción”». *Secuencias. Revista de Historia del Cine*, n.º 35(primer semestre): 84-102.

- . 2013. «La América Latina de ‘Cine en Construcción’. Implicaciones del apoyo económico de los festivales internacionales». *Archivos de la Filmoteca*, n.º 71: 13-26.
- . 2016. «Construcción y legitimación de los cines (trans)nacionales en el circuito internacional de festivales. El caso de América Latina». Madrid: Universidad Carlos III de Madrid.
- Camps, Victoria. 1993. *Virtudes públicas*. Madrid: Espasa.
- Cannadine, David. (1983) 2002. «Contexto, representación y significado del ritual: la monarquía británica y la “invención de la tradición”, c.1820-1977». En *La invención de la tradición*, editado por Eric Hobsbawm y Terence Ranger, 107-72. Barcelona: Crítica.
- Carcajosa Virino, Concepcion. 2016. *Cultura de las Series*. Edición: 1. Barcelona: Laertes editorial, S.L.
- Carey, James W. 1975. «A Cultural Approach to Communication». *Communications*, n.º 2: 1-22.
- Carr, Nicholas. 2011. *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*. New York: W. W. Norton & Company.
- Castells, Manuel. 2003. *La galaxia internet*. Barcelona: Penguin Random House.
- . 2004. «An Introduction to the Information Age». En *The Information Society Reader*, editado por Frank Webster, Raimo Blom, Erkki Karvonen, Harri Melin, Kaarle Nordenstreng, y Ensio Puoskari, 138–49. London and New York: Routledge.
- Cerdán, Josetxo. 2007. «En torno a una posible crisis de las publicaciones.» *Secuencias. Revista de Historia del Cine*, n.º 25(primer semestre): 103-6.
- Chan, Felicia. 2011. «The international film festival and the making of a national cinema». *Screen* 52 (2): 253-60.
- . 2014. «Film festivals and affective spaces: Singapore’s Majestic Theatre». *Cinergie*, n.º 6(noviembre). <http://www.cinergie.it/?p=4905>.

- Cienfuegos, José Luis. 2008. José Luis Cienfuegos: «Nuestro cine no cae en la frivolidad» Entrevistado por Alberto Piquero. ABC.Hoycinema. <http://hoycinema.abc.es/especial/gijonfestival/noticia-17.asp>.
- . 2011a. «Desde el festival de cine estamos un poco hartos de los corsés que quieren ponernos» Entrevistado por José Luis Argüelles. *La Nueva España*, 13 noviembre.
- . 2011b. «En el Festival de Gijón se aprende del cine y de la vida» Entrevistado por Javier Cuevas. *La Voz de Asturias*, 13 de noviembre, 6-8.
- . 2012. «La credibilidad de un festival no se consigue a golpe de talonario» Entrevistado por Oskar Belategui. *El Correo*, 1 de julio. <http://blogs.elcorreo.com/gran-cinema/2012/06/01/la-credibilidad-de-un-festival-no-se-consigue-a-golpe-de-talonario/>.
- . 2014a. «Un festival no debe poner barreas entre directores y espectadores» Entrevistado por Juan Pando. *Fotogramas*, 29 de octubre. <http://www.fotogramas.es/Festival-de-Cine-Europeo-de-Sevilla/2014/Jose-Luis-Cienfuegos-Un-festival-no-debe-poner-barreras-entre-directores-y-espectadores>.
- . 2014b. «Trabajamos para que el festival tenga actividad propia durante todo el año» Entrevistado por Ismael Cabral. *El Correo*, 2 de noviembre. <http://elcorreoweb.es/trabajamos-para-que-el-festival-tenga-actividad-propia-durante-todo-el-ano-HIEC798618>.
- Corrigan, Timothy. 1991. *A Cinema Without Walls. Movies and Culture After Vietnam*. New York: Rutgers University Press.
- Cortina Orts, Adela. 2005. *Ciudadanos del mundo : hacia una teoría de la ciudadanía*. Madrid: Alianza.
- Couldry, Nick. 2003. *Media Rituals. A Critical Approach*. London and New York: Routledge.
- Crespi-Vallbona, Montserrat, y Greg Richards. 2007. «The Meaning of Cultural Festivals: Stakeholder Perspectives in Catalunya». *International Journal of Cultural Policy* 13 (1): 103–122.

- Cueto, Roberto. 2007. «El videoblog o la privacidad globalizada». En *Pantallas depredadoras: el cine ante la cultura visual digital*, editado por Vicente Domínguez, 21-73. Oviedo: Universidad de Oviedo.
- . 2013. «XXIV Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián: Freaks vs. Hipsters». *Caimán cuadernos de Cine*.
- Czach, Liz. 2004. «Film Festivals, Programming, and the Building of a National Cinema». *The Moving Image* 4 (1): 76-88.
- . 2010. «Cinephilia, Stars and Film Festivals». *Cinema Journal* 49 (2): 139-45.
- Damiens, Antoine. 2015. «Queer Cannes: on the development of LGBTQ awards at A-list festivals». *Synoptique* 3 (2): 93-100.
- Darley, Andrew. 2002. *Cultura visual digital. Espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Dayan, Daniel. 2000. «Looking for Sundance: The Social Construction of a Film Festival». En *Moving Images, Culture and the Mind*, editado por Ib Bondebjerg, 43-52. Luton: University of Luton Press.
- Dayan, Daniel, y Elihu Katz. 1995. *La historia en directo: la retransmisión televisiva de los acontecimientos*. (GG MassMedia). México: G. Gili.
- De Certeau, Michel. (1984) 2010. *La invención de lo cotidiano. Volumen 1. Artes de hacer*. México: Universidad Iberoamericana.
- De Valck, Marijke. 2005. «Drawing in Popcorn in the International Film Festival Rotterdam?» En *Cinephilia: Movies Love and Memory*, editado por Malte Hagener y Marijke De Valck, 97-109. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- . 2007. *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- . 2008. «‘Screening’ the Future of Film Festivals? A long tale of convergence and digitization». *Film International* 6 (4): 15-23.
- De Valck, Marijke, y Malte Hagener. 2005. *Cinephilia: Movies, Love And Memory*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Debord, Guy. (1967) 2009. *La sociedad del espectáculo*. Sevilla: Doble J.

- Del Olmo, Carolina. 2004. «Poco pan y mucho circo: el papel de los ‘macroeventos’ en la ciudad capitalista». *Archipiélago. Cuadernos de crítica de la cultura*, n.º 62: 69-80.
- Delgado, Manuel. 2005. «Ciudades de mentira. El turismo cultural como estrategia de desactivación urbana». *Archipiélago. Cuadernos de crítica de la cultura*, n.º 68: 17-57.
- Delgado, María, y Robin Fiddian, eds. 2013. *Spanish Cinema 1973-2010: Auteurism, Politics, Landscape and Memory*. Manchester: Manchester University Press.
- . 2008. «Lo común y lo colectivo. El espacio público como y para la comunicación». Medialab Prado, Madrid, enero 31. [http://medialab-prado.es/article/lo\\_comun\\_y\\_lo\\_colectivo](http://medialab-prado.es/article/lo_comun_y_lo_colectivo).
- Deltell, Luis, Florencia Claes, y Mari Luz Congosto. 2015. «Enjambre y urdimbre en Twitter: análisis de la audiencia social de los premios Goya 2015». En *La participación de la audiencia en la televisión: de la audiencia activa a la social*, editado por Natalia Quintás Froufe y Ana González Neira, 60-81. Madrid: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, AIMC.
- Dennison, Stephanie, y Lim Song Hwee, eds. 2006. *Remapping World Cinema: Identity, Culture and Politics in Film*. Wallflower Press.
- Derrett, Ros. 2009. «How Festivals Nurture Resilience in Regional Communities». En *International perspectives of festivals and events: paradigms of analysis*, editado por Jane Ali-Knight, Martin Robertson, Alan Fyall, y Adele Ladkin, 107-24. Oxford: Elsevier.
- Devesa Fernández, María José. 2005. «Economía de los festivales culturales: La dimensión económica y social de la Semana Internacional de Cine de Valladolid». Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Devesa Fernández, María, y José Ángel Sanz. 2009. «Análisis económico de la demanda de un festival cultural». *Estudios de Economía Aplicada* 27 (1): 137-58.
- Dickson, Lesley-Ann. 2015. «“Ah! Other Bodies!”: Embodied spaces, pleasures and practices at Glasgow Film Festival». *Participations. Journal of Audience and Reception Studies* 12 (1): 703-24.

- Díez Borque, José María. 1986. «Relaciones de teatro y fiesta en el Barroco español». En *Teatro y fiesta en el Barroco. España e Iberoamérica*, editado por José María Díez Borque, Barcelona: Ediciones del Serbal, 11-40. .
- Dodds, Eric Robertson. (1951) 1960. *Los griegos y lo irracional*. Madrid: Revista de Occidente.
- Douglas, Mary. 1988. *Símbolos naturales*. Madrid: Alianza.
- Duch, Lluís. 2002. *Antropología de la vida cotidiana. Simbolismo y salud*. Madrid: Trotta.
- Duffett, Mark. 2013. *Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture*. London and New York: Bloomsbury Academic.
- Durkheim, Émile. [1912] 2008. *Las formas elementales de la vida religiosa*. Madrid: Alianza.
- Dyer, Richard, y Ginette Vincendeau. 1992. *Popular European Cinema*. London: Routledge.
- Elena, Alberto. 1999. *Los cines periféricos. África, Oriente Medio, India*. Barcelona: Paidós.
- Elizagarate, Victoria. 2003. *Marketing de ciudades*. Madrid: Pirámide.
- Elsaesser, Thomas. 1990. «Early Cinema: From Linear History to Mass Media Archaeology». En *Early Cinema: Space, Frame, Narrative*, editado por Thomas Elsaesser y Adam Barker. London: BFI Publishing.
- . 1998. «Digital cinema: Delivery, Time, Event». En *Cinema Futures: Cain, Abel or Cable? - Screen Arts in the Digital Age - Film Culture in Transition*, editado por Thomas Elsaesser y Kay Hoffmann, 201-22. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- . 2005a. «Cinephilia or the Uses of Disenchantment». En *Cinephilia. Movies, Love and Memory*, editado por De Valck, Marijke y Hagener, Malte y Malte Hagener, 27-44. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- . 2005b. *European Cinema: Face to Face with Hollywood*. Amsterdam: Amsterdam University Press.



- . 2005c. «Film Festival Networks: The New Topographies of Cinema in Europe». En *European Cinema: Face to Face With Hollywood*, 82-107. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- . 2006. «Early Film History & Multimedia: An Archaeology of Possible Futures?» En *New Media, Old Media*, editado por Wendy Hui Kyong Chun y Thomas Keenan, 13-26. New York: Routledge.
- Espejo Muriel, Carlos. 1995. *Grecia: sobre los ritos y las fiestas*. Granada: Universidad de Granada.
- Ethis, Emmanuel. 2001. *Aux marches du palais: le Festival de Cannes sous le regard des sciences sociales*. Paris: La Documentation française.
- Falassi, Alessandro. 1987. «Festival: Definition and Morphology». En *Time Out of Time: Essays on the Festival*, 1-8. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Falicov, Tamara. 2016. «The “film festival” film: film festival funds as cultural intermediaries». En *Film Festivals: History, Theory, Method, Practice*, editado por Marijke De Valck, Brendan Kredell, y Skadi Loist. New York: Routledge.
- Fernández Labayen, Miguel, y Xosé Prieto Souto. 2012. «Film workshops in Spain: Oppositional practices, alternative film cultures and the transition to democracy». *Studies in European Cinema* 8 (3): 227-42.
- Ferro, Marc. 1995. *Historia contemporánea y cine*. Barcelona: Ariel.
- Fiske, John. 2007. «The Cultural Economy of Fandom». En *The Cult Film Reader*, editado por Ernest Mathijs y Xavier Mendik, 446-55. Maidenhead: Open University Press.
- . (1987) 2009. *Television Culture*. Reprint. London and New York: Routledge.
- Florida, Richard L. 2010. *La clase creativa: La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI*. Barcelona: Paidós.
- Foucault, Michel. (1975) 2009. *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*. Madrid: Siglo XXI.

- Freire, Juan. 2012. «Cultura digital, smart citizens y ciudad abierta». En *Ciudades creativas. Volumen 4. Ciudadanía, cultura digital y emprendimiento social*, editado por Félix Manito, 155-64. Madrid: Fundación Kreanta.
- Freud, Sigmund. [1908] 1979. «El creador literario y el fantaseo». En *Sigmund Freud. Obras completas Vol.IX*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Gadamer, Hans-Georg. (1977) 1991. *La actualidad de lo bello. El arte como juego, símbolo y fiesta*. Paidós, I.C.E de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- . (1960) 1997. *Verdad y método*. Salamanca: Sígueme.
- Galán, Diego. 2002. *50 años de rodaje. Festival de Cine de San Sebastián = 50 urte jardunean. Donostiako nazioarteko zinemaldia*. Donostia-San Sebastián, Madrid: Internacional de Cine de San Sebastián; Ocho y Medio, Libros de Cine.
- Gann, Jonathan. 2015. *Behind the Screens: Programmers Reveal How Film Festivals Really Work*. Washington , DC: Reel Plan Press.
- Gant, Charles. 2010. «Sharing the Secret». *Sight & Sound*, septiembre.
- Geertz, Clifford. (1973) 2003. *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Gelduld, Harry M. 1972. *Los escritores frente al cine*. Madrid: Fundamentos.
- Giddens, Anthony. 1997. *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Península.
- Gillmor, Dan. 2004. *We the media: grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.
- Goffman, Erving. 1997. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. 1ª ed., 3ª reimp. (Biblioteca de sociología). Buenos Aires: Amorrortu.
- Gómez Rubio, Leire, y Nereida López Vidales. 2015. «Del éxito en televisión a la participación en las redes sociales. El Príncipe y Galerías Velvet en Facebook». *Doxa Comunicación: revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, n.º 20: 136-60.
- Gore, Chris. 2009. *Chris Gore's Ultimate Film Festival Survival Guide. The Essential Companion for Filmmakers and Festival-Goers*. New York: Watson-Guptill.

- Goss, Brian Michael. 2009. *Global Auteurs: Politics in the Films of Almodóvar, Von Trier, and Winterbottom*. Nueva York: Peter Lang.
- Grande, Mari Ángeles. 2015. «Mundos que se desvanecen. Tecnoteatros y performatividad». *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital* 4 (2): 8-17.
- Gray, Jonathan. 2010. *Show Sold Separately: Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts*. New York: New York University Press.
- Grodal, Torben. 1997. *A New Theory of Film Genres, Feelings, and Cognition*. Oxford: Oxford University Press.
- Gunning, Tom. 1986. «The Cinema of Attraction: Early Film, Its Spectator and the Avant-Garde». *Wide Angle* 8 (3-4): 63-70.
- Hall, Stuart, y Tony Jefferson, eds. 1976. *Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-war Britain*. Hutchinson. London: HarperCollins Publishers Ltd.
- Hammersley, Martyn, y Paul Atkinson. 2003. *Ethnography: Principles in Practice*. London; New York: Routledge.
- Hanningan, John. 1998. *Fantasy City: Pleasure and Profit in the Postmodern Metropolis*. London: Routledge.
- Hansen, Miriam. 1991. *Babel and Babylon: Spectatorship in American Silent Film*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Harbord, Janet. 2002a. «Film Festivals: Media Events and the Spaces of Flow». En *Film Cultures*, 59-75. London: Sage.
- . 2002b. *Film Cultures*. London: Sage.
- . 2009. «Film Festivals-Time-Event». En *Film Festivals Yearbook 1: The Festival Circuit*, editado por Dina Iordanova y Ragan Rhyne, 40-46. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- Harvey, David. 2012. *Rebel Cities: From the Right to the City to the Urban Revolution*. Londres: Verso.
- Hassan, Ihab. 1985. «The Culture of Postmodernism». *Theory, Culture and Society* 2 (3): 119-31.

- Hebdige, Dick. (1988) 2004. *Subcultura. El significado del estilo*. Barcelona: Paidós.
- Herebero, Carlos F., y Carlos Reviriego. 2008. «Cinco directores de festivales de cine contrastan sus modelos. Apuestas por un circuito alternativo.» *Cahiers du Cinéma España*, septiembre.
- Hills, Matt. 2002. *Fan Cultures*. London and New York: Routledge.
- . 2010. «Attending horror film festivals and conventions: Liveness, subcultural capital and “flesh-and-blood genre communities”». En *Horror Zone: The Cultural Experience of Contemporary Horror Cinema*, editado por Ian Conrich, 87-101. London; New York: Tauris.
- Hobsbawm, Eric. (1983) 2002. «Introducción: la invención de la tradición». En *La invención de la tradición*, editado por Eric Hobsbawm y Terence Ranger, 7-22. Barcelona: Crítica.
- Hobson, Dorothy. 1982. *Crossroads: The Drama of a Soap Opera*. Londres: Methuen.
- Horkheimer, Max, y Theodor W. Adorno. [1944] 2009. *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Trotta.
- Huizinga, Johan. [1938] 2007. *Homo ludens*. Madrid: Alianza.
- «Informe de la Economía Creativa». 2008. UNCTAD. [http://unctad.org/en/docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf).
- Iordanova, Dina. 2009. «The Film Festival Circuit». En *Film Festival Yearbook 1: The Festival Circuit*, editado por Dina Iordanova y Ragan Rhyne, 23-39. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- . 2010. «Mediating Diaspora: Film Festivals and Imagined Communities». En *Film Festival Yearbook 2: Film Festivals and Imagined Communities*, editado por Dina Iordanova y Ruby Cheung, 12-44. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- Iordanova, Dina, y Ruby Cheung. 2010. *Film Festival Yearbook 2: Film Festivals and Imagined Communities*. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- . 2011. *Film Festival Yearbook 3: Film Festivals and East Asia*. Editado por Dina Iordanova y Ruby Cheung. St Andrews: St Andrews Film Studies.

- Iordanova, Dina, y Ragan Rhyne, eds. 2009. *Film Festival Yearbook 1: The Festival Circuit*. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- Iordanova, Dina, y Leshu Torchin, eds. 2012. *Film Festival Yearbook 4: Film Festivals and Activism*. 1st ed. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- Iordanova, Dina, y Stefanie Van De Peer, eds. 2014. *Film Festival Yearbook 6: Film Festivals and the Middle East*. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- Jancovich, Mark. 2002. «Cult fictions: Cult movies, subcultural capital and the productions of cultural distinction». *Cultural Studies* 16 (2): 306-22.
- Jancovich, Mark, y Lucy Faire. 2008. *The Place of the Audience: Cultural Geographies of Film Consumption*. Repr. 2008. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Jancovich, Mark, Antonio Lázaro-Reboll, Julian Stringer, y Andy Willis, eds. 2003. *Defining Cult Movies. The Cultural Politics of Oppositional Taste*. Manchester: Manchester University Press.
- Jarvis, Jeff. 2015. *El fin de los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Planeta.
- Jay, Martin. 2003. *Campos de fuerza. Entre la historia intelectual y la crítica cultural*. Buenos Aires: Paidós.
- Jenkins, Henry. 2002. «Interactive Audiences?» En *The New Media Book*, editado por Dan Harries. London: British Film Institute.
- . 2006. *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press.
- . 2008. *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- . 2013. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. London and New York: Routledge.
- Jerslev, Anne. 2007. «Semiotics by instinct: Cult Films as a signifying practise between film and audience». En *The Cult Film Reader*, editado por Ernest Mathijs y Xavier Mendik, 88-99. Maidenhead: Open University Press.

- Jones, Bethan. 2014. «Written on the Body: Experiencing Affect and Identity in My Fannish Tattoos». *Transformative Works and Cultures* 16. <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/527/443>.
- Jowett, Garth, y James M. Linton. 1989. *Movies as Mass Communication*. London: Sage.
- Julier, Guy. 2008. *The Culture of Design*. London: Sage.
- Jurado Martín, Montserrat. 2006. «Los festivales de cine en España incidencia en los nuevos realizadores y análisis del tratamiento que reciben en los medios de comunicación». Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Jurado Martín, Montserrat, y Alberto Nieto Martín. 2014. «Nuevas propuestas, viejos circuitos. El papel de los festivales de cine españoles en la consolidación de los nuevos realizadores.» *Secuencias. Revista de Historia del Cine*, n.º 39(Primer semestre): 100-122.
- King, Geoff, y Tanya Krzywinska, eds. 2002. *Screenplay. Cinema/Videogames/Interfaces*. London: Wallflower Press.
- Klinger, Barbara. 2006. *Beyond the Multiplex: Cinema, New Technologies, and the Home*. University of California Press.
- . 2008. «Say It Again, Sam: Movie Quotation, Performance and Masculinity». *Participations. Journal of Audience and Reception Studies* 5 (2). [http://www.participations.org/Volume%205/Issue%202/5\\_02\\_klinger.htm#\\_ednref12](http://www.participations.org/Volume%205/Issue%202/5_02_klinger.htm#_ednref12).
- Knee, Adam, y Kong Rithdee. 2011. «Tourism and the Landscape of Thai Film Festivals». En *Film Festival Yearbook 3: Film Festivals and East Asia*, editado por Dina Iordanova y Ruby Cheung, 154–165. St. Andrews: St Andrews Film Studies.
- Koven, Mikel J. 1999a. «An ethnography of seeing: a proposed methodology for the ethnographic study of popular cinema». Newfoundland: Memorial University of Newfoundland.
- . 1999b. «You Don't Have to be Filmish': The Toronto Jewish Film Festival». *Ethnologies* 21 (1): 115-32.

- Kredell, Brendan. 2012. «T.O. Live With Film: The Toronto International Film Festival and Municipal Cultural Policy in Contemporary Toronto». *Canadian Journal of Film Studies | Revue Canadienne d'Études Cinématographiques* 21 (1): 21-37.
- Kruger, Clara. 2004. «Inolvidables jornadas vivió Mar del Plata': Perón junto a las estrellas». *Archivos de la filmoteca: Revista de estudios históricos sobre la imagen*, n.º 46: 118-31.
- Lázaro-Reboll, Antonio. 2014. *Spanish Horror Film*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Lee, Toby. 2016. «Being there, taking place: ethnography at the film festival». En , editado por Marijke De Valck, Skadi Loist, y Brendan Kredell, 122-37. New York: Routledge.
- Lefebvre, Henri. (1968) 1984. *La vida cotidiana en el mundo moderno*. Madrid: Alianza.
- . (1991) 2013. *La producción del espacio*. Madrid: Capitán Swing.
- Levine, Lawrence W. 1994. *Highbrow/Lowbrow. The Emergence of Cultural Hierarchy in America*. Massachusetts: Harvard University Press.
- Lévy, Pierre. 1997. *L'intelligence collective : pour une anthropologie du cyberspace*. París: La Découverte.
- Lledó, Emilio. 1999. *El silencio de la escritura*. Espasa.
- Loist, Skadi. 2012. «A Complicated Queerness: LGBT Film Festivals and Queer Programming Strategies». En *Coming Soon to a Festival Near You: Programming Film Festivals*, editado por Jeffrey Ruoff, 157-72. St Andrews: St Andrews Film Books.
- López Quintás, Alfonso. 1997. *Estética de la creatividad. Juego. Arte. Literatura*. Madrid: Cátedra.
- Lucas, Ana. 1992. *El trasfondo barroco de lo moderno (Estética y crisis de la Modernidad en la filosofía de Walter Benjamin)*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

- Maldonado González, Concepción, ed. 1999. «Saturnal». *Clave. Diccionario de uso del español actual*. Madrid: SM.
- Malinowski, Bronislaw. 1994. *Magia, ciencia, religión*. Barcelona: Ariel.
- Manovich, Lev. 2005. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Barcelona: Planeta.
- Maravall, José Antonio. (1975) 1990. *La cultura del Barroco*. Barcelona: Ariel.
- Marcuse, Herbert. [1955] 1999. *Eros y civilización*. Barcelona: Ariel.
- Mariniello, Silvestra. 1997. «Cine y sociedad en “los años de oro del cine soviético”». En *Historia general del cine Volumen V. Europa y Asia (1918-1930)*, editado por Manuel Placio y Julio Pérez Perucha. Madrid: Cátedra.
- Marlow-Mann, Alex, ed. 2013. *Film Festival Yearbook 5: Archival Film Festivals*. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- Martín Martín, Francisco Marcos. 2014. «La desaparición de los cinefórum como reflejo del ocaso del movimiento cineclubista en la Andalucía de la Transición». *Área Abierta* 14 (1): 67-80.
- Martínez, Josu, Miriam Frances, Katixa Agirre, y Miren Manias-Muñoz. 2015. «Zinegin Basque film festival: A non-existent audience revealed». *Participations. Journal of Audience and Reception Studies* 12 (1): 725-38.
- Mathijs, Ernest, y Xavier Mendik. 2007. «Editorial Introduction: What Is Cult Film?». En *The Cult Film Reader*, editado por Ernest Mathijs y Xavier Mendik, 1 edition, 1-12. Maidenhead: Open University Press.
- Mattelart, Armand, y Michèle Mattelart. 2005. *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- McCulloch, Richard. 2011. «Most People Bring Their Own Spoons: The Room's participatory audiences as comedy mediators». *Participations* 8 (2): 189-218.
- McCulloch, Richard, y Virginia Crisp. 2016. «‘Watch like a grown up ... enjoy like a child’: Exhibition, authenticity, and film audiences at the Prince Charles Cinema». *Participations. Journal of Audience and Reception Studies* 13 (1): 188-217.



- McLuhan, Marshall. (1964) 2009. *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones el ser humano*. Barcelona: Paidós.
- Méndez Rubio, Antonio. 1997. *Encrucijadas. Elementos de crítica de la cultura*. Madrid: Cátedra.
- Mesonero Burgos, Sergi. 2008. «A Festival Epidemic in Spain». *Film International* 6 (4): 8-14.
- Metz, Christian. (1977) 2001. *El significante imaginario*. Barcelona: Paidós.
- Minnema, Lourens. 1998. «Play and (Post)modern Culture. An Essay on Changes in the Scientific Interest in the Phenomenon of Play». *Cultural Dynamics*, marzo.
- Monaco, Janette. 2010. «Memory work, autoethnography and the construction of a fan-ethnography». *Participations. Journal of Audience and Reception Studies* 7 (1). <http://www.participations.org/Volume%207/Issue%201/monaco.htm>.
- Morales i Moras, Joan. 2015. *Diseño de videojuegos con una agenda educativa y social*. Barcelona: Editorial UOC.
- Moreno Luzón, Javier. 2013. «Alfonso el Regenerador. Monarquía escéptica e imaginario nacionalista español, en perspectiva comparada (1902-1913)». *Hispania* LXXIII (244): 319-48.
- Mulvey, Laura. 1975. *Placer visual y cine narrativo*. Valencia: Eutopías.
- Navarro, Antonio José. 2012. «XIII Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián. Resistiendo a la adversidad». *Dirigido por*.
- Paz Rebollo, Maria Antonia, y Julio Montero Díaz. 1995. *Historia y cine : Realidad, ficción y propaganda*. Madrid: Complutense.
- Pedersen Strandgaard, Jesper, y Carmelo Mazza. 2011. «International Film Festivals: For the Benefit of Whom?» *Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research* 3, junio, 139–165.
- Peranson, Mark. 2009. «First you get the power, then you get the money: two models of film festivals». En *Dekalog 3. On Film Festivals*, editado por Richard Porton, 23-37. Londres: Wallflower Press.
- Perniola, Mario. 2001. *La estética del siglo veinte*. Madrid: Antonio Machado Libros.

- . 2006. *Contra la comunicación*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Perriam, Chris. 2010. «Spanish Microcultural Studies: Fleeting Moments and Cultural Structures». *Journal of Spanish Cultural Studies* 11 (3-4): 291-304.
- Pine, G. Joseph, y H. James Gilmore. 2001. *La economía de la experiencia. El trabajo es un teatro y la empresa un escenario*. Barcelona: Granica.
- Piña, Begoña. 2012. «Festivales recortados». *Caimán Cuadernos de Cine*, marzo.
- Porton, Richard, ed. 2009a. *Dekalog 03: On Film Festivals*. Londres: Wallflower Press.
- . 2009b. «The Festival Whirl», septiembre 8. <http://www.movingimagesource.us/articles/the-festival-whirl-20090908>.
- Pujol, Cristina. 2011. *Fans, cinéfilos y cinépagos: Una aproximación a las culturas y los gustos cinematográficos*. Barcelona: Editorial UOC.
- Quintana, Àngel. 2015. «¿De qué hablamos hoy cuando hablamos de cinefilia?» *Caimán. Cuadernos de Cine*.
- Quintás Froufe, Natalia, y Ana González Neira, eds. 2015. *La participación de la audiencia en la televisión: de la audiencia activa a la social*. Madrid: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, AIMC.
- Raessens, Joost. 2006. «Playful Identities, or the Ludification of Culture». *Games and Culture* 1 (1): 52-57.
- . 2014. «The Ludification of Culture». En *Rethinking Gamification*, editado por Mathias Fuchs, Sonia Fizek, Paolo Ruffino, y Niklas Schrape, 9-114. Leuphana: Meson Press.
- Rebordinos, José Luis. 2011. «El público de Donostia está más formado que el de otras ciudades» Entrevistado por Mainer Sillero. *Euskalnews*, 16 septiembre. [http://www.euskonews.com/0592zkb/elkar\\_es.html](http://www.euskonews.com/0592zkb/elkar_es.html).
- . 2015. José Luis Rebordinos: «Ha faltado una estrella de Hollywood y dos o tres películas de consenso» Entrevistado por Juan G. Andrés. *Noticias de Navarra*, 28 septiembre. <http://www.noticiasdenavarra.com/2015/09/28/ocio-y-cultura/cultura/rha-faltado-una-estrella-de-hollywood-y-dos-o-tres-peliculas-de-consensor>.

- Regev, Motti. 2011. «International Festivals in a Small Country: Rites of Recognition and Cosmopolitanism». En *Festivals and the Cultural Public Sphere*, editado por Lina Giorgi, Monica Sassatelli, y Gerard Derlanty, 108-23. Abingdon, New York: Routledge.
- Reyero, Carlos. 2015. *Monarquía y Romanticismo. El hechizo de la imagen regia, 1829-1873*. Madrid: Siglo XXI.
- Rodríguez de las Heras, Antonio. 1991. *Navegar por la información*. Madrid: Fundesco.
- Rodríguez Ferrándiz, Raúl. 2011. «De industrias culturales a industrias del ocio y creativas: los límites del “campo” cultural». *Comunicar* 18 (36): 149-56.
- Rodríguez Isaza, Laura. 2014. «De “gira” por os festivales: patrones migratorios del cine latinoamericano». *Secuencias. Revista de Historia del Cine* 39.
- Rodríguez, María Pilar. 2002. *Mundos en conflicto: aproximaciones al cine vasco de los noventa*. Donostia/San Sebastián: Universidad de Deusto. Filmoteca Vasca.
- Rodríguez, Olga. 2012. *Yo muero hoy: Las revueltas en el mundo árabe*. Barcelona: Penguin Random House.
- Rodríguez-Mateos, David, y Tony Hernández-Pérez. 2015. «Televisión social en series de ficción y nuevos roles del documentalista audiovisual: el caso de ‘El Ministerio del Tiempo’». *Index. Comunicación* 5 (3).
- Roig, Antoni. 2009. *Cine en conexión. Producción industrial y social en le era «cross-media»*. Editorial UOC.
- Rosenbaum, Jonathan. 2000. «Trafficking in Movies: Festival-hopping in the Nineties». En *Movie Wars, How Hollywood and the Media Limit What Films We Can See*, 143-73. London: Wallflower.
- Rosenbaum, Jonathan, y Adrian Martin, eds. 2011. *Mutaciones del cine contemporáneo*. Madrid: Errata Naturae.
- Rousseau, Jean-Jacques. [1750] 2008. *Del contrato social*. Madrid: Alianza.
- Sánchez-Mesa Martínez, Domingo. 1996. «Una teoría en expansión: la poética social dialógica del Círculo de Batjín». En *Sociología de la Literatura*, editado por Antonio Sánchez, 191-217. Madrid: Síntesis.

- . 2015. «Los estudios sobre la cibercultura y los new media. Extendiendo el campo de la literatura comparada». *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital* 4 (2): 79-99.
- Santaolalla, Isabel, Stefan Simanowitz, Dina Iordanova, y Ruby Cheung. 2010. «A Cinematic Refuge in the Desert: Festival Internacional de Cine del Sahara». En *Film Festival Yearbook 2: Film Festivals and Imagined Communities*, 136-50. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- Sassatelli, Monica. 2008. «Public Culture, Cosmopolitanism and Festivals». En *European Public Culture and Aesthetic Cosmopolitanism: Main Report*, editado por Monica Sassatelli, EURO-RESTIVAL PROJECT. [http://www.euro-festival.org/docs/Euro-Festival\\_D1\\_MainReport.pdf](http://www.euro-festival.org/docs/Euro-Festival_D1_MainReport.pdf).
- Schamus, James. 2012. «See Here Now: Festival Red Carpets and the Cost of Film Culture». En *Coming Soon to a Festival Near You: Programming Film Festivals*, editado por Jeffrey Ruoff, 69-74. St. Andrews: St Andrews Film Books.
- Sconce, Jeffrey. 1995. «Trashing the academy: taste, excess, and emerging politics of cinematic style». *Screen* 36 (4): 371-93.
- Segal, Jérôme. 2010. «Identities and Politics at the Vienna Jewish Film Festival». En *Film Festival Yearbook 2: Film Festivals and Imagined Communities*, editado por Dina Iordanova y Ruby Cheung, 198–217. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- . 2011. «International film festivals in European cities: Win-win situations?» European Arts Festivals Strengthening cultural diversity. Luxemburgo: Publications Office of the European Union. [https://ec.europa.eu/research/social-sciences/pdf/policy\\_reviews/euro-festival-report\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/research/social-sciences/pdf/policy_reviews/euro-festival-report_en.pdf).
- Sennett, Richard. 1978. *El declive del hombre público*. Barcelona: Ediciones Península.
- . 2009. *El artesano*. Barcelona: Anagrama.
- Sheller, Mimi, y John Urry, eds. 2004. *Tourist Mobilities: Places to play, places in play*. London and New York: Routledge.

- Shepard, Benjamin. 2011. *Play, Creativity, and Social Movements: If I Can't Dance, It's Not My Revolution*. Reprint edition. New York: Routledge.
- Siegel, Marc. 1997. «Spilling out onto Castro Street». *Jump Cut: A Review of Contemporary Media*, n.º 41(mayo): 131-36.
- Singhara, Sutanya. 2005. «Dreams of Lost Time. A Study of Cinephilia and Time Realism in Bertolucci's *The Dreamers*». En *Cinephilia. Movies, Love and Memory*, 45-54. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Smith, Paul Julian. 2012. «Transnational Cinemas: The Cases of Mexico, Argentina and Brazil». En *Theorizing World Cinema*, editado por Lucia Nagib, Chris Perriam, y Rajinder Dudrah, 64-76. London; New York: I.B.Tauris.
- Sontag, Susan. 1996. «The Decay of Cinema». *The New York Times*, febrero 25. <http://www.nytimes.com/books/00/03/12/specials/sontag-cinema.html>.
- Soto Caba, Victoria. 2002. «Expresiones de la fiesta». *Exit, imagen y cultura*, febrero.
- Staiger, Janet. 1992. *Interpreting Films: Studies in the Historical Reception of American Cinema*. Princeton: Princeton University Press.
- . 2000. *Perverse Spectators: The Practices of Film Reception*. New York: New York University Press.
- . 2005. *Media Reception Studies*. New York: New York University Press.
- Stam, Robert. 1991. «Bakhtin, Polyphony, and Ethnic/Racial Representation.» En *Unspeakable Images: Ethnicity and the American Cinema*, editado por Lester D. Friedman, 251-76. Urbana and Chicago: University of Illinois Press.
- . 2001. *Teorías del cine. Una introducción*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Stevenson, Nick. 2002. *Understanding Media Cultures. Social theory and Mass Communication*. London: Sage.
- Stringer, Julian. 2001. «Global Cities and International Film Festival Economy». En *Cinema and the City: Film and Urban Societies in a Global Context*, editado por Mark Shiel y Tony Fitzmaurice, 133-44. Oxford: Blackwell.
- . 2003a. «Film Festivals and the Revival of Classic Hollywood». En *Memory and Popular Film*, editado por Paul Grainger. Manchester: Manchester University Press.

- . 2003b. «Neither one thing nor the other. Blockbusters at film festivals». En *Movie blockbusters*, editado por Julian Stringer, 202-13. Routledge.
- . 2008. «Genre Films and Festival Communities: Lessons from Nottingham, 1991-2000». *Film International* 6 (4): 53-59.
- . 2013. «Regarding Film Festivals: Introduction». En *The Film Festival Reader*, editado por Dina Iordanova, 59-68. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- Subirats, Eduardo. 2002. «Transición y espectáculo». En *Intransiciones. Crítica de la cultura española*, editado por Eduardo Subirats, 71-87. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Svensson, Alexander, y Dan Hassoun. 2016. «‘Scream into your phone’: Second screen horror and controlled interactivity». *Participations. Journal of Audience and Reception Studies* 13 (1): 171-87.
- Thornton, Sarah. 1995. *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. Oxford: Polity Press.
- Trachana, Angelique. 2012. «Urbe ludens: espacios para el juego en la ciudad». *Ciudad y territorio. Estudios territoriales* XLIV (173): 423-44.
- Tremblay, Gaëtan. 2011. «Industrias culturales, economía creativa y sociedad de la información». En *Poder, Medios, Cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*, editado por Luis A. Albornoz, 109-38. Buenos Aires: Paidós.
- Triana-Toribio, Núria. 2003. *Spanish National Cinema*. Routledge.
- . 2007. «El festival de los cinéfilos transnacionales: Festival Cinematográfico Internacional de la República Argentina en Mar del Plata, 1959–1970». *Secuencias: Revista de Historia del Cine*, n.º 25: 25-45.
- . 2011. «FICXixón and Seminci: Two Spanish Film Festivals at the End of the Festivals Era». *Journal of Spanish Cultural Studies* 12 (2): 217-36.
- . 2013. «Building Latin American Cinema in Europe: Cine en Construcción/Cinéma en construction». En *Contemporary Hispanic Cinema: Interrogating the Transnational in Spanish and Latin American Film*, editado por Stephanie Dennison, 89-112. London: Tamesis Books.

- . 2015. «Awards Culture: Spanish Cinema and the Rise of the Prize». Conferencia presentado en Audiovisualtopia, Saint Louis University. Madrid, octubre 23.
- Tryon, Chuck. 2009. *Reinventing Cinema: Movies in the Age of Media Convergence*. Piscataway, NJ: Rutgers University Press.
- Tsivian, Yuri. 1998. *Early Cinema in Russia and Its Cultural Reception*. Londres; Nueva York: Routledge.
- Tubella, Imma, y Jordi Alberich Alberich. 2012. *Comprender los Media en la sociedad de la información*. Edición: 1. Barcelona: Editorial UOC.
- Tuck, Fiona, y Mitra Abrahams. 2015. «Understanding the impact of event cinema: an evidence review». Trends Business Review for Arts Council and BFI. <http://www.artscouncil.org.uk/research-and-data/all-our-documents-and-downloads>.
- Tudor, Andrew. 1974. *Cine y comunicación social*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Tulloch, John, y Henry Jenkins. 1995. *Science Fiction Audiences: Watching Doctor Who and Star Trek*. London and New York: Routledge.
- Turan, Kenneth. 2003. *Sundance to Sarajevo: Film Festivals and the World They Made*. Berkeley: University of California Press.
- Turner, Graeme. 1999. *Film as Social Practice*. 3.<sup>a</sup>ed. Routledge.
- Turner, Victor. (1966) 1988. *El proceso ritual: estructura y antiestructura*. (Ensayistas ; 287). Madrid: Taurus.
- Unwin, Elinor, Finola Kerrigan, Kathryn Waite, y David Grant. 2007. «Getting the Picture: Programme Awareness Amongst Film Festival Customers». *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, n.º 12(junio): 231-45.
- Vallejo Vallejo, Aida. 2012. «Festivales de cine documental: redes de circulación cultural en el este del continente europeo». Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- . 2014. «Festivales cinematográficos. En el punto de mira de la historiografía filmica.» *Secuencias. Revista de Historia del Cine* 39 (1): 13-42.

- Van der Schuur, Winneke, Susanne E. Baumgartner, y Patti Valkenburg. 2015. «The consequences of media multitasking for youth: A review». *Computers in Human Behaviour*, n.º 53: 204-15.
- Van Extergem, Dirk. 2004. «A Report on the Brussels International Festival of Fantastic Film». En *Alternative Europe: Eurotrash and Exploitation Cinema Since 1945*, editado por Ernest Mathijs y Xavier Mendik, 216-27. London: Wallflower Press.
- Van Gennepe, Arnold. [1909] 2008. *Los ritos de paso*. Madrid: Alianza.
- Vaneigem, Raoul. 2012. *The Revolution of Everyday Life*. Oakland: PM.
- Vilarós, Teresa M. 1998. *El mono del desencanto. Una crítica cultural de la transición española (1973-1993)*. Madrid: Siglo XXI.
- Willemsen, Paul. 1993. «Through the Glass Darkly: Cinephilia Reconsidered». En *Looks and Frictions: Essays in Cultural Studies and Film Theory*. London: British Film Institute.
- Williams, Linda. 1991. «Film Bodies: Gender, Genre, and Excess». *Film Quarterly* 44 (4): 2-13.
- Wilson, Gavin. 2014. «Cell/ular Cinema: Individuated Production, Public Sharing and Mobile Phone Film Exhibition». Leeds: University of Leeds. <http://etheses.whiterose.ac.uk/8475/>.
- Wolf, Mauro. 1988. *Sociologías de la vida cotidiana*. 2ª ed. (Teorema). Madrid: Cátedra.
- Wong, Cindy Hing-Yuk. 2011. *Film Festivals: Culture, People, and Power on the Global Screen*. Rutgers University Press.
- Yúdice, George. 2003. *The Expediency of Culture. Uses of culture in the global era*. Durham and London: Duke University Press.
- Zielinski, Ger. 2012. «On the Production of Heterotopia, and Other Spaces, in and around Lesbian and Gay Film Festivals». *Jump Cut: A Review of Contemporary Media*, n.º 54. <http://www.ejumpcut.org/archive/jc54.2012/gerZielinskiFestivals/>.
- Zunzunegui, Santos. 2008. *La mirada plural*. Madrid: Cátedra.



——— 2002. *Historias de España: de qué hablamos cuando hablamos de cine español*. Valencia: Instituto Valencià de Cinematografia Ricardo Muñoz Suay.

