

Un misil de alcance universal

Publicado: Sábado 15 septiembre 2007 | 01:39:50 am.

Publicado por: Julio Martínez Molina

Durante 2005 llovieron trabajos periodísticos y cables en torno a la crisis de taquilla a la cual supuestamente se abocaba Hollywood, luego de los embates de la baja audiencia durante la temporada de verano de ese año, deprimida en las ventas como las del período navideño.

Si bien las cifras alcanzaron entonces su descenso más notable desde 2001, quien escribe, siempre atento a las curvas de oscilación históricas de la industria yanqui, sabía que la retracción era momentánea.

Los estrategas respondieron con mucho espectáculo, superproducciones rimbombantes de géneros de gran demanda (catastrofismo, secuelas de éxito seguro, aventuras, adaptaciones de comics), una verdadera apoteosis de los efectos especiales a partir de la aplicación de los conceptos de la tecnología más moderna a la pantalla... Receta segura: la fórmula, una vez más, surtió efecto.

Variety, la llamada Biblia del espectáculo, acaba de dar los datos de la presente temporada estival: por primera vez en la historia cuatro cintas sobrepasaron los 300 millones en la recaudación: El hombre araña 3, Shrek 3, Piratas del Caribe 3 y

Transformers.

Las entradas del verano sobrepasaron en un diez por ciento las del año anterior y en un seis las de 2004, considerado el mejor año de todos los tiempos en los ingresos de la pantalla estadounidense.

Los datos tienen en cuenta incluso que estas y otras películas millonarias empinaron sus presupuestos de forma paralela. Pero de 2000 a la fecha los boletos incrementaron su precio; de manera que todo se compensa.

Y cuando existe déficit en casa, la cosa se salva en el exterior. Durante los últimos años se mantiene la tendencia europea de una menor venta de entradas para su propio cine, sin embargo el norteamericano crece y permanece imbatible en la cima de la preferencia popular.

Según datos del Observatorio Europeo de Asuntos Audiovisuales, con sede en Estrasburgo, las películas hollywoodenses alcanzan alrededor del 75 por ciento del mercado de la Unión Europea, pese a medidas proteccionistas de Francia y alguna que otra nación.

El Ministerio de Cultura reveló este 23 de agosto en Madrid que la suma de los ingresos de taquilla de las 16 películas españolas de más éxito en lo que va de año es casi igual a la entrada, en solitario, de El hombre araña 3: 16 281 millones de euros aquellas, y esta, solita, 16 279 millones.

En 2003 la revista Forbes aseguró que los filmes estadounidenses obtenían el 35 por ciento de los ingresos de taquilla en Europa durante la década de los 60; y entre el 80 y el 90 por ciento a inicios del siglo XXI.

Los éxitos nacionales son excepciones, golondrinas que no hacen verano en las taquillas de Europa. Ni en América Latina, África, Asia, ni en ninguna zona del globo.

Incluso en Argentina, la pantalla nacional más importante de nuestra región, el público da la espalda a buena parte de las producciones locales. Muchos de estos filmes deben esperar años para ser estrenados.

Igual sucede en casi todo el planeta. La estrategia mundial de Hollywood contempla el mercado exterior como algo vital en estos momentos. Según el augurio de los analistas, la asistencia mundial a las salas crecerá en el próximo lustro; sobre todo en Asia y en Europa Central y del Este.

El consumo global de filmes, incluyendo las entradas de cine y la compra y alquiler de DVD, ascenderá cerca de un 5,5 por ciento, solo entre 2006 y 2010.

Los ejecutivos y tanques pensantes de la industria lo saben, sobre todo luego del reciente éxito internacional de cintas como El Código Da Vinci, que recaudara unos «modestos» 217 millones de dólares en EE.UU., mientras alcanzaba los 535 en el extranjero.

De manera que continúan labrando el terreno, a través de una maquinaria propagandística obnubiladora: estrenos simultáneos en medio centenar de países, agresivas giras de promoción por todo el mundo, control publicitario en los medios y otros mecanismos.

El imperio tiene en Hollywood al más poderoso y dulce de sus misiles (parafraseando a Ramonet); y al de mayor capacidad de penetración. La basura enlatada de la Meca del cine manipula la conciencia colectiva e irriga el torrente sanguíneo de la cultura universal con los símbolos e imágenes de su discurso hegemónico.

<http://www.juventudrebelde.cu/opinion/2007-09-15/un-misil-de-alcance-universal>

Juventud Rebelde | Diario de la juventud cubana

Copyright © 2017 Juventud Rebelde