

La cobertura de festivales cinematográficos: una entrevista con periodistas, críticos y programadores de festivales de Iberoamérica

Film festival coverage: an interview with journalists, critics, and event programmers of Latin American film festivals



Gerardo Karbaum Padilla. Docente investigador por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, especialista en temas de narrativa: audiovisual, periodística televisiva y transmedia. Ha publicado tres libros referidos a esas temáticas, además de artículos en revistas y congresos indexados en Web of Science y Scopus. También ejerce la docencia en otras universidades del Perú como la Universidad de San Martín de Porres, la Universidad Privada del Norte y la Universidad de Ciencias y Artes de Latinoamérica. Es posproductor periodístico de noticieros de televisión y realizador de cortometrajes que han obtenido reconocimientos a nivel nacional e internacional. Actualmente es doctorando en Periodismo, tiene una maestría en Publicidad y el Bachillerato en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de San Martín de Porres.

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú
pcavgkar@upc.edu.pe
ORCID: 0000-0002-8089-3640



Daniel Barredo Ibáñez. Investigador en la Universidad de Málaga (España), gracias al Programa *Emergia* financiado por la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación de la Junta de Andalucía. Su obra es interdisciplinaria, explora tres líneas de investigación: estudios sobre opinión pública y medios de comunicación, estudios alrededor de la violencia en América Latina, y estudios internacionales en clave comparada. Es doctor en Periodismo por la Universidad de Málaga, máster y experto en Comunicación y licenciado en Filología Hispánica y en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Granada. Ha publicado más de medio centenar de obras en JCR y/o Scopus. Ha sido docente invitado o investigador visitante en instituciones de Ecuador, Canadá, China, Colombia y España. Es Presidente Honorario de ICOMTA 2023.

Universidad de Málaga, España / Fudan University, China
Daniel.barredo@uma.es
ORCID: 0000-0002-2259-0756



Claudia Chura Pilco. Estudiante de noveno ciclo de la carrera de Comunicación Audiovisual en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. A lo largo de la carrera se ha interesado por el aprendizaje a nivel intermedio-avanzado de los programas Adobe Illustrator, Premiere y After Effects; redacción; investigación; marketing digital y habilidades blandas, lo que ha conllevado a que me interese por desarrollar la investigación audiovisual iniciándome como asistente en proyectos que abordan temáticas como la narrativa audiovisual deportiva en tiempos de COVID-19 y los festivales de cine y su relación con la prensa especializada.

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú
U201820926@upc.edu.pe
ORCID: 0009-0000-6107-9558

Cómo citar este artículo:

Karbaum Padilla, G.; Barredo Ibáñez, D.; Chura Pilco, C. y Ortiz Mory, R. (2024). La cobertura de festivales cinematográficos: una entrevista con periodistas, críticos y programadores de festivales de Iberoamérica. *Doxa Comunicación*, 39, pp. 421-439.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n39a2081>



Este contenido se publica bajo licencia Creative Commons Reconocimiento - Licencia no comercial. Licencia internacional CC BY-NC 4.0



Raúl Ortiz Mory. Magíster en Periodismo Multimedia por la USMP y diplomado en Comunicación Política por la PUCP. Fue redactor y coeditor de la revista de cine Godard. Ha participado como jurado, en reiteradas ediciones, en el Festival de Cine de Lima, Festival Al Este, Lima Independiente y Festival del Cortometraje Peruano. También fue jurado FIPRESCI en el Buenos Aires Festival Internacional de Cine Independiente-BAFICI (Argentina). Ejerció la presidencia de la Asociación de Prensa Cinematográfica del Perú-APRECI. Se desempeña como docente universitario en cursos relacionados al ámbito audiovisual y periodístico. Dicta talleres sobre apreciación cinematográfica y media training. Tiene una columna de crítica cinematográfica que se publica en la versión on line del diario Gestión (Perú), medio en el que también difunde informes y entrevistas. Colabora habitualmente con la revista digital de cine Perro Blanco (Argentina). Universidad de Ciencias y Artes de Latinoamérica, Perú
rrortizm@crear.ucal.edu.pe
ORCID: 0009-0007-2624-4651

Recibido: 26/09/2023 - Aceptado: 06/11/2023 - En edición: 16/01/2024 - Publicado: 01/07/2024

Received: 26/09/2023- Accepted: 06/11/2023 - Early access: 16/01/2024 - Published: 01/07/2024

Resumen:

Los festivales de cine son espacios de encuentro donde confluyen distintos actores sociales como agentes de la industria audiovisual, estudiantes, cinéfilos, periodistas y los mismos organizadores de estos eventos. Esta investigación tiene como objetivo describir las experiencias en la cobertura periodística de festivales cinematográficos para medios: generalistas, especializados tradicionales y nativos digitales de Iberoamérica. Para ello se aplicó un enfoque cualitativo a través de entrevistas semiestructuradas a periodistas cinematográficos y gestores de festivales. Los resultados más relevantes han revelado que cada periodista aplica sus *framebuilding* para realizar la cobertura del evento, lo que se supedita a la agenda informativa del medio que los comisiona. En paralelo, también han aparecido nuevos agentes que comunican sobre los festivales como son los *influencers*, además los festivales han creado sus propias plataformas para cubrir los vacíos informativos que la prensa especializada no informa sobre el festival, por ello se concluye que los festivales son epicentros mediáticos donde actualmente confluyen distintos tipos de generadores de contenidos que diversifican la oferta informativa gracias a las facilidades tecnológicas que ofrece la digitalización, el internet y las redes sociales.

Palabras clave:

Festivales cinematográficos; cobertura periodística; periodistas; críticos; audiovisual.

Abstract:

Film festivals are places of encounter where different social actors come together, including professionals from the audio-visual industry, students, film buffs, and journalists, as well as the figures who organise these events. The aim of this research is to describe the journalistic coverage of film festivals carried out by the Ibero-American media, which is composed of generalist, traditional, specialised, and digital native outlets. The authors have used a qualitative methodology based on semi-structured interviews with film journalists and festival managers. The most significant findings reveal that each journalist develops their own particular type of frame building to cover an event, which is subject to the informative agenda of the media through which they are commissioned. At the same time, new actors such as influencers have also appeared, who report on the festivals as well. In addition, the festivals themselves have created their own platforms in order to fill the information gap resulting from the failure of the specialised press to report on certain aspects of these events. As a result, the authors conclude that festivals have become media hubs where different types of content generators converge, and in which they offer a diversity of information thanks to the technological facilities offered by digitisation, the Internet, and social media.

Keywords:

Film festivals; press coverage; journalists; film critics; audio-visual.

1. Introducción

Los festivales de cine son encuentros en donde se exhiben contenidos audiovisuales que se muestran durante el tiempo determinado que dura el evento, lo que genera la congregación de públicos generalistas y especializados a partir de la programación del festival contribuyendo a la promoción de cineastas noveles (Ruof, 2012; Peirano, 2016; Campos, 2020; Jurado-Martín, 2006). Vallejo (2014), define al festival como un atractor que convoca sobre sí una serie de elementos debido a su carácter institucional

y a su temporalidad periódica. Según Peirano (2016), los festivales son plataformas legales donde confluyen actividades que los relacionan como mercados, vitrinas culturales de exhibición y secciones de competencia, identificados por una suma de intereses diversos de organizadores, públicos, expositores, entre otros. Devesa *et al.* (2012) clasifican a los festivales de acuerdo con su influencia en aspectos como sus repercusiones económicas, turísticas, culturales, sociales y físicas. Hay festivales que cumplen una importante labor en los procesos de producción y distribución, dado que complementan las ayudas provenientes de los Estados, como mecanismos alternativos de financiamiento (Campos, 2012; Campos, 2013). Otros festivales contribuyen a la promoción y al fortalecimiento de la cultura audiovisual de los países frente a posiciones dominantes como la de Hollywood (De Valck, 2007). Así, estos espacios constituyen puntos de convergencia de capitales simbólicos e intermediarios para la interrelación de diversidad de instituciones vinculadas a las industrias culturales, sirviendo de intermediarios en esa cadena de valor (Burgess, 2020). Parte del público de los festivales tiene una base formativa previa que determinará su forma de participación en el evento. Su presencia en ellos es una confirmación de sus intereses audiovisuales (Calderón-Acero, 2020). Los participantes se vinculan al festival de acuerdo con diversos aspectos como sus gustos, expectativas o aspectos sociodemográficos (Alonso, 2019), la convergencia de interés y de afinidades personales (Dayan, 2000). Desde ese ángulo, Radakovich (2019) plantea que los asistentes especializados son cinéfilos eruditos y posmodernos, debido a su interés por las cinematografías de autor y las películas no comerciales. Precisamente, estos filmes son posibles de exhibirse en los festivales -como únicas ventanas de exhibición-, lo que habilita experiencias socializadoras e inmersivas del público con géneros poco comerciales como el documental (Salles, 2021). Por otro lado, algunos festivales temáticos, como los vinculados a las ciencias, se asocian a públicos no necesariamente cinéfilos (Archer, 2020).

Con la pandemia de Covid-19 los festivales fueron aplazados, cancelados o reducidos a eventos virtuales. Lo que propició el aumento de las cifras de consumo en algunos festivales que lograron implementarse a pesar de los confinamientos, que supusieron a la postre una reinención mundial de estos eventos (Meier, 2020; Galletti, 2021). Sin embargo, hay quienes sostienen que los festivales que apostaron por el formato híbrido muestran entre sus logros la gran cantidad de vistas de sus catálogos, pero dichas vistas deben ser examinadas con cuidado, porque el público no hace la observación total de muchas de las películas exhibidas (Fernández *et al.*, 2021). De hecho, entre las ventajas del formato híbrido está la posibilidad de difundir productos muy locales a una audiencia global. Aunque, en esta modalidad, aparecen algunas brechas entre los festivales con más recursos y trayectoria -que, en el caso de la pandemia-, lograron adaptar sus webs para soportar la dinámica del festival, y los más locales, que tuvieron que usar plataformas adaptadas como las redes sociales para seguir funcionando (Salles, 2021). Sin embargo, los festivales medianos o pequeños se vieron afectados no solo en lo económico y en la autosostenibilidad, sino también en la relación con la comunidad en la que están insertados (De Valck y Damiens, 2023). Otra particularidad que se dio en el contexto de la pandemia fue que varios festivales se crearon a propósito de ese contexto, explotando la virtualidad y la temática pandémica (Escalante, 2020). Cheyroux (2022) concluye que, a pesar del panorama sombrío de esos años, los festivales se presentaban como una oportunidad que se debía aprovechar para generar nuevas asociaciones. En suma, la postpandemia supuso el fin de los aislamientos en prácticamente todo el mundo, está propiciando nuevos escenarios de regreso a la presencialidad. En Europa los festivales se están transformando: algunos mantienen la presencialidad como carácter de presentación exclusiva de películas y otros, en cambio, aplican el sistema híbrido, en donde la visualización de películas *online* responde a tiempos en donde predomina el *streaming* (Smits, 2021).

Por lo expuesto, esta investigación tiene como objetivo describir las experiencias en la cobertura periodística de festivales cinematográficos para medios: generalistas, especializados tradicionales y nativos digitales de Iberoamérica. Y, para ello, se acudirá a la voz de los intermediarios -periodistas- y de quienes, como los gestores de festivales, poseen un conocimiento de primera mano sobre estos eventos.

2. Marco teórico. La cobertura periodística de festivales

Los festivales transforman su valor festivo en valor mediático, por ello se consideran puntos nodales en donde se genera mucha información que se expande en su máxima expresión en el periodo de realización del festival (De Valck, 2007). Estos eventos convocan a diversos participantes entre los que asisten realizadores, programadores, profesionales de la industria, críticos, periodistas, cinéfilos y público en general (Lordanova, 2013). A partir de ello se puede entender a los festivales como acontecimientos que acogen a diferentes discursos, que muchas veces representan posiciones distintas provenientes de los distintos participantes (Vivar, 2016). En cuanto a la cobertura de la prensa especializada, ésta puede ser objeto de investigación y análisis (Paz y Vallejo, 2021), ya que las obras fílmicas son analizadas y comunicadas por los periodistas a públicos más amplios, cumpliendo un rol intermediador (Maza, 2008). Realizar la cobertura de un festival internacional significa para el periodista cinematográfico contar con un presupuesto, pero es una inversión que le permite trascender a la cobertura de festivales locales; según autores como Navarro (2018), el trabajo en estos eventos implica la visualización de cinco a más películas por día. No todos los eventos desarrollados por el festival son cubiertos por la prensa especializada. Hay temas que no son de su interés, pero que no dejan de tener importancia para otras coberturas del medio, como la comprobación de datos referidos a la asistencia del público, los jurados, la relación con el sector de la industria, entre otros (Jurado, 2018). Así, hay que entender la cobertura periodística como un proceso en el que se registra la información producida en la realidad y que puede ser de dos tipos: comisiones esperadas o planificadas y las imprevistas (Estremadoyro, 2004). A grandes rasgos, la crítica cinematográfica está comprendida como un género del periodismo cultural y es ejercida por periodistas, escritores y estudiosos del mundo audiovisual (Noguera y Esqueda, 2011), quienes se ciñen a los valores periodísticos de actualidad e inmediatez, y su relación lógica con el hecho noticiable o la noticia publicada en los medios (Gutiérrez Palacio, 1984). Desde una perspectiva amplia, Bordwell (1996) clasifica la crítica cinematográfica en: periodística, publicada en periódicos, semanarios y revistas; el ensayo fílmico, publicado en medios especializados de periodicidad mensual o trimestral; y la crítica académica realizada a través de la investigación científica. A la vez se le considera como uno de géneros periodísticos, junto a la noticia o información, el reportaje, la crónica y el artículo (Martínez Albertos, 1991; Gomis, 2008). Con la convergencia digital, han cambiado muchos paradigmas y condiciones, entre ellos uno que parecía imposible, tener una empresa de medios (Rey, 2022). Gracias al abaratamiento de los costes de producción informativa, emergieron los medios nativos digitales -definidos por la Fundación Gabo (2022, p. 39) como “aquellos que producen o distribuyen información propia en un 50 por ciento o más, a través de diferentes tipos y soportes digitales”-, y en general el ciberperiodismo, un tipo de periodismo pensado para ser ejercido en la web (Larrondo y Meso, 2011). En ese contexto, se considera como diarios nativos digitales son los que han surgido en el ámbito digital, o a los que se transformaron en un periodo no mayor de cinco años (Olivar-Julián, *et al.* 2022). En ese sentido, el periodismo en la red supone el mantenimiento de los valores periodísticos tradicionales, pero también implica reflexiones deontológicas de la profesión debido a las innovaciones que proponen estos medios nativos frente al perio-

dismo ejercido en los medios analógicos (Suárez, 2015). Estos nuevos medios son propios de un contexto en donde se han creado narrativas que son difundidas en las redes sociales y que son conocidas como *narrativas social media* (Karbaum, 2018). También hay que entender que los géneros y formatos narrativos se trasladan de un medio predominante a los medios emergentes, en un proceso denominado como traslación discursiva (Karbaum, 2021). Además, ya hay voces que afirman que las redes y los nuevos medios están permitiendo la creación de contenidos referidos a la cinematografía por parte de los ciudadanos o los bloggers cinéfilos que rompen con la hegemonía mediática (Vivar, 2016, pp. 133, 138).

Por último, no se debe abordar la cobertura de los festivales sin acudir a la teoría del *framing* o encuadre. Esta, según Gitlin (1980) y Entman (1993) permite realizar acciones de selección, filtrado, énfasis, exclusión, prescripción de un determinado hecho que es convertido en un texto informativo, el cual se dará a conocer a la audiencia. Para ello se deben tener en cuenta las siguientes dimensiones: qué se incluye en la información, cómo y dónde se publica, y cuáles son sus elementos cognitivos y afectivos (Ghanem, 2009). En tal sentido, Koziner (2013) afirma que los *frames* posibilitan que los periodistas procesen gran cantidad de información, permitiéndoles decidir qué es noticia y qué no. Desde la perspectiva del *framebuilding* los periodistas encuadran su cobertura de acuerdo con sus perspectivas e interpretación del hecho noticiable, y deciden qué es un asunto de interés público y qué no lo es (Koziner, 2022).

3. Método

Esta investigación ha empleado una metodología de tipo básica, no experimental, descriptiva y de corte transversal, porque su propósito es estudiar las experiencias de la cobertura periodística en los festivales cinematográficos a partir de fuentes primarias. La investigación aplicó el enfoque cualitativo, un enfoque que busca adentrarse en las experiencias, opiniones y percepciones, en este caso, de un grupo de participantes (Quecedo y Castaño, 2002; Creswell, 2013; Katayama, 2014; Krause, 1995). Según Peirano y Vallejo (2021) el enfoque cualitativo adquiere pertinencia en el estudio de los festivales, porque permite comprender la trama de relaciones y redes que se establece en estos eventos. Dicha trama es una narrativa construida por los actores sociales y por las estructuras institucionales que convergen en los festivales. Además, el estudio de los campos simbólicos y discursivos que se desarrollan en estos eventos permite posicionarlos en sus respectivos campos culturales. El diseño aplicado es fenomenológico porque “admite explorar en la conciencia de la persona, es decir, entender la esencia misma, el modo de percibir la vida a través de experiencias, los significados que las rodean y son definidas en la vida psíquica del individuo” (Fuster, 2019, p. 205). Para ese propósito se ha empleado el método analítico, el cual ayuda a examinar los elementos constitutivos de ambos ámbitos comunicacionales –festivales y prensa cinematográfica– y sus intersecciones. En relación con lo expresado se determinó responder a las siguientes preguntas de investigación:

Pregunta principal:

¿Cuáles son las condiciones que intervienen en la cobertura periodística de los festivales cinematográficos de Iberoamérica de acuerdo con los periodistas y los gestores de estos mismos espacios?

Preguntas específicas:

¿Cuáles son las limitaciones percibidas por los grupos poblacionales elegidos sobre la interpretación de los contenidos difundidos en los festivales cinematográficos?

¿Cómo influye la aparición de nuevos actores asociados a las *narrativas social media* en la cobertura de estos eventos?

La recogida empírica de la información se ejecutó aplicando la técnica de la entrevista semiestructurada, para ello se elaboró un cuestionario con preguntas básicas validadas por expertos. Como paso previo, se realizó una investigación documental bibliográfica (Corbetta, 2007), lo que sirvió para definir las categorías, subcategorías e indicadores de la investigación con las cuales se elaboró el cuestionario. A su vez, la revisión bibliográfica permitió la elaboración del estado de la cuestión (del Río y Velázquez, 2005). A partir de este trabajo de estructuración conceptual se aplicaron las entrevistas: los entrevistados fueron seleccionados por los criterios de contrastación y complementariedad, el primero para conocer las opiniones de un grupo de participantes sobre las funciones el otro; y, el segundo, para conocer en qué aspectos comparten tipologías, opiniones, experiencias o funciones. Por ello, la población objetivo se divide en dos subgrupos, el primero conformado por periodistas y críticos cinematográficos y, el segundo, conformado por gestores de festivales cinematográficos. Para segmentar a la población indicada, se utilizó un muestreo no probabilístico por juicio, con una característica básica: la relación de los individuos de un grupo y otro con los festivales cinematográficos. Este tipo de muestreo cuenta con la limitación de no poder generalizar los resultados; sin embargo, es útil su aplicación para aquellas poblaciones que poseen una dificultad de acceso (Otzen y Manterola, 2017; Vasilachis, 2006) y sobre las cuales resulta complicado calcular un tamaño muestral con métodos estadísticos. Debido a la limitada accesibilidad a los participantes, algunos de ellos fueron contactados a través de un informante clave que colaboró con las gestiones para entrevistarlos y otros por medio de sus redes sociales personales o profesionales. Se realizó una entrevista piloto a un periodista cinematográfico, de amplia trayectoria profesional, que reveló un resultado que reorientó la investigación porque reveló la experiencia profesional de algunos participantes en ambos ámbitos –periodismo cinematográfico y gestión de festivales-. Con ello se logró la triangulación de datos de ambos subgrupos. Las entrevistas fueron realizadas por videollamadas de mayo a agosto de 2023. Las preguntas se establecieron, primero, a través de un guion inicial, construido a partir de la literatura previa y, segundo, reajustado mediante el contraste y el replanteamiento de los conceptos establecidos en las primeras entrevistas, el cual contenía siete preguntas estructurales sobre las categorías investigadas, las cuales permitían el planteamiento de repreguntas para profundizar la información brindada. Al ser entrevistas semiestructuradas, fue posible confiar en la experticia del entrevistador y realizar repreguntas, las cuales permitieron extraer y profundizar en información más específica sobre las categorías de investigación. Posteriormente, una vez concluido el proceso de levantamiento de los datos, se realizó la transcripción, que permitió el procesamiento de la información para codificarla y organizarla en los resultados (Strauss y Corbin, 2002). Los participantes fueron elegidos de acuerdo con los siguientes criterios de inclusión:

a.- Para los gestores de festivales: se eligieron porque sus perfiles profesionales indicaban que ejecutan funciones en festivales internacionales, con diversidad de géneros audiovisuales –ficción, animación, documental, entre otros-; y contribuyen en la realización de actividades paralelas a la competencia de las películas –talleres, conversatorios, muestras paralelas, entre otros-.

b.- Para los periodistas cinematográficos: se eligieron porque sus perfiles profesionales indican que han realizado cobertura de festivales nacionales e internacionales para diversos medios y plataformas.

Por estas razones la muestra está conformada por los siguientes participantes:

Tabla 1. Lista de participantes

Participante	Experiencia profesional	País	Años de experiencia
Luis Vélez	Periodista y crítico cinematográfico	Perú	10
Federico Karstulovich	Periodista y crítico cinematográfico	Argentina	17
Sergio López	Periodista y crítico cinematográfico	México	22
Leopoldo Muñoz	Periodista y crítico cinematográfico	Chile	20
Rob Reyna	Periodista cultural y cinematográfico	Perú	14
Sugey López	Directora del Festival Internacional de cortometrajes Cortos de vista	Perú	10
David Jean Robert Dupunchel	Director de los festivales internacionales: Al Este	Desarrollados en Francia, Colombia y Perú	17
Natalia Morales	Directora del Festival Internacional de Cine de Fusagasugá	Colombia	10
Enrique García	Director del Festival internacional Ojo Móvil	Perú	13
Jon Apaolaza	Periodista cinematográfico y programador de festivales cinematográficos	España	44
Joel Poblete	Periodista cinematográfico y Programador del Festival internacional de cine de Iquique y del Festival nacional de Ñuble	Chile	19

Fuente: elaboración propia

4. Resultados

4.1. Los festivales y la prensa cinematográfica en el COVID-19

Durante la pandemia los periodistas cinematográficos tuvieron que transformar sus procesos de cobertura periodística, al presentarse algunas dificultades asociadas al aislamiento generalizado: “La pandemia hizo que reformulemos nuestra manera no

solo de relacionarnos, sino también de poder hacer coberturas tanto de festivales, como de los de las películas que iban saliendo en plataformas” (Federico Karstulovich). Uno de los cambios percibidos en las entrevistas fue la continuidad de la observación: al visualizar los contenidos de manera remota, no se tenía el mismo flujo de observación que el de una sala de cine. En dicho enclave, la observación se hace de manera continua. En el periodo de los confinamientos por la pandemia, las películas no podían ser visualizadas en la proporción de pantalla cinematográfica, sino que se hacía en el dispositivo que tuviese a mano el crítico o periodista, lo que limitaba la experiencia. Una ventaja del visionado en múltiples dispositivos era la facilidad de acceso al material a través de *links*. Pero la falta de una pantalla de gran tamaño –al estar cerradas las salas de exhibición– restringía la experiencia de estos profesionales y, sobre todo, el componente de la interacción social entre los periodistas, el público, los invitados y demás (Federico Karstulovich, Leopoldo Muñoz). Las mismas dificultades se experimentaron también en las actividades paralelas como conversatorios, talleres, conferencias de prensa o debates:

“Estábamos discutiendo acerca de eso. Ahí se enfrenta algo que es muy interesante; se enfrenta la mirada ideológica-política versus la mirada ideológica-estética en teoría del autor. Entonces, el colega decía: yo no puedo votar por una película que humaniza al mal. Yo le dije que entonces no podría existir el arte. El arte es precisamente la contradicción. Esa experiencia hubiese sido mucho más enriquecedora y mucho más interesante si hubiese sido en una mesa. Ojalá hubiese sido con él, pero esto era como pasteurizado, había que tener ciertos protocolos y ciertos comportamientos muy diplomáticos” (Leopoldo Muñoz).

A pesar de la falta de interacción humana directa, por la virtualización pandémica, el contexto provocó el desarrollo de una nueva competencia profesional que fue la de brindar la posibilidad de hacer coberturas a festivales extranjeros de manera remota. Antes de la pandemia el desplazamiento de los profesionales a dichos eventos internacionales suele ser complicado para los críticos o periodistas por los costos de cobertura. Pero, en ese tiempo, fueron funcionales las webs de los mismos festivales que se adaptaron para llevarlos a cabo virtualmente, o se utilizaron otras plataformas especializadas como Festival Scope (Luis Vélez). Aparte de ello, algunos festivales se apalancaron en las redes sociales como Facebook para hacer transmisiones en vivo. En tales casos, había que aplicar ciertos criterios para emitir los contenidos. Las actividades propias del festival como ponencias o talleres no tenían ningún problema; en el caso de la transmisión de las películas sí tenían que aplicarse restricciones, debido a los criterios de exhibición alineados a los derechos de autor de las películas programadas en los festivales. Esta dinámica aún se mantiene en varios festivales como innovación heredada de la pandemia (Sugel López). Varios entrevistados manifiestan que hubo tres etapas, dependiendo de la evolución de la propia Covid-19 y su influencia en la salud global: la de total virtualidad, la de semipresencialidad y la de vuelta a la presencialidad, dejando en los festivales solo algunas actividades virtuales, lo que implica el retorno también de las coberturas presenciales.

4.2. Autogestión de la cobertura

Antes, durante y después de la pandemia el momento principal de encuentro entre la prensa y los organizadores del festival es la puesta en marcha del mismo. Con todo, uno de los factores que condicionan la participación periodística es el económico, porque no todos los festivales cubren los gastos de los reporteros o críticos: “No todos invitan a todos los críticos de todas las partes del mundo. Hay algunos que establecen por costo que sean solamente de Europa o del hemisferio norte, o que no tengan conexiones con aeropuertos” (Leopoldo Muñoz). Varios de los entrevistados afirman que los grandes medios con recursos envían a sus reporteros, pero esa cobertura no necesariamente va a estar ligada al periodismo o a la crítica cinematográfica, sino más

bien al periodismo de espectáculos. En tal sentido, algunos de los entrevistados manifiestan que el financiamiento de la cobertura también depende del plan de comunicaciones y del presupuesto del festival para asignar recursos que financien la estadía de los periodistas. De lo contrario, son ellos mismos quienes tienen que autogestionarse sus gastos: “El Festival de Cannes [...] normalmente invita a muy pocos periodistas internacionales. Es decir, es el medio o el periodista el que se paga todos los gastos del festival” (Jon Apaolaza); “ahora los festivales tienen menos dinero y esos recortes obviamente no van hacia sus invitados internacionales, van hacia la prensa” (Sergio López). Ese presupuesto también considera la invitación de nuevos participantes en el ecosistema comunicacional de los festivales, en función de las propias dinámicas de emisión y de recepción de productos comunicacionales, como sucede con los *influencers*. En tal circunstancia, algunos periodistas cinematográficos también autogestionan su estadía en los festivales generando ingresos a través de la creación de contenidos para diversos medios en los géneros y formatos que les requieran:

“Cuando yo empecé a ir al Festival de Cannes y asumía mis costos en el festival, tanto el alojamiento como la comida son muy caros, y tuve que gestionar una serie de colaboraciones con diferentes medios, pues consistía en revistas para venderles entrevistas que eran a actores famosos y crónicas de radio, que yo como tenía también bastante experiencia en radio y apaleaba algunos contactos, pues conseguía hacer unas crónicas para una emisora de radio” (Jon Apaolaza).

“Tienes que organizarte con otros colegas para poder alquilar un lugar para poder dormir, o tienes que tener a alguien conocido que te pueda dar su sofá. En mi experiencia, tuve un conocido que me pudo dar su sofá. Recuerdo que yo cubría para dos medios, pero estos dos medios no es que te paguen por cubrir; uno lo hace por cinefilia, no porque te vaya a reeditar económicamente” (Luis Vélez).

Según dos de los entrevistados, Karstulovich y Vélez, la cuestión económica condiciona la cobertura de los festivales, pero en algunos casos se puede sobrellevar porque hay asociaciones internacionales de prensa cinematográfica –como FIPRESCI– que brindan soporte en sus filiales. Y, así, se favorece el respaldo para las coberturas de los enviados; sin embargo, cuando el periodista debe gestionar los recursos por su cuenta, se complica la calidad de la propia cobertura. Existe otro criterio por el cual tanto medios como festivales no invitan o comisionan periodistas para la cobertura de estos eventos y está referido a la nacionalidad: muchas veces no se envía a periodistas, o no se les invita, porque no hay películas de su país compitiendo en el evento: “Muchas veces o los festivales no te invitan porque no hay películas de tu país en competencia, o los medios no te apoyan a cubrir ese festival, aunque te inviten, porque no hay películas del país tuyo” (Leopoldo Muñoz).

4.3. La cobertura como proceso de selección discursiva

Una vez definido el financiamiento de la cobertura del festival, se comienza a planificar su realización, la cual depende de aspectos como la cantidad de periodistas que el medio pueda comisionar. Según Robinson Reyna, la planificación comienza desde tener en claro que hay festivales que son fijos y otros no. A partir de ello, se calendariza la agenda anual. Otro paso procedimental se da en la conferencia de prensa de presentación del festival donde se presenta la agenda del mismo. Para Karstulovich, en una revista cinematográfica la organización de la cobertura parte de coordinar las películas que cubrirán los reporteros, lo cual implica definir los intereses especializados de cada uno y de evitar los cruces. Así, hay ediciones en donde pueden llegar a firmar más de veinte redactores. En medios masivos generalistas, con mayor capacidad de cobertura, la asignación de comisiones puede variar

dependiendo de si el medio comisiona a varios reporteros al festival, o a solo uno: “[esto] va a depender mucho de la plataforma en la cual trabajes. Yo he trabajado coberturas con equipos designados por día, tres cuatro reporteros que se encargaban. Otras veces una persona se encarga de cubrir los cinco días de festival” (Rob Reyna). Hay que considerar que la cobertura de un festival es intensa, y el trabajo se multiplica en comparación con la cobertura semanal que se hace de estrenos para informar sobre la cartelera (Sergio López, Luis Véliz). La cobertura se organiza de acuerdo a la naturaleza del medio, sea esta televisión, prensa escrita, redes o radio. Según el perfil del soporte se estructura una agenda de cobertura para las películas más importantes, entrevistas, conversatorios con personajes invitados de la industria, charlas maestras o las premiaciones, así como la alfombra roja (Rob Reyna). También se direcciona la retransmisión en función de las películas que son de la nacionalidad del medio que envía al periodista, las películas bajo el radar¹, y el *show business*:

“Hay que agregar algo del *show business*: qué personajes pasaron por la alfombra roja ¿a qué cócteles fueron? no sé si tanto cómo están vestidos, pero adornar un poco la narración con los brillos propios que también tiene un festival, que no hay que desconocerlos, sino, para eso, uno vería películas en el computador” (Leopoldo Muñoz).

“Los medios más especializados suelen darles más importancia a las críticas; los medios más orientados a lo que se puede llamar prensa de espectáculos están más interesados en obtener declaraciones picantes o llamativas de un invitado, más en el orden de la fama” (Luis Véliz).

Pero esa agenda mediática establecida por los medios tradicionales que cubren festivales está orientada hacia tópicos que pueden interesar a la audiencia masiva. Sin embargo, los organizadores de los festivales muchas veces tienen que tratar de captar su interés para que aprecien películas exclusivas, eventos paralelos del festival o, incluso, para que entrevisten a algún invitado que tiene renombre dentro del ámbito audiovisual:

“Los festivales en Latinoamérica son una constante lucha porque los periodistas, los colegas, a veces se centran únicamente en dos o tres cosas, descuidando aspectos importantísimos. Como encargado de prensa o comunicaciones, uno tiene que estar prácticamente rogando para que alguien entreviste a ciertos directores” (Joel Poblete).

En cuanto a la selección de las películas a observarse, cada periodista va sistematizando su proceso de cobertura, encontrándose dos corrientes. La primera de ellas está orientada a lo exclusivo que te da el festival. Por ejemplo, para los periodistas cinematográficos o críticos uno de los criterios de selección para la observación de películas en los festivales es ubicar en la programación aquellas películas que “no llegan a las carteleras nacionales y, también, porque uno se da cuenta más o menos cuál es el pulso, qué está ocurriendo en la producción cinematográfica en el resto del mundo” (Leopoldo Muñoz). Este criterio es similar a lo compartido por Karstulovich, quien realiza una selección escalonada determinando la visualización en función de algunos criterios que tienen en cuenta el impacto potencial de cada película: “Primero, las que están en film que no tienen repeticiones; después, las que tienen un poco más de repeticiones; y, por último, es que sé que se puedan llegar a estrenar, o que efectivamente están en biblioteca, las dejo” (Federico Karstulovich). Existe otro criterio de selección que responde a una lógica de *mass media*: “Normalmente, lo que se estila es agendar cobertura fija de las películas más importantes o que entran en competencia dentro

1 Películas bajo el radar es un término que varios de los entrevistados han utilizado para denominar a los filmes no comerciales que sí son apreciados en los festivales por el público y los periodistas más cinéfilos.

del festival” (Rob Reyna). El periodista planifica la observación de acuerdo con la distribución que hacen los festivales, ya que hay funciones de visualización para la prensa y, las otras, están programadas como parte de la programación propia del evento abiertas al público (Luis Vélez).

4.4. *Intersecciones comunicacionales*

De acuerdo con los entrevistados, en los festivales también se dan dinámicas de coparticipación, permitiendo la intercambiabilidad de posiciones. Así, los periodistas, más allá de la cobertura, participan en actividades propias de los festivales, o los festivales generan espacios de formación o promoción para el periodismo cinematográfico.

Varios de los entrevistados manifiestan que los periodistas o críticos cinematográficos ocupan funciones dentro de los festivales, en la mayoría de casos como jurados de las diferentes secciones o actividades del evento, tales como conversatorios, talleres, ponencias o curadurías. Hay también una función que se valora mucho, que es la de participar en diversas actividades que tienen como objetivo la formación de los públicos (David Duponchel). Además, los comunicadores también pueden laborar dentro de la organización del festival de manera más permanente; para Jon Apaolaza y Joel Poblete esta última condición se da cuando los periodistas han cubierto los festivales y, al establecer *networking* con los organizadores, luego son convocados para trabajar en los mismos ejerciendo como programadores, jefes de prensa, productores de contenido, coordinadores con las agencias de prensa, entre otras funciones:

“Muchos programadores empezaron haciendo críticas. Eso suele coincidir porque el observador crítico tiene ciertas herramientas para ofrecer una apreciación afinada de lo que puede ser una buena película en términos de expresión cinematográfica” (Luis Vélez).

Cuando los periodistas se integran como parte de la organización de un festival, adquieren competencias y conocimientos referidos a la industria audiovisual que, luego, cuando retoman el periodismo, les proporciona recursos narrativos, de *networking*, o logísticos para conocer y tratar aquellos temas que la agenda de los medios no exige:

“No sabemos más sobre cómo se financió la película; qué va a pasar con ella después; si tienen una agencia de ventas o no la tienen; si han conseguido alguna venta internacional durante el festival. O sea, todo ese tipo de cosas son informaciones que a mí me parecen interesantes para que las conozca el público y de las que normalmente no se habla. Sin embargo, son importantes y el hecho de que tú, a través de trabajar en el festival, tengas acceso a mucha de esa información, pues te ayuda a ti como periodista, sin duda” (Jon Apaolaza).

Algunos de los consultados en este estudio consideran que no es pertinente participar dentro de la organización de los festivales, ni tampoco para participar como jurados: “El lugar de crítico yo creo que siempre tiene que ser un lugar distante con respecto al poder todo el tiempo, sí, llámese el poder político de turno, llámese el poder en términos discursivos de hegemonía discursiva” (Federico Karstulovich). Sin embargo, los que sí deciden hacerlo es porque existe alguna relación con sus intereses, como el hecho de que, aparte de ser periodistas, son realizadores, y hay festivales que concuerdan con sus intereses cinematográficos. Ante los cuestionamientos que pueden darse en estas relaciones de afinidad, cabe hacer un deslinde deontológico para no ser juez y parte (Luis Vélez). “A mí nunca me han pagado por ser jurado, quizá porque siempre he estado del lado de la crítica, entonces al no recibir peculio, hay libertad. No hay una forma coercitiva o de que una sugerencia vaya más allá” (Leopoldo Muñoz). Desde la perspectiva de los organizadores de festivales, se valora la participación de los periodistas o de los críticos cinematográficos, por-

que estos profesionales contribuyen con puntos de vista diferentes como conocer su opinión desde el ámbito de la distribución audiovisual y, también, porque el periodista o crítico cinematográfico en el fondo es un cinéfilo y su opinión va a tener mucha valoración artística (David Duponchel). En muchos festivales también hay un jurado conformado por periodistas o críticos que forman parte del festival y otorgan premios (Luis Vélez).

Asimismo, existe un proceso inverso en donde los Festivales, y sus organizadores, generan actividades vinculadas al periodismo y a la crítica cinematográfica. En estos espacios, se promueve la formación en esas disciplinas comunicacionales:

“Decidimos abrir una sección en nuestro festival que se enfocara en la crítica cinematográfica y en la apreciación del cine como tal. Esto lo hicimos porque no había tanta oportunidad para los jóvenes en ese aspecto” (Sugel López).

Para ello se brindan talleres formativos y se fomenta la publicación de críticas, reseñas, crónicas, entrevistas. Además, algunos de estos productos luego son publicados en medios especializados. En el contexto de la pandemia también se utilizaron otros formatos como el podcast para ese propósito; algunos festivales insertan dentro de sus webs espacios para estos contenidos, pero no queda solo en labor formativa, sino que varios festivales crean sus propios contenidos orientados desde una lógica periodística para comunicar aquello que los medios no tratan, y para eso han desarrollado la estrategia de utilizar las plataformas digitales para crear periódicos, revistas, *podcast*, blogs, o retransmisiones:

“Esto lo encontraba muy bueno porque el propio festival creaba un medio aparte para reforzar lo que, a veces, los medios tradicionales no estaban haciendo. Todos esos directores o invitados que la prensa tradicional no estaba considerando, yo lo hacía en nuestro medio” (Joel Poblete).

“Yo hago unas notas, un blog, y la encargada de las redes me dice que sigamos porque supuestamente tiene muy buenos resultados, entonces por ejemplo escribo todo un artículo con fotitos, entonces uno escribe el artículo, le mete fotitos y demás, ella dice que esto está muy bien ranqueado, y que esto hace que levanten las búsquedas” (Natalia Morales).

4.5. *Influencers en la cobertura*

En el desarrollo de la investigación los entrevistados revelaron la presencia de nuevos participantes en la dinámica de comunicación mediática de los festivales, como sucede con el caso de los *influencers*. Todos los periodistas de este estudio afirman que la presencia de los *influencers* es cada vez mayor en estos eventos. Algunos, de hecho, coinciden en que los contenidos que generan estos creadores de contenido no cumplen con el rigor que aplican los periodistas o los críticos. Sin embargo, a pesar de la falta de rigor, son convocados a los festivales por la audiencia que tienen en sus redes sociales: “Ahora los golpes se miden por Twitter, o sea una mención en Twitter, en Instagram, en Facebook, en TikTok, esto se está volviendo el equivalente a un ensayo periodístico, o a una nota bien hecha, o a una entrevista larga” (Sergio López). Varios de los entrevistados coinciden en que los contenidos generados por los *influencers* no cumplen con varios criterios que son fundamentales en la crítica cinematográfica, como la argumentación o la reflexión para la redacción de contenidos. Tampoco suelen estar respaldados por una amplia cultura general y cinematográfica:

“Porque hoy día lo que prima son los *youtubers* y los *influencers*, que son los grandes motivadores de la comunicación, del traspaso y de la influencia en la audiencia. Como periodista y crítico también, tener un punto de vista propio. Si no tienes un punto de vista propio no sirves de nada. Eres un *influencer*” (Leopoldo Muñoz).

“Dentro de lo que he observado, los *influencers* pueden estar en los festivales, en las alfombras rojas, en los cócteles, en todos estos eventos sociales alrededor, pero no los ves en la sala viendo las películas. Entonces, digamos que hacen más una función propagandista, pero no necesariamente están metidos en los festivales” (Luis Vélez).

Las opiniones anteriores pueden contextualizarse, según Kartulovich, por la existencia de una falsa homologación y de una falsa democratización audiovisual. Adicionalmente, también se debe a que el acceso a equipos de producción y redes de publicación no garantiza una calidad de lo publicado, esto es extendido también hacia los generadores de contenido o *influencers* (Federico Karstulovich). Varios de los entrevistados consideran que esta situación se correlaciona con el fenómeno de la falta de lectura; el público ya no lee y, por ello, prefiere consumir contenidos audiovisuales breves hechos por *influencers*, en vez de textos extensos publicados en periódicos o revistas, en los cuales, a su vez, han ido desapareciendo los contenidos especializados como las críticas, las columnas o las secciones cinematográficas. Algunos de los entrevistados coinciden en que hay condicionantes en la producción de contenidos de los *influencers* para que no necesariamente argumenten posiciones críticas en sus contenidos para no ser vetados por los festivales. Además, también existe un condicionamiento por la plataforma TikTok, que de por sí va a limitar la duración de los contenidos, mientras que en YouTube hay generadores que realizan contenidos más trabajados, como los que difunden los propios medios tradicionales en esa plataforma (Rob Reyna) Ante este panorama algunos de los entrevistados opinan que la crítica no pasa por sus mejores momentos: “Yo diría que la crítica de cine es un oficio en extinción. Claro, como se entiende con el sentido más clásico” (Leopoldo Muñoz).

Desde otra perspectiva, algunos periodistas y, sobre todo, los entrevistados provenientes de la organización de festivales, mantienen otra posición. Para ellos no hay equiparación entre la crítica o el periodismo cinematográfico y los *influencers*. Cada uno de ellos pertenece a ámbitos comunicacionales diferenciados, y los festivales que incluyen a estos últimos como parte de sus acreditados lo hacen porque entienden que se deben diversificar los canales de comunicación y, así, obtener la difusión necesaria de sus actividades:

“Los festivales tienen que modernizarse lo más posible (...) porque claramente habría quedado muy arcaico esa forma de relacionarse solamente pensando que los periodistas de los medios principales iban a ser los que te sirvieran, o los que te ayudarían en promoción y difusión del festival. Ahora los *youtubers*, los *influencers*, son muy importantes (...) creo que hay que estar muy atento a los tiempos modernos en el sentido de abrir todas estas distintas formas de comunicar” (Joel Poblete).

“Se revisa su cuenta de Instagram y se observa cuántos seguidores tiene, ya que sabemos que eso nos puede ayudar. Lo que puedo decir es que las redes sociales han adquirido más peso y se están especializando cada vez más, por lo que son totalmente necesarias” (David Duponchel).

Pero los *influencers* no son los únicos actores comunicacionales que utilizan las redes sociales para realizar coberturas y contenidos referidos a los festivales. Según varios de los entrevistados, hay periodistas o críticos cinematográficos que ya han migrado a los medios digitales y que van creando sus contenidos de acuerdo con las posibilidades discursivas que les brinda cada plataforma o red social: “Gradualmente se ha visto ese cambio, desde *fan pages* de Facebook, a cuentas de Instagram y de TikTok; a quienes quieren *playearse* un poco más a YouTube, ahora, un medio que es clave es el de los *podcasts*” (Luis Vélez).

5. Discusión

Los festivales de cine convocan una diversidad de públicos con intereses y apreciaciones distintas (Dayan, 2013; Campos, 2020; Jurado-Martín, 2006; Vallejo 2014), por lo tanto, son eventos que promueven la convergencia y la interrelación entre distintos discursos (Vivar, 2016). De Valck (2007) los denomina puntos nodales en tanto que los medios asistentes generan contenidos que contribuyen a la difusión y ampliación del alcance de las obras exhibidas. Sin embargo, los procesos en línea han ido transformando a los propios festivales y a sus coberturas; dentro de las anteriores, converge una diversidad de creadores de contenido como los medios tradicionales, los medios nativos digitales (Fundación Gabo, 2022), los *influencers*, y hasta los mismos medios de estos eventos. En tal sentido, se puede afirmar que los festivales son *epicentros mediáticos*, entendiendo este término como aquel evento o suceso en donde se generan múltiples contenidos para distintos públicos y plataformas. Según Jurado (2018) muchos de los hechos producidos en un festival no son tratados por los medios masivos o especializados, ante ello algunos festivales aprovechan las ventajas de las tecnologías digitales y crean sus propios medios. Así, consiguen cubrir los aspectos que no son atendidos por la prensa, utilizando géneros propios del periodismo tradicional o contemporáneo, como las entrevistas, reportajes, crítica, revistas impresas o digitales, fotorreportajes, *podcast*, entre otros, lo que les permite establecer su propia agenda y encuadre informativo.

Dentro de los *epicentros mediáticos* se realiza la cobertura periodística, que viene a ser el conjunto de acciones que los periodistas hacen para recoger, registrar, y narrar los hechos (Estremadoyro, 2004), bajo determinados *frames* o criterios de selección y jerarquización de los sucesos (Gitlin, 1980; Entman, 1993).

6. Conclusiones

Esta investigación concluye que ya no solo hay dos líneas mediáticas tradicionales –la de espectáculos y la cinéfila especializada–, sino que por lo menos coexisten seis tendencias, que pueden ser analizadas desde la perspectiva del *framebuilding* (Koziner, 2022), porque a través de estos encuadres los periodistas definen su cobertura de acuerdo a sus perspectivas informativas:

- a.- La cobertura de medios generalista, orientada desde los *frames* del periodismo de espectáculo.
- b.- La cobertura especializada, organizada desde los *frames* del periodismo cinematográfico para medios tradicionales como revistas, definido por una estrecha relación con la cinefilia, la que también se está trasladando hacia medios nativos digitales.
- c.- La cobertura de *influencers*, orientada desde una perspectiva convergente con los objetivos de promoción del festival. Esta es perteneciente a lo que Karbaum (2018) denominó las *narrativas social media*.
- d.- La cobertura especializada *social media*, realizada por periodistas cinematográficos, pero producida específicamente para medios digitales, sean estos medios nativos digitales, o cuentas propias de los mismos periodistas o críticos cinematográficos.
- e.- La cobertura interna, hecha por los propios medios del festival, que responde a los enmarcamientos temáticos que el festival valora y la prensa no.
- f.- La cobertura remota, fue la que se aplicó durante la pandemia a través de la internet, en el marco de los aislamientos generalizados. Su utilización ha disminuido, pero aún se siguen aplicando para ciertos eventos específicos de algunos festivales.

Las dos primeras son realizadas para medios tradicionales y utilizan los géneros y formatos del periodismo y la crítica cinematográfica, las cuatro restantes son propias del entorno digital y aprovechan las ventajas de las redes sociales, la telefonía móvil, la digitalización de los dispositivos de realización y la web para ser publicados, enmarcándose en lo que se ha denominado como *narrativas social media* (Karbaum, 2018; Karbaum, 2021). Esto demuestra que los festivales, como epicentros mediáticos, propician la coexistencia de *frames* de cobertura que responden a los intereses y agendas de cada uno de los creadores del contenido informativo. Los festivales son encuentros que propician el relacionamiento de diversos actores sociales en el desarrollo del evento (Campos, 2020; Jurado-Martín, 2006; Alonso, 2019). A partir de ello esta investigación también concluye que se establecen relaciones entre los periodistas y los organizadores de los festivales en donde se determinan las siguientes tendencias:

- a.- *Relaciones de gestión*. -El periodista o crítico se traslada profesionalmente y ejerce cargos permanentes dentro de la organización del festival como programador, jefe de prensa, coordinador con agencias de medios, entre otros.
- b.- *Relaciones colaborativas*. -El periodista o crítico realiza actividades propias del festival como: jurado, tallerista, ponente, curador, en el contexto de su realización.
- c.- *Producciones discursivas propias*. -Los miembros del festival propician la creación de medios, contenidos periodísticos propios para difundir los temas que los medios no consideran en su agenda mediática y sus *frames*, o generan actividades y espacios formativos para la crítica y el periodismo.

Otro aspecto que ha revelado la investigación son los problemas en el financiamiento de la cobertura. Tal y como planteaba Navarro (2018), el periodista que cubre estos eventos debe contar con un presupuesto, el cual le permite trascender a la cobertura local que realiza en su país. Con respecto al financiamiento, esta investigación permite establecer ciertas categorías al respecto:

- a.- Cobertura financiada por los medios.
- b.- Cobertura autogestionada por los periodistas o críticos diversificando su oferta de contenidos hacia varios medios o plataformas a la vez para poder cubrir sus costos.
- c.- Colaborativa, donde los periodistas se apoyan en sus asociaciones para realizarlas.
- d.- Cobertura financiada por el festival, donde este asume parte o la totalidad de los gastos de los enviados especiales.

Esta investigación, aunque fue exigente, no estuvo exenta de limitaciones. Una de ellas fue la selección de la muestra, ya que existe una amplia diversidad de festivales, pero acceso limitado a sus organizadores como a los periodistas o críticos que los cubren. Aun así, se han tratado de organizar y de reconocer las tendencias que relacionan a los distintos generadores de contenidos informativos y a los gestores de estos eventos. Los resultados de esta investigación no pueden ser generalizables, pero sí pueden servir para otros estudios que contrasten las conclusiones de este trabajo con otras técnicas o muestras para llegar a la teorización generalizable.

7. Agradecimientos

Este artículo ha sido traducido al inglés por Charles E. Arthur a quien agradecemos su trabajo.

A la Dirección de Investigación de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas por el apoyo brindado para la realización de este trabajo de investigación (UPC) – Expost 2024.

La participación del Dr. Daniel Barredo Ibáñez fue financiada por el proyecto con número de referencia EMC21_00240, con cargo a la Secretaría General de Investigación e Innovación, Junta de Andalucía (España), gracias al Programa Emergia.

8. Contribuciones específicas de cada autor/a

	Nombre y apellidos
Concepción y diseño del trabajo	Gerardo Karbaum Padilla
Metodología	Gerardo Karbaum Padilla y Daniel Barredo Ibáñez
Recogida y análisis de datos	Gerardo Karbaum Padilla, Claudia Chura Pilco y Raúl Ortiz Mory
Discusión y conclusiones	Gerardo Karbaum Padilla y Daniel Barredo Ibáñez
Redacción, formato, revisión y aprobación de versiones	Gerardo Karbaum Padilla y Daniel Barredo Ibáñez

9. Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

10. Referencias bibliográficas

Aída, V. (2012). Festivales de cine documental: redes de circulación cultural en el este del continente europeo. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.

Alonso, J. (2019). Vínculo entre públicos y festivales: BAFICI y Mar del Plata. *Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual*, 19, 404-426.

Archer, M. (2020). Space Sound Effects Short Film Festival: using the film festival model to inspire creative art-science and reach new audiences. *School of Physics and Astronomy, Queen Mary University of London*, 3(1), 147-166.

Bazin, A. (1998). *Le cinéma français de la Libération à la Nouvelle vague. 1945-1958*. Cahiers du cinéma.

Bordwell, D., & Thompson, K. (1996). *El arte cinematográfico*. España: Paidós.

Burgess, D. (2020). Capturing film festival buzz: The methodological dilemma of measuring symbolic value. *NECSUS_European Journal of Media Studies*(2), 225-247.

- Calderón Acero, C. (2020). Gestión de festivales de cine en Bogotá: Más allá de la formación de públicos. *Comunicación y Medios*, 29(42), 108-119.
- Campos Rabadán, M. (2012). Reconfiguración de flujos en el circuito internacional. De festivales: El programa “Cine en Construcción”. *Universidad Autónoma de Madrid*, 84-102.
- Campos Rabadán, M. (2013). La América Latina de “Cine en Construcción”. Implicaciones del apoyo económico de los festivales internacionales. *Archivos de la Filmoteca*, 71, 13-26.
- Campos, M. (2020). Tensiones en el circuito cinematográfico internacional: modelo para el estudio de los festivales latinoamericanos. *Comunicación y medios*, 29(42), 72-84.
- Cheyroux, E. (2022). Small Film Festivals Surviving the COVID-19 Pandemic: The “Virtual Showcase” of Cine Las Americas International Film Festival 2020. *Journal of Festive studies*, 4, 47-65.
- Corbetta, P. (2013). *Metodología y técnicas de investigación social*. España: McGraw-Hill.
- Creswell, J. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Nebraska: SAGE Publications.
- Dayan, D. (2000). Looking for Sundance: The Social Construction of a Film Festival. *Ib BONDEBJERG, Ib, Moving Images, Culture and the Mind, University of Luton Press*, 43-52.
- Dayan, D. (2013). Conquering Visibility, Conferring Visibility: Visibility Seekers and Media Performance . *International Journal of Communication* 7, 137-153.
- De Valck, M. (2007). *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- De Valck, M., & Damiens, A. (2023). *Rethinking Film Festivals in the Pandemic Era and After*. Palgrave Macmillan.
- Del Río, O., & Velásquez, T. (2005). Planificación de la investigación en Comunicación. Fases del proceso. *Investigar en comunicación : guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*, 43-76.
- Devesa, M., Báez, A., Figueroa, V., & Herrero, L. (2012). Repercusiones económicas y sociales de los festivales culturales: el caso del Festival Internacional de Cine de Valdivia. *EURE: Revista latinoamericana de estudios urbano regionales*, 38(115), 95-115.
- Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Escalante, A. (2020). Nueva normalidad en plataformas digitales: Los festivales audiovisuales virtuales en época de pandemia. *2º Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM. Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales*, 1-17.
- Estremadoyro, J. (2004). *Lecciones de periodismo televisivo*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Fernández Pichel, S., Liberia Vayá, I., & Mansanet Royo, S. (2021). Los efectos de la pandemia de COVID-19 en el ecosistema de festivales cinematográficos de la Comunitat Valenciana. *Miguel Hernández Communication Journal*, 12(2), 539-563.
- Fundación Gabo. (2022). Informe sobre el estudio de medios nativos digitales latinoamericanos 2022. *El hormiguero*, 1-248. Obtenido de <https://acortar.link/JgY2u9>
- Fuster Guillen, D. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y representaciones*, 7(1), 201-229. Obtenido de <https://acortar.link/e1an9k>

- Galletti, I. (2021). Organizing an international film Festival in the Pandemic era. Copenhagen Business School.
- Ghanem, S. (2009). Filling in the Tapestry: The Second Level of Agenda Setting. *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory*, 3-14.
- Gitlin, T. (1980). *he Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press.
- Gomis, L. (2008). *Teoría de los géneros periodísticos*. UOC Press.
- González Vélez, E., Moscoso Durán, F., Machicado Villamizar, J., Ramirez Mejía, J., Mordo Sarmiento, A., Morales Thomas, P., & Ortiz Rojas, W. (2014). *Medición y caracterización del impacto económico y el valor social y cultural de festivales en Colombia*. Bogotá: Ediciones EAN.
- Gutiérrez Palacio, J. (1984). *Periodismo de Opinión*. Ediciones Paraninfo.
- Jurado Martín, M. (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, M. P. (2018). Más allá de la alfombra roja, . *Periodismo Cultural en el Siglo XXI (I)*. *Contenidos Docentes Innovadores*, 1, 93-108.
- Karbaum Padilla, G. (2018). *Periodismo y transmedia : narrativa, redes y contenidos*. Lima: UCAL.
- Karbaum, G. (2021). *La evolución de la narrativa audiovisual*. Lima: UPC.
- Koziner, N. (2022). El frame-building: Una herramienta de análisis para el tratamiento mediático de las políticas de medios. *In Mediaciones de la Comunicación*, 17(2), 197-218.
- Koziner, S. (2013). Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación. *Austral Comunicación*, 2(1), 01-25. doi:<https://doi.org/10.26422/aucom.2013.0201.koz>
- Krauze, M. (1995). La investigación cualitativa: un campo de posibilidades y desafíos. *Revista Temas de Educación*, 19-39. Obtenido de <https://bit.ly/3aUJ64h>
- Larrondo Ureta, A., & Meso Ayerdi, K. (2011). La transformación del espacio mediático. *III Congreso internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0* (págs. 1-800). Universidad del País Vasco.
- Lordanova, D. (2013). *The film festival Reader*. St Andrews Film Studies.
- Maza, G. (2008). *¿Para qué sirven los festivales de cine?. El efecto Rotterdam y estrategias de visibilidad*. Recuperado el 20 de 08 de 2023, de <https://acortar.link/MYpYrY>
- Meier, A. (31 de 05 de 2020). Los festivales de cine se transforman. *Milenio*, págs. <https://www.milenio.com/opinion/annemarie-meier/la-pantalla-del-siglo/los-festivales-de-cine-se-transforman>.
- Navarro Palazuelos, G. (2018). Prácticas y rutinas del periodismo cinematográfico en México. *Axon*, 105-110. Obtenido de <https://tyreditorial.com/pdf/Axon/2/16.pdf>

- Noguera-Tajadura, M., & Esqueda-Verano, L. (2011). El papel de la crítica cinematográfica en el panorama audiovisual Contemporáneo. *Javier Sierra Sánchez y Sheila Liberal Ormaechea (coords.). Reflexiones científicas sobre cine, publicidad y género desde la óptica audiovisual*, 89-105.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232.
- Paz Peirano, M., & Vallejo, A. (2021). El estudio de festivales de cine: aproximaciones metodológicas. *Revista Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual*, 20(2), 21-46.
- Peirano, M. (2016). Pursuing, resembling, and contesting the global: the emergence of Chilean film festivals. *New Review of Film and Television Studies*, 14(1), 112-131.
- Peirano, M. (2016). Resembling, and Contesting the Global: The Emergence of Chilean Film Festivals. . *New Review of Film and Television Studies*, 14(1), 112-131.
- Quecedo, R., & Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, 5-39.
- Radakovich, R. (2019). Festival empieza con fe. Públicos de festival. *Revista de la Asociación de Estudios de Cine y Audiovisual* (19), 427-451.
- Rey, G. (2022). Enseñar lo que no se sabe. Nuevos territorios del periodismo. *El hormiguero, informe sobre el estudio de medios nativos digitales latinoamericanos 2022*, 16-21.
- Ruoff, J. (2012). *Coming Soon to a Festival Near You: Programming Film Festivals*. Reino Unido: St Andrews Film Studies.
- Salles Pires, B. (2021). La circulación del cine documental en tiempos de pandemia: experiencias de festivales en línea en Brasil y México. *O Público e o Privado*(38), 143-169.
- Smits, R. (2021). *European Film Festivals in transition*. Thessaloniki International Film Festival.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.
- Suárez, J. (2015). Nuevas tecnologías y deontología periodística: comparación entre medios tradicionales y nativos digitales. *El profesional de la información*, 24(4), 390-396. Obtenido de Nuevas tecnologías y deontología periodística: comparación entre medios tradicionales y nativos digitales.
- Vallejo, A. (2014). Festivales cinematográficos. En el punto de mira de la historiografía fílmica. *Universidad Arturo Michelena*, 13-41.
- Vanhaelemeesch, J. (2020). Las semillas se multiplican: el Festival Internacional de Documentales AcampaDOC. *Comunicación y medios*, 29(42), 120-133.
- Vasilachis, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa.
- Vivar Navas, R. (noviembre de 2016). *Los festivales de cine en la era de los new media: una perspectiva lúdica sobre la fiesta del cine y sus públicos*. Obtenido de Universidad de Granada: <https://acortar.link/2PRLhi>