

También un mercado

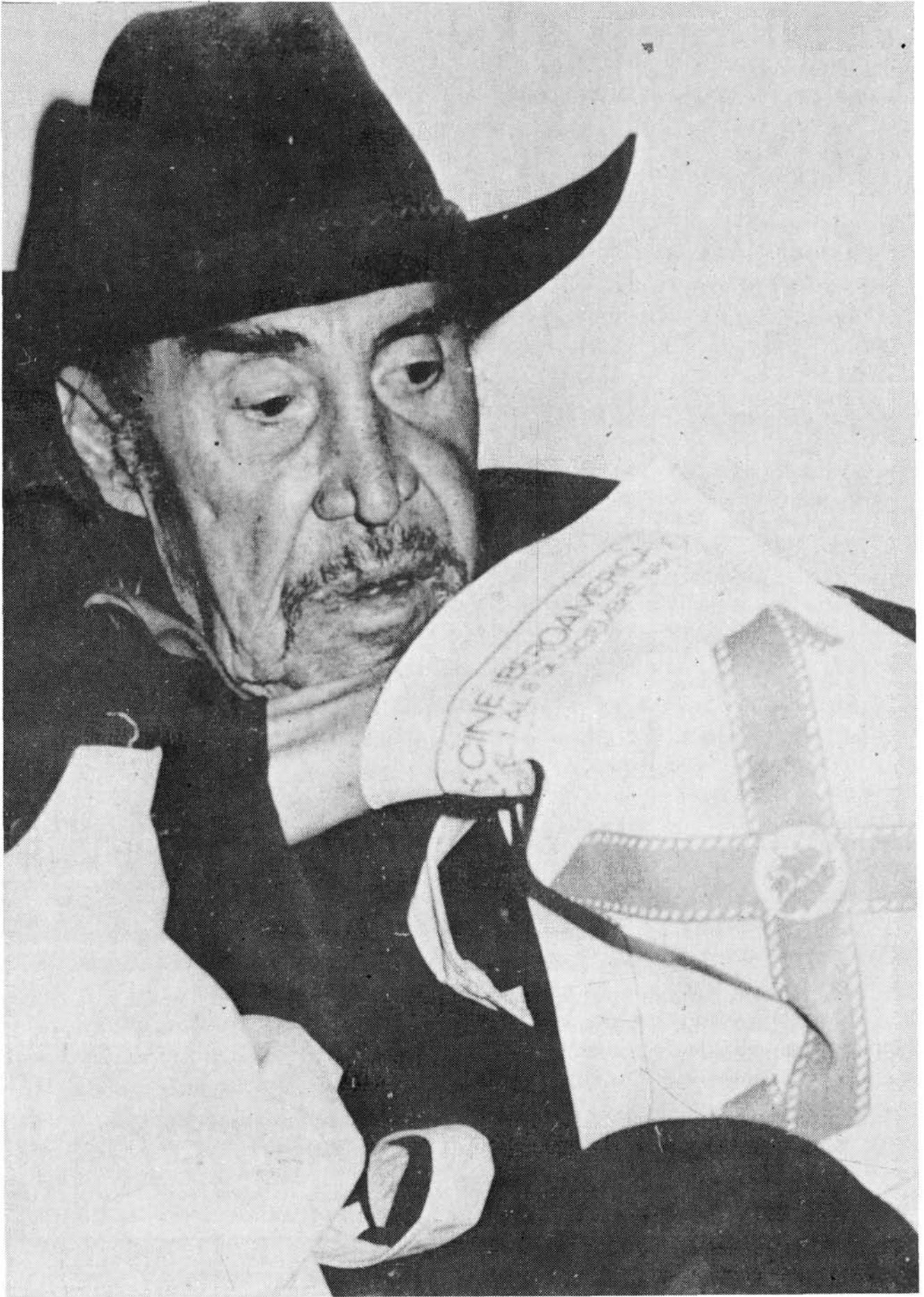
Ya se sabe que los festivales de cine añaden a sus propósitos artísticos y competitivos, al intercambio cultural y a la comunicación entre cineastas, un mercado de films. Con frecuencia, ese carácter mercantil atrae más que los otros, que se convierten en una fiesta destinada a exhibir productos, como cualquier feria industrial. Después de todo, no es como para rasgarse las vestiduras; los cineastas necesitan dinero, los artistas tienen que vivir, y mientras no se invente otro medio (el éxito es ley hasta en cinematografía estalizada), la única posibilidad de expresar ideas y mensajes estéticos es vender las películas. El secreto, ya se sabe, es no venderse a sí mismos, cosa muy dura, que exige una voluntad de hierro y especial talento. El cine es un arte muy caro, que por suerte no es una máquina de hacer negocio con fórmulas infalibles, porque si así fuese, ya habría desaparecido como arte.

Huelva también ha incorporado su mercado de films, que en esta última edición ha sido muy concurrido. Ojalá que sirva para difundir el cine iberoamericano, que necesita desesperadamente apuntalar sus finanzas. Y si sirve al mejor cine, el más talentoso y honesto, tanto mejor. Uno de los rasgos positivos de estas cinematografías, aun de las que poseen una industria como Argentina, Brasil y México, es que a menudo tienen al negocio como medio de hacer películas y no a la inversa (con las sabidas excepciones, como es natural). De esta distinción entre objetivos ha surgido siempre el cine que importa, aquel que se justifica cuando surge el mágico fenómeno de una obra que enriquece la sensibilidad del hombre, que descubre la aventura de la creación.

Films españoles en Huelva

Pocas veces han concurrido al festival onubense películas españolas valiosas. Esto no es casual, ya que la reglamentación del mismo, como es habitual, especifica que no pueden competir obras estrenadas en el país sede. Las fechas de Huelva (diciembre de cada año) hacen que la mayoría de las películas importantes hayan sido estrenadas. En esta edición concurrieron dos films: *Un par de huevos*, gruesa comedia de Francesc Bellmunt, hablada en catalán, y *Muñecas de trapo*, de Jorge Grau, película con ciertos imperativos comerciales que no consigue superar el buen hacer filmico del realizador.

Sabara, de Antonio R. Cabal, que se vio en la muestra informativa, es una simpática comedia de aventuras rodada azarosamente en el desierto africano, con un comienzo aparentemente frívolo, que crece luego hasta lograr un desenlace poco común; además, posee un acercamiento inusualmente auténtico a ciertas tribus tuaregs vistas sin ánimo pintoresquista. En cambio, fue poco afortunada la presencia de las películas inéditas elegidas para la inauguración y clausura del festival. *El balcón abierto*, dramáticas de García Lorca, es, por lo menos, desafortunada. *Jarabo*, de Juan Antonio Bardem, es parte de una serie realizada para la televisión, donde cada film ilustra un film de Jaime Camino que propone una libre interpretación de ciertos poemas y piezas crimen famoso. Este destino funcional no impide que el resultado sea poco feliz, muy lejos de las mejores obras del realizador de *Calle Mayor*.



Indio Fernández

Final: el destino de los festivales

Como se desprende de lo dicho, Huelva ha resuelto felizmente una de las disyuntivas que aquejan a la mayoría de los certámenes del género: mantener el antiguo estilo de fiesta y lujos estéticos, con el vasto tinglado de mercado internacional como fondo (donde nadie supera a Cannes) o fijarse un destino especializado independientemente de presiones comerciales. Huelva ha elegido este último camino, que a la vez sirve a las necesidades culturales de la vasta comunidad iberoamericana. Esto explica su éxito, así como San Sebastián, arrastrando una tradición de festival grande que nunca pudo alcanzar las magnificencias de Cannes o Venecia, se ha sumido en una crisis irresuelta. Perdido su carácter competitivo (que al parecer puede recobrar, pero cambiando profundamente su estructura y cumpliendo ciertas draconianas exigencias de los productores internacionales) este viejo festival deberá elegir entre la fiesta-mercado o la especialización, no se sabe aún cuál. También las grandes ferias de vanidades necesitan imaginación.

JOSÉ AGUSTÍN MAHIEU
Cuesta de Sto. Domingo, 4, 4.º dcha.
28013 MADRID.