

El cine perdido de Matt Farley se encuentra en Letterboxd

por **Rodrigo Rothschild**

¿Qué sería de los directores excéntricos sin espectadores ávidos de lo distinto? Ciertas piezas audaces y de bajo presupuesto no podrían haber llegado a su público sin la mediación de plataformas, como Letterboxd, capaces de crear verdaderas comunidades de entusiastas.

A principios de los años noventa, dos estudiantes recién llegados a Providence College coincidieron en el mismo dormitorio en Manchester, New Hampshire. Se llamaban Matt Farley y Charlie Roxburgh. Los dos habían pasado la adolescencia filmando películas caseras con amigos. Los dos soñaban con hacer cine. Apenas descubrieron que compartían la obsesión, comenzaron a rodar cortometrajes durante los fines de semana. “Treinta años después, seguimos sin detenernos”, recuerda Farley en una conversación que sostuvimos vía email.

Como mucho cine *amateur*, el destino habitual de este tipo de obras es circular entre familiares y amigos antes de desaparecer para siempre. Durante décadas así funcionó gran parte del cine regional y *amateur* estadounidense: películas hechas con entusiasmo y muy poco dinero, condenadas a existir únicamente en el recuerdo de quienes las hicieron.

Y sin embargo, algo extraño sucedió con las películas de Farley y Roxburgh. Décadas después, encontraron una audiencia. *The paperboy* (1999), por ejemplo, su primer largometraje, ha sido registrada casi doscientas veces en Letterboxd y tiene más de setenta *likes*. Fue ahí, en esa red social, donde tuve la primera noticia de este par de cineastas que pasaron de la oscuridad del aficionado a un peculiar estrellato.

Fundada en 2011, Letterboxd comenzó como una suerte de diario cinéfilo digital. Sus usuarios podían registrar las películas que veían, calificarlas con estrellas y escribir

reseñas. Quince años después, la plataforma cuenta con más de treinta millones de usuarios y se ha convertido en una de las pocas redes sociales independientes capaces de competir en relevancia cultural con gigantes tecnológicos mucho mayores.

Su ascenso coincide con un cambio profundo en la manera en la que descubrimos películas. Durante décadas, el cine de culto dependió de intermediarios específicos: funciones de medianoche, videoclubes, librerías especializadas o críticos como Danny Peary, cuyo libro *Cult movies* (1981) ayudó a canonizar el término mismo. El culto requería geografía: había que salir a buscarlo con mapa, brújula y espíritu aventurero.

Letterboxd encogió buena parte de esa geografía. En la plataforma, una producción regional filmada en New Hampshire puede compartir espacio con la última ganadora del Óscar. Lo *amateur* puede convivir con lo industrial y lo marginal le juega al tú por tú a lo consagrado.

Letterboxd reconoce intuitivamente esta tradición. Apenas a finales del año pasado, la plataforma lanzó Video Store, un apartado de *streaming* y renta que funciona también para recomendar películas. El nombre no es casual. Su lema, “No late fees. Just late-night discoveries”, evoca la experiencia del videoclub: el descubrimiento azaroso de un título cuya existencia ignorábamos hasta entonces en medio del pasillo alfombrado de un local tapizado de suelo a techo con VHS y DVD. Sugiere que el cine de culto no desapareció con los videoclubes, simplemente cambió del aparador físico al escaparate digital.

Llevo más de cuatro décadas viendo películas y ninguna herramienta ha transformado tanto mis hábitos de consumo como Letterboxd. Antes, descubrir nuevas voces implicaba leer revistas, recorrer videoclubes o confiar ciegamente en la programación de una cineteca. Hoy basta con encontrar un puñado de usuarios cuya sensibilidad se parezca a la nuestra y seguir sus pasos. Buena parte del cine más estimulante que he descubierto en los últimos años me llegó así. Matt Farley fue uno de esos descubrimientos.

Durante la pandemia vi muchas películas. Como les sucedió a tantos otros, el encierro me empujó a explorar territorios cada vez menos transitados: películas olvidadas, cine regional, producciones que habría sido imposible encontrar sin internet y su generosidad infinita. En algún punto llegué a las cuentas de Letterboxd de Justin Decloux y Will Sloan, críticos canadienses y conductores del podcast *The Important Cinema Club*.

Decloux y Sloan habían adoptado a Matt Farley y su sello Motern Media como causa personal. Farley, por cierto, prefiere decir que Motern Media es un estudio donde crea todas sus películas y canciones, integrado esencialmente por él y el pequeño grupo de amigos con quienes colabora.

Dedicaron episodios enteros a su filmografía, programaron películas durante transmisiones de Twitch (¡pequeños festivales de cine pandémicos!) y se convirtieron en los principales evangelizadores de este universo cinematográfico. Fue así que vi *Don't let the riverbeast get you!* (2012) y me enamoré inmediatamente.



Para entender cómo Farley pudo seguir haciendo cine durante tres décadas hay que hacer un pequeño desvío.

Además de cineasta, Farley es músico. O más precisamente: un maquillador musical. A mediados de los años dos mil descubrió que los usuarios de Spotify y otras plataformas de *streaming* musical buscaban canciones extremadamente específicas: temas sobre celebridades, nombres propios o asuntos tan mundanos como comida, mascotas o funciones corporales. Entonces decidió escribirlas él mismo.

Miles y miles de veces.

Hoy Farley ha grabado más de 26 mil canciones distribuidas bajo decenas de nombres artísticos. Si alguien busca en Spotify una canción sobre Anne Hathaway, sobre su nombre propio o sobre prácticamente cualquier tema imaginable, existe una buena posibilidad de que Matt Farley haya escrito una canción al respecto.

La estrategia, digna de la comedia de Nathan Fielder, funcionó. Farley llegó a aparecer en *The Tonight Show* con Jimmy Fallon y, más importante aún, consiguió algo extraordinario: vivir de su arte, pese a las minúsculas regalías que pagan las plataformas de *streaming*. El volumen de las canciones, aunado a la infalibilidad de la propuesta, redundó en un ingreso más que saludable y, mejor aún, periódico.

Ese ingreso le permitió dedicarse casi de tiempo completo al cine. Cada cierto número de años reúne algo de dinero, convoca a sus amigos y filma una nueva película. El presupuesto de cada una, ha dicho Farley, es “más o menos el precio de un coche usado, pero prefiero tener un montón de películas que un montón de coches usados”.



La filmografía de Motern encontró a su público gracias a ese extraño ecosistema formado por podcasts, recomendaciones en línea y Letterboxd. Sus películas suelen surgir de una división del trabajo bastante clara: ambos escriben, Roxburgh dirige y Farley interpreta al protagonista. A nivel formal son películas parcas y eminentemente funcionales, construidas a partir de las locaciones, vestuarios y recursos que tienen a la mano. Sin embargo, esa austeridad es engañosa. Sus guiones están extraordinariamente bien escritos: subvierten lugares comunes narrativos, incorporan canciones con absoluta naturalidad y están repletos de diálogos con un sentido del humor tan seco como impredecible.

Freaky Farley (2007; 1.8k vistas en Letterboxd, 808 likes, 3.5 estrellas en promedio de calificación) es una de sus

valiosas apuestas iniciales. Filmada en 16mm, sigue a un *voyeur* con severos problemas paternos que regresa a su pueblo natal. Demasiado competente para ser *outsider art* y demasiado idiosincrásica para aspirar al *mainstream*, posee un sentido del humor completamente singular. El usuario de Letterboxd Doc Lyon la describió como “la versión de Motern en Nueva Inglaterra de *Ensayo de un crimen* (Luis Buñuel, 1955): una extraña comedia psicosexual sobre un mirón con problemas paternos y un suéter a rayas que lo hace parecer mimo”.

Le siguió *Monsters, marriage, and murder in Manchevegas* (2009; 847 vistas, 396 likes, 3.6 estrellas en promedio), quizá la más lograda de sus primeras comedias. La película entrelaza monstruos, sociedades secretas, romances y asesinatos con una naturalidad delirante. También es la que mejor funciona como comedia romántica. El usuario Stein Rutledal la llamó “el *giallo* estadounidense por excelencia”.

Don't let the riverbeast get you! (2012; 4.8k vistas, 2.2k likes, 3.6 estrellas en promedio) continúa siendo probablemente la gran puerta de entrada al universo Motern. La premisa parece sacada de una película de monstruos de patio trasero, pero pronto revela algo distinto: una historia sobre comunidad, amistad y el extraño placer de permanecer en el lugar del que uno nunca se fue. El monstruo de goma es casi incidental. Como escribe el usuario Matt Lynch: “apenas es una película de monstruos; más bien es una pequeña y dulce historia sobre comunidad, cordialidad y buen gusto”.

El siguiente paso fue *Slingshot cops* (2016; 493 vistas, 209 likes, 3.5 estrellas en promedio), la película de Motern con mayor sentido de urgencia. La historia sigue a una pareja de policías armados con resorterías que deben enfrentarse a Sensefoot, el gran villano del Moternverse. A diferencia de otras películas de Farley y Roxburgh, aquí hay poco tiempo para la contemplación: todo avanza hacia un enfrentamiento final que se vuelve una celebración del trabajo en equipo que no le pide nada a *Avengers: Endgame*.

Pero la obra maestra de Farley es *Local legends* (2013; 2.8k vistas, 1.5k likes, 4.1 estrellas en promedio). A diferencia de buena parte de la filmografía Motern, la película está dirigida únicamente por Farley.

Si se hiciera un *biopic* sobre la carrera musical de Farley sumada a su carrera cinematográfica obtendríamos algo parecido a *Ed Wood* (Tim Burton, 1994), *American movie* (Chris Smith, 1999) o *The disaster artist* (James Franco, 2017). La diferencia es que Farley decidió adelantarse a todos y filmar él mismo su biografía. Mitad *Stardust memories* (Woody Allen, 1980), mitad infomercial, *Local legends* narra la vida de un artista obsesionado con crear, incapaz de abandonar su ciudad natal y sorprendido por una fama tan modesta como inesperada. Es, en esencia, la misma historia que este texto ha estado narrando. Lo siguiente no es una hipérbole, sino una descripción tan justa como soy capaz: he visto miles de películas y pocas me han parecido

tan especiales. La considero una de las grandes comedias estadounidenses del siglo.

La película también parece haber encontrado un lugar privilegiado dentro de Letterboxd. Farley reconoce que “muchas personas han escrito que decidieron verla porque varios de sus *mutuals* la registraron o escribieron sobre ella”. Y añade: “*Local legends* tiene un promedio de 4.1, algo extremadamente raro para una película hecha por menos de diez mil dólares”.

Quizá sea la película de culto de Letterboxd por excelencia. Will Sloan escribió en la plataforma: “Es la única película que he visto en la que el cineasta pone su verdadero número telefónico en pantalla a la mitad del metraje.” Felix Dembinski la llamó “una de las películas más hábiles y poéticas sobre el cine que he visto”. Para el usuario Marshlandz se trata de un “retrato de un artista termita en la era algorítmica”.

Personalmente lo que más me conmueve de *Local legends* es el plural de su título. Aunque la película trata sobre un solo hombre y su búsqueda creativa, democratiza sus logros y los coloca al mismo nivel que todo lo que ocurre a su alrededor. La leyenda local no es únicamente Matt Farley. Son sus amigos, su ciudad y las personas que han acompañado el proyecto durante décadas.



La fama pandémica transformó a Motern. Farley y Roxburgh prometieron realizar diez películas en cinco años y, sorprendentemente, cumplieron.

Heard she got married (2021; 1.1k vistas, 508 likes, 3.7 estrellas en promedio) marcó un parteaguas. La historia sigue a un músico que, incapaz de superar una ruptura, comienza a obsesionarse con una antigua pareja y las historias que escucha sobre ella. Aunque conserva el humor habitual, es quizá la primera película de Motern que no puede describirse simplemente como una comedia. Extrañamente aterradora, inaugura una etapa más oscura y reflexiva. Su secuela, *Heard she got murdered* (2023; 573 vistas, 298 likes, 3.7 estrellas en promedio), retoma varios de estos personajes para construir un misterio criminal cada vez más delirante y funciona al mismo tiempo como continuación, comentario sobre películas anteriores y adelanto al futuro del universo. Una secuela que recontextualiza la primera de manera tan desquiciada como *Gremlins 2* (Joe Dante, 1990) hacía con su original.

Magic spot (2022; 2k vistas, 1k likes, 3.9 estrellas en promedio) narra el descubrimiento de un sitio capaz de alterar el flujo temporal e incorpora viajes en el tiempo, chocolate caliente y números musicales en una aventura emocionalmente más ambiciosa que las anteriores. *Boston Johnny* (2023; 461 vistas, 237 likes, 3.6 estrellas en promedio) sigue a un ambiguo portavoz corporativo de extraño acento y dudosas intenciones, y representa quizá el punto máximo

de su experimentación reciente: una comedia construida casi exclusivamente alrededor de la voz y la forma de hablar rara de su protagonista. No la recomendaría como droga de entrada: es cine para auténticos graduados en Motern.

Finalmente llegó la sorpresa más grande en esta racha: *Local legends: Bloodbath!* (2024; 685 vistas, 367 likes, 3.7 estrellas en promedio), en la que Matt Farley vuelve a interpretarse a sí mismo en una secuela donde el éxito y el reconocimiento amenazan con convertirse en pesadilla, retomando el universo autobiográfico de la original, aunque desde un lugar mucho más oscuro. Si la primera era una oda a la creatividad, esta parece advertir sobre los peligros del ego creativo y la microfama.

Todas estas películas comparten algo: ya no se sienten como curiosidades *amateurs*. Farley y Roxburgh encontraron una voz concreta, reconocible e intransferible. La voz de lo que en el *lingo* de la teoría cinematográfica se conoce como *autor*.



Matt Farley parece vivir un sueño artístico improbable. Sus películas existen gracias a cámaras digitales cada vez más baratas y a una infraestructura tecnológica que permite que espectadores de cualquier parte del mundo las descubran. “Sin estos avances probablemente no estaríamos haciendo películas”, admite Farley en nuestra charla digital. “Los presupuestos de las películas de serie B que nos inspiraron eran mayores que todos nuestros presupuestos combinados.”

El *ethos* laboral de Farley parece resumirse en el viejo lema de la MGM: *ars gratia artis*, el arte por gracia del arte. La única recompensa es que haya un espectador. Farley revisa Letterboxd todos los días. Lee cada reseña. “Estoy desesperadamente interesado en saber qué piensa la gente”, dice. “Me encanta leerlas, sean positivas o negativas.”

Hay algo profundamente conmovedor en esta relación directa entre artista y público. Una modesta estabilidad económica, una necesidad inagotable de expresarse y una pequeña comunidad de espectadores —dispersos por el mundo, pero reunidos en internet— conforman cierto ideal artístico que parece cada vez más improbable. “Me parece fantástico saber que alguien pasa su tiempo escribiendo sobre nuestras películas”, me cuenta Farley. Es un gozo tan sencillo que a veces olvidamos que hay películas sobre las que nadie opinó nunca nada porque nadie pudo verlas. La de Motern no es una audiencia de millones, pero sí de los suficientes.

Durante décadas el cine de culto dependió de distribuidores, programadores o videoclubes. Matt Farley parece demostrar que hoy basta una cámara barata, un grupo de amigos y una comunidad dispuesta a encontrarse cada noche en Letterboxd y hablar de sus películas. El culto, después de todo, nunca desapareció: solo cambió de templo. ~

RODRIGO ROTHSCILD trabaja en publicidad para poder escribir de lo que le gusta en sus ratos libres.