

Kyle Buchanan

Alejandro González Iñárritu tiene un mensaje para Hollywood

The New York Times, 19 de mayo de 2019.

Se trataba del segundo día del cineasta mexicano Alejandro González Iñárritu como presidente del jurado del Festival de Cannes, y el clima era perfecto: afuera del balcón de su habitación en el Croisette, el cielo era azul y el océano lo era todavía más. Aun así, mientras González Iñárritu hablaba sobre el complicado futuro de la industria del cine, habría sido lógico esperar que el cielo se llenara de nubes de tormenta.

“Los cines son el útero de lo que somos y, si lo asesinamos, muy pronto todos estaremos muertos”, comentó.

Después de ganar dos premios Oscar consecutivos al mejor director por *El renacido* y *Birdman*, González Iñárritu es uno de los pocos cineastas de prestigio cuyo trabajo tiene garantizado un respaldo financiero sustancial y un lanzamiento en cines por parte de los grandes estudios. Sin embargo, mientras esas empresas siguen llenando sus marquesinas con películas de superhéroes, y los directores de filmes de autor deciden irse en manada a servicios de emisión en continuo como Netflix, a González Iñárritu le preocupa que decaiga la experiencia de ir al cine.

A diferencia de algunos de sus contemporáneos, González Iñárritu, de 55 años, no denigra a Netflix: en una conferencia de prensa para el jurado de Cannes elogió al servicio por presentar películas de arte a una audiencia internacional (la compañía hace poco distribuyó *Roma*, el drama ganador del Oscar dirigido por Alfonso Cuarón, amigo de González Iñárritu). De cualquier manera, el cineasta sostiene que ver una película en un iPad no puede compararse con ir al cine.

En una larga conversación, el director habló de por qué Netflix ha sido tomado como un chivo expiatorio y de su visión de una nueva cultura cinematográfica.

Aquí en Cannes, las películas se proyectan en grandes cines. Sin embargo, rápidamente estamos llegando a un punto en el que la gente verá más películas en un servicio de emisión en continuo que en cines. ¿Qué piensas de eso?

Ese es un verdadero problema. ¿Cuántas de las películas que tenemos la suerte y el privilegio de ver aquí en Cannes llegarán al mundo, accesibles a Joe Smith en Arkansas? Esas grandes historias pueden empoderarlo para crecer en todos los sentidos, ¿pero, cuándo estarán disponibles, y cómo?

Algunas de las películas solo podrán disfrutarse a través de los servicios de emisión en continuo, pero creo que el gran problema es que, cuando se trata de la manera en que se están produciendo, distribuyendo y proyectando los filmes, el sistema está homogeneizado. Casi no hay espacio para otro tipo de películas en el mundo. El camino fácil ha sido culpar a Netflix: han sido el chivo expiatorio. No obstante, mi punto es que Netflix no tiene nada de malo. Netflix está aprovechando la falta de diversidad en los cines y la está poniendo en la televisión.

¿Así que los estudios deberían culparse a ellos mismos y no a los servicios de emisión en continuo?

Ese es el punto. Pocos estudios están haciendo ese tipo de películas interesantes y multiculturales de presupuesto medio, así que los distribuidores ya no están recibiendo esos filmes, y los cines no proyectan esas cintas que quizá les darán el tres por ciento del dinero que obtienen de las películas más taquilleras y los filmes de franquicia.

Cuando comencé hace [casi] veinte años con [Amores Perros](#), aún había un mercado saludable en el que las películas internacionales de presupuesto medio eran distribuidas y vendidas en distintos territorios, y había empresas especializadas que estaban interesadas en promover esa cultura, como Paramount Vantage. Eso ya se acabó. Y es porque todos están preguntándose cómo ganar más dinero y cómo hacerlo de la manera más veloz.

Los cines aún están dispuestos a proyectar una gran película llena de grandes estrellas, como [El renacido](#), ¿pero acaso un joven director actualmente podría hacer que se muestre en cines una producción como [21 Gramos](#), aquel drama de bajo presupuesto que fue tu segunda película?

Si yo estuviera en esta misma posición veinte años después de lo que me tocó, jamás habría creado *21 gramos*, *Babel* o *Biutiful*. ¡Nunca! La manera en que crecí como artista fue debido a la posibilidad de que me apoyara una productora, un estudio o un cine que estuviera dispuesto a promocionar esas películas y darle la alternativa a la audiencia. ¡Proyectaban *21 gramos*, un drama radical, al lado de *Star Wars* en el cine!

Ahora es muy difícil ver algo así. Soy muy privilegiado por tener la ventaja de poder hacer una película como *El renacido*, pero ¿cuántos jóvenes cineastas no tienen acceso a esos presupuestos y proyectos? Ahora deben considerar a la televisión como su única opción.

¿Aún hay una vía tradicional para que progresen los jóvenes cineastas?

En las artes, estamos llegando al mismo dilema que enfrentamos en el mundo: el 99 por ciento de las personas está viviendo en una situación económicamente extrema mientras que el uno por ciento es extremadamente adinerado. Pasa lo mismo en pantalla, donde el uno por ciento de las películas multimillonarias de franquicia estarán representadas en cines y el 99 por ciento de las otras películas irán directamente a un servicio de emisión en continuo.

Creo que eso no es sano. Eso me preocupa muchísimo. ¿Por qué una cosa debe eliminar a la otra? Si estoy en mi auto escuchando a Mozart, alguien podría preguntarse: “¿Por qué está escuchándolo con esas estúpidas bocinas?”. Para mí suena genial, ¿pero por qué no podría también tener la oportunidad de escuchar a Mozart interpretado por una orquesta de 120 personas, que el sonido llegue hasta mi plexo solar y sentirme transformado para siempre?

A veces me encanta ver una película en mi computadora con los audífonos puestos, pero sé que estoy viendo un filme, no experimentándolo. Si solo tenemos esa opción en nuestras vidas, estamos perdiendo una gran parte de la cultura.

En la conferencia de prensa del jurado, dijiste cosas positivas sobre el acceso que les da Netflix a las personas que de otra forma quizá no podrían ver ciertas películas.

Cuando una película aparece en televisión en todas partes del mundo, es genial que las personas tengan acceso a eso. No habría podido ver [Lázaro feliz](#) de Alice Rohrwacher si no hubiera sido por Netflix, así que gracias Netflix. Pero me habría encantado tener la oportunidad de verla en el ArcLight [una cadena de cines en Los Ángeles], y eso es lo que de verdad me enoja, que dejemos morir esa opción.

Quiero dejar muy claro que apoyo a Netflix al cien por ciento. Al mismo tiempo, debemos señalar que los cines y las distribuidoras tienen una gran responsabilidad aquí. Todos estamos dejando que el medio muera y se convierta en un parque de entretenimiento de franquicias. Y si esos estudios, distribuidoras y cines no encuentran una manera de salir adelante, Netflix se los comerá vivos.

¿Se puede revertir esa tendencia?

Bueno, no creo que el camino sea intentar revertir la tecnología; me encanta la realidad virtual. Me encanta que puedes ver un corto en casa. Pero esa tecnología no debe eliminar el cine. Siempre ha existido el miedo de que la televisión elimine al cine, o que la radio elimine al cine. Eso nunca pasó antes pero ahora realmente está pasando, y es muy aterrador.

De verdad he estado defendiendo el hecho de encontrar un punto medio en el que los cines puedan llevar esas experiencias a sus localidades sin perder dinero, y Netflix puede organizar eventos con algunas de sus películas en los que, mes y medio después, se estrenen en televisión.

Eso sería justo. Eso me daría una alternativa: si quiero experimentar el cine o ver contenido en mi celular. Tan solo denme la opción. Los cines son el útero de lo que somos, si lo matamos, pronto todos estaremos muertos.

¿Pero a Netflix le interesa que la gente vaya al cine?

Para mí, la verdadera guerra es que se han establecido dos divisiones del mundo. Una es la gran industria multimillonaria que dice: “Jamás deberías salir de casa, el mundo es peligroso y la experiencia comunitaria apesta. No vayas al cine, al centro comercial, a restaurantes; quédate en casa y te llevaremos el mundo”.

El otro lado es el capitalismo radical que dice: “Sal de tu casa, ten experiencias y ve a gastar tu dinero”. Pero creo que la opción de quedarse en casa está ganando, por mucho. Nos estamos aislando. El diálogo no solo es sobre el cine y la visión romántica de eso; es una conversación más grande.

Sabes, debemos aprender de Francia. El 80 por ciento de las películas de Cannes estarán disponibles para todos en los cines muy pronto porque tienen leyes que protegen eso. Sé que es algo imposible en Estados Unidos, pero ¿hay alguien en el sector privado que pueda diseñar algo así? O quizá Netflix pueda comprar AMC [una cadena de cines], para que simultáneamente podamos tener proyecciones en cines y televisión. Imagina la sociedad que Netflix podría crear.