



FESTIVALES

DE SERIES CONTRA LA FASCINACIÓN DEL CINE

Los festivales de series se han convertido en un importante punto de encuentro donde poner en marcha proyectos, enseñar los que están a punto de estrenarse y hasta lanzarlos al mercado internacional. Con los certámenes dedicados al cine en el horizonte, estos festivales cada vez son más conocidos

por Marina Such

Cuando se fundó el Festival de Cine de Cannes, en 1946, respondía a varios objetivos. Por un lado, estaba el deseo del gobierno francés de tener su propio certamen alejado de la injerencia política presente en el de Venecia, que había nacido por deseo de Mussolini en 1932. Por el otro, se quería aprovechar el potencial turístico de esa ciudad de la Costa Azul, cuyo ayuntamiento apoyaría fi-

nancieramente al festival y ofrecía hasta una sede para su celebración. Unas cuantas de estas razones pueden trasladarse al nacimiento de muchos de los festivales de cine posteriores y también a los de series, un fenómeno bastante más reciente que responde a la creciente percepción de la ficción televisiva como algo más que un mero entretenimiento sin más aspiraciones. La inclusión de series en algunos festivales de cine (el

SXSW de Austin tiene una sección dedicada a ellas y el de San Sebastián incluyó, por ejemplo, *La Mesías* en su Sección Oficial el año pasado) ha terminado de otorgarles ese marchamo de relevancia que fueron ganando desde su denominada Segunda Edad de Oro, un periodo lanzado, a grandes rasgos, a partir del estreno de *Los Soprano*, en 1999. El interés de críticos y personalidades provenientes de otros sectores ele-



varon el interés por ellas, lo que tenía que refrendarse en eventos que las celebraran de manera exclusiva. Así es como van apareciendo los festivales de series. Estas se independizan de

Arriba, el equipo de Las Largas Sombras, la serie de Disney+, en el evento Crossover Series

secciones paralelas de los certámenes cinematográficos o de presentaciones especiales celebradas en ellos para adquirir su propia identidad y, sobre todo, contribuir a dinamizar una industria que mueve millones de euros y que, con la aparición de las plataformas de *streaming* y el gran *boom* de producción que se ha vivido en los últimos años, necesita un lugar donde, como explica Mercedes San José, responsable de comunicación del canal AXN, puedan «llegar al mayor número de espectadores posible. De cara al conocimiento de nuestros contenidos y nuestra marca, los festivales son citas muy importantes.

Hoy en día incluso adquieren más relevancia ya que, con el inmenso océano de opciones al que se enfrentan los espectadores, estos sirven como prescriptores para la audiencia».

LA RAZÓN DE SER DE UN FESTIVAL DE SERIES

Esa es una de las razones de existir de un festival de series. Teniendo en cuenta que, solo en Estados Unidos, se estrenaron más de 500 series en 2023, la labor de selección resulta muy importante de cara a un público interesado en descubrir ficciones interesantes, y a quien le resultaría inabarcable hacerlo de otra manera. Víctor Sala, coordinador I→



estábamos todos más conectados en ver las mismas series y el fenómeno era más compartido», señala Sala, «y ahora, con la cantidad de series que hay y la cantidad de plataformas, se ha acabado dividiendo más el consumo. No hay una forma de ver las series, así que a veces es complicado que haya seis que aglutinen a una cantidad de público masivo».

«Son relevantes también para establecer ciertas jerarquías», apunta Jaime Ripoll, director de Filmin, sobre la relevancia de los festivales. La plataforma es colaboradora del Serializados Fest y ofrece la posibilidad de ver, durante la celebración del evento, los primeros episodios de las series que participan, algo que suele tener buena acogida entre sus espectadores. Pero, además, el certamen tiene otra derivada para Filmin desde que empezó a producir sus propias series en 2021, con *Doctor Portuondo*. «Los festivales contribuyen a que las series puedan tener más visibilidad. Sin duda, benefician la posibilidad de que esa serie encuentre un público, al menos nacional. Eso, por un lado, por la parte digamos de comprador, pero también por la parte de vendedor». Porque, en ese aspecto, los festivales de series funcionan como los de cine, especialmente los que incluyen un apartado de mercado. Las productoras y distribuidoras de series llevan allí



Arriba, un momento de la presentación de *Zorro de Secuoya Studios*, en el pasado Mipcom de Cannes. Junto a estas líneas, un momento del último evento *Crossover Series*

del Serializados Fest (uno de los más veteranos de España), reconoce que ese es uno de los motivos por los que decidieron montar primero su revista *online* y, después, el certamen en 2013: «Había muchas series que la gente veía, las comentaba y tenían su grupito de gente de fan, pero eso no se reflejaba mucho en los medios y no había uno especializa-

do donde aglutinar a esta gente». La idea original era, simplemente, tener una cita donde los fans de las series pudieran juntarse, pero rápidamente se añadió el objetivo de seleccionar títulos interesantes, tanto nacionales como internacionales, de entre la marea de nuevas producciones que pelean cada año por encontrar su audiencia. «Antes, quizás



sus títulos con la esperanza de que cadenas y plataformas los vean, les interesen y decidan comprarlos para sus catálogos y parrillas. Ripoll expone el ejemplo de una de sus últimas producciones, la comedia *Autodefensa*, creada y protagonizada por Berta Prieto y Belén Barenys como dos amigas que se proponen traspasar todos los límites emocionales posibles. El festival Series Mania de Lille (Francia) la premió el año pasado como mejor serie en formato corto, lo que le abrió las puertas del mercado internacional: «Nosotros hemos visto cómo, tras el éxito en Series Mania de *Autodefensa*, se han vendido los derechos de *remake*, y creo que eso es posible por el éxito en el festival».

Series Mania, de hecho, se ha convertido en una de las citas más importantes para quienes buscan nuevas incorporaciones a su catálogo y para quienes aspiran a vender las suyas a compradores de fuera de sus fron-

Reina Roja, la serie de Amazon Prime Video, también estuvo presente en la última edición del evento Crossover Series



teras, y también en algo así como el espejo en el que se miran los festivales que nacen ahora. El evento francés cuenta con tres apartados: una sección competitiva que se divide en producciones francesas e internacionales, un Forum que recibe a representantes de la industria, e incluye sesiones de *pitching* de nuevos proyectos que buscan socios para ponerse en marcha, y una escuela, Series Manía Institute,

que se fundó en 2021 con la idea de formar a futuros profesionales que trabajen en las series. También tiene una programación de charlas y encuentros del público con los artistas.

La popularidad que ha ido alcanzando desde su creación en París, en 2010, llevó a que le surgiera el principal competidor en casa, con Canneseries. Su primera edición se celebró en 2018 con el estreno de *Killing Eve*, la serie que lanzó al estrellato a Jodie Comer, y se vale del gran reconocimiento que la ciudad de Cannes tiene entre la industria para ir

LOS FESTIVALES CONTRIBUYEN A QUE LAS SERIES PUEDAN TENER MÁS VISIBILIDAD



atraer a participantes y medios. No en vano, hasta este año se celebraba en paralelo con MIPTV, el evento al que los profesionales del medio acuden a vender sus nuevos formatos, y que cerró sus puertas la pasada primavera. Canneseries ha conseguido hacerse un hueco por su capacidad para tener a grandes nombres paseando por su alfombra rosa y, además, es también un ejemplo de cómo la presencia de una serie en su programación se convierte en el eje de su campaña promocional. *Vida perfecta*, por ejemplo, era una comedia creada por Leticia Dolera para Movistar Plus+ cuya producción había estado algo empañada por cierta controversia entre Dolera y una de sus actrices, que abandonó la ficción. El galardón a mejor serie que recibió en Canneseries en 2019 permitió dar la vuelta a las narrativas a su alrededor y centrar en él buena parte de la promoción ante su estreno. «Tienen una función muy importante también a la hora de la internacionaliza-

ción y de conseguir ventas internacionales», apunta Víctor Sala, que añade que «nosotros (Serializados Fest), por ejemplo, estamos en una red de festivales internacionales donde nos vamos recomendando series. Intentamos que series de aquí viajen fuera y se conozcan más». Además, su evento incluye series extranjeras que no tienen distribución en España con la esperanza de que alguien las vea allí y se decida a comprarlas.

LOS OBJETIVOS DE UN FESTIVAL

Ir generando interés por ciertas series y asociarlas a determinadas marcas (sus cadenas o plataformas) es uno de los objetivos de un festival y, desde luego, aquél del que sacan mayor provecho canales como AXN. «Los festivales son un excelente medio para que los canales o plataformas den a conocer sus novedades, ligan su contenido a su marca y generen conversación, ya que muchas de estas citas ofrecen además oportunidades únicas para escuchar

Canneseries ha conseguido hacerse un hueco por su capacidad para tener a grandes nombres paseando por su alfombra rosa

a los creadores y actores que protagonizan la industria», apunta a ese respecto Mercedes San José. También señala otro puntal importante de estos certámenes y que, habitualmente, es sobre el que se crean bastantes festivales, que es acercar los profesionales detrás de las ficciones a su público. El evento Crossover Series de San Sebastián lo lleva en su eslogan como «cultura de series», lo que se traduce en preestrenos, proyecciones con coloquio y charlas sobre diferentes aspectos de las series, desde su conexión con la política a cómo se hacen los efectos especiales de una ficción como *Reina*

LOS FESTIVALES TIENEN UNA FUNCIÓN IMPORTANTE PARA CONSEGUIR VENTAS INTERNACIONALES



Roja. Es el mismo propósito del Series Nostrum de Elche (Alicante), que suele dedicar una charla a los guionistas para que comenten la situación de su sector, y del LAB-series de Valencia, que en su edición de este año dedicó una mesa redonda a analizar el fenómeno del *true crime* y otra a ver cómo ha cambiado la representación en televisión de la amistad masculina. Su labor es más de reunión de aficionados a las series, mientras hay otros festivales más enfocados en lo promocional y en la presentación de nuevos estrenos.

A eso se dedicaba, por ejemplo, MiM Series, un evento que se celebraba en Madrid y que lleva en el limbo desde 2021. Incluía unos premios que servían como celebración de lo mejor del año y proyectaba los primeros capítulos de títulos que iban a verse en los siguientes meses. Es la misma razón de ser de FesTVaI, con la diferencia de que ahí participan también formatos de entretenimiento. Tiene lugar en

El equipo de la serie de Movistar Plus+ *La Mesías*, que el Festival Internacional de Cine de San Sebastián incluyó en su Sección Oficial el año pasado

Vitoria, en septiembre, y es, de alguna manera, el pistoletazo de salida oficioso a la nueva temporada televisiva. Es donde, por ejemplo, TVE suele presentar las nuevas ediciones del *Masterchef* de famosos.

Estos certámenes, sin embargo, se quedan solo con una parte de todo lo que puede abarcar un festival. Quienes participan en ellos buscan promoción, que al público les vayan sonando los títulos de sus series y, con suerte, se genere curiosidad por verlas, pero no se va a ellos con la esperanza de encontrar esa ficción que vaya a convertirse en su estreno estrella del año. Y tampoco para buscar socios en una coproducción. Para eso existen eventos como Conecta Fiction, muy centrado en el desarrollo de nuevas series y en poner en contacto a los profesionales que se dedican a ello, y es un aspecto que también se está potenciando en Iberseries & Platino y en uno de los últimos festivales en llegar, el South Series de Cádiz.

Esta cita resume bastante bien todos los elementos presentes en un festival de series, desde el lado promocional al aprovechamiento turístico de la ciudad que lo acoge, pasando por el mercado y el lado más industrial. Su director, Joan Álvarez, afirma que uno de sus objetivos era crear un «momento Hollywood en Cádiz» y apunta también cuáles son los grandes retos a los que se enfrenta un evento de estas características: «Creo que son tres. Uno es la financiación; estamos hablando de un festival que se mueve en torno a los dos millones y medio, dos millones novecientos mil euros de presupuesto, así que no es fácil la financiación. Nosotros la hemos obtenido y la estamos obteniendo, porque cada año hay que pelearla, tanto con aportaciones públicas como privadas. La segunda cuestión es la fórmula. Hay que tener una idea muy clara de lo que quieres conseguir con tu festival. Hay mucha competencia y, en ese sentido, tu producto tiene que destacar sobre los demás, tiene que ser fácilmente identificable y esa identificación tiene que ser positiva para la industria. La industria tiene que estar contigo desde el primer momento, tiene que verlo como algo útil para ellos».

En lograr esos tres objetivos está la clave para que los festivales de series dejen de verse como los hermanos pequeños de los de cine. **IZI**

©Irene Meribell para Iberseries; ©Crossover; ©Disney+; ©Secuoya Studios; @Mipcom; @Canneseries; ©Gorka Lasa para Zinemaldia y Movistar Plus+