

Crisis y evasión

Publicado: Jueves 14 mayo 2009 | 12:56:25 AM

Publicado por: Julio Martínez Molina

Los productos de evasión triunfan en tiempos de crisis. Ni mero aserto sin sostén, ni lugar común al uso: ya fue visto durante la Gran Depresión del 29, y ahora se confirma en la que envuelve al mundo hoy día.

En épocas del famoso crack bancario, el público leía novelas menores sobre lugares exóticos, pasiones e intrigas, algo que no más lo alejara de la miseria diaria, el hastío y la ausencia de luz en el camino.

Más de 60 millones de estadounidenses acudían al cine cada semana en los primeros años de la Depresión, aunque no tuvieran un mendrugo de pan para la cena y la cuarta parte de la población del país estuviera desempleada. Era uno de los pocos escapes.

Ahora, en 2009, lo que más se vende en materia literaria dentro de Estados Unidos son libros de terror, o propuestas sentimentales «corintelladescas». Una inmensa tetralogía vampírica de Stephanie Meyer (miles y miles de páginas), también saqueada por otras artes, continúa haciendo su agosto en época de penurias económicas.

Solo mediante estas propuestas la industria editorial soporta, o intenta hacerlo, la

espera para una virtual salida del socavón en que la sumergió el descenso de las ventas de monstruos como Simon and Schuster (propiedad de CBS); Thomas Nelson (el mayor editor de Biblias en inglés); o incluso Houghton Mifflin Harcourt, que publica a Saramago, Günter Grass o Philip Roth.

«Que dos comedias abran y despidan el festival de Tribeca no es ninguna casualidad. Este año hemos intentado incluir películas más ligeras porque creemos que todo el mundo tiene derecho a evadirse de los problemas cuando entra al cine», sostuvo la productora del evento celebrado en abril, el cual fundara junto al actor Robert de Niro.

La tónica es esa, nada nuevo en verdad dentro de Hollywood: allí siempre han defendido la filosofía romana de, al pueblo, pan y circo; sobre todo la parte del circo.

Con 9 800 millones de dólares a su favor, los estudios norteamericanos cerraron 2008 con ganancias superiores al año anterior, pues, pese a que filmaron menos, fue incrementado el precio de las entradas. Pero además resultó año récord en recaudación mundial, con un total de 28 100 millones ingresados.

En un reciente artículo publicado en el británico The Independent, Stephen Foley escribe: «¿Recesión? ¿Cuál recesión? Eso es lo que podría preguntar un ejecutivo de Hollywood. Es que en 2009 el negocio está explotando en las taquillas, y no solo a pesar de los deprimentes tiempos económicos, sino quizá gracias a ellos».

Bodrios de la más primaria acción, como la cuarta parte de Rápido y furioso, arrasan en el planeta. Thrillers rutinarios tipo Venganza, exhibido ya en Cuba, y otros blockbusters (se denomina así a obras de un enorme éxito de taquilla; Nota de la Redacción) que entraron, o están a punto de hacerlo, en cartelera, al modo de Star Trek, de ciencia-ficción, más toda una retahíla de remakes son todos acuñadores de fórmulas bien probadas.

Críticos como Anne Shulock opinan que los estudios han dejado de buscar historias. En su sección de Arte, el The New York Times afirma que «parece que Hollywood agotó sus ideas», y un atendido especialista de Los Ángeles Times observa: «Vivimos en la tierra de las re-repeticiones».

Sin embargo, durante 2009 la asistencia a salas en EE.UU. ha crecido un 14 por ciento, pese a que el precio del boleto subió en un 15 por ciento.

Brandon Gary, presidente de Box Office Mojo, que mide los datos de la taquilla, apunta: «Tiene que producirse algo parecido a un cataclismo para que la gente se aleje de las salas de cine, pues necesitan las películas, les dan inspiración, proveen una catarsis, hacen que se ría, se sorprenda... y todo eso es hoy más necesario que nunca».

Y claro que es válido el entretenimiento... lástima que se valgan de él para seguir embobeciendo al público hasta la insensatez con el peor cine escapista, totalmente ajeno al pensamiento y al verdadero arte.

<http://www.juventudrebelde.cu/opinion/2009-05-14/crisis-y-evasion>