



En el corazón de la tormenta

VIENE DE E1

Muchas pantallas, una película

Partamos con las buenas noticias.

Spider-Man: No Way Home se convirtió esta semana en la primera película que supera los mil millones de dólares de recaudación, desde que se desató el covid. El público repletó las funciones, la celebró, se la repitió, y con razón: la cinta bien puede ser la palabra definitiva del cine de superhéroes post 2000. Lo siento por la interminable saga de los Avengers y por las múltiples versiones de Batman (las que ya hemos visto y las que nos esperan), pero el Hombre Araña los derrotó en el juego.

Ahora, si bien el éxito de Spider-Man ha sido monstruoso, su tremendo impacto fue conseguido a expensas de todas las demás películas en circulación y sometiendo al sistema a un altísimo nivel de estrés. Eso explica en parte las penurias de Amor sin barreras y también las de The Matrix: tanta fue la demanda por tickets para el arácnido que las multisalas de todo el mundo despejaron la programación en su favor, cancelando miles de funciones de otras cintas (entre ellas la de Spielberg) y obstruyendo el libre acceso a nuevos estrenos, como el de Keanu Reeves. Es cosa de mirar la cartelera en los complejos nacionales para comprobar hasta qué punto ésta se encuentra dominada por un solo título. Del todo resto, hay apenas un puñado de funciones reservadas para solo tres filmes "adultos": La Casa Gucci, La crónica francesa y Dune (también disponible en HBOMax). Con razón el público sobre 40 años prefiere prender la televisión y surfear por Netflix o Amazon en vez de darse la molestia de salir a ver algo. Es una tremenda ironía que una sala independiente como el Cine Normandie mantenga nueve cintas distintas en exhibición, mientras cadenas como Cinemark o Cineplanet, cuya capacidad instalada es veinte o treinta veces mayor, luchan por mostrar una media docena. Pero ese es el actual estado de cosas.

Cierto, el modelo de negocios de uno y otro no pueden ser más opuestos, pero ambos están guiados por el mismo objetivo: sobrevivir a manotazos en un sistema donde son los operadores de streaming y no los cines quienes llevan la voz cantante, y, qué decir: de momento David está demostrando más adaptabilidad a los nuevos tiempos que Goliat. En la medida que su audiencia lo acompañe, la estructura pequeña, compacta y diversa en términos de contenido que poseen el Normandie y el puñado de espacios que han sobrevivido este período, está mejor preparada en el mediano plazo que la de las multisalas, obligadas a sostener una enorme infraestructura hasta que las audiencias regresen en masa. Si es que regresan.

Esa parece ser la piedra de tope. Mientras los mayores de 40 no se aventuren a entrar a los cines, tal como solían hacer, habrá pocas oportunidades en cartelera para las películas de Oscar y otros títulos celebrados por la crítica. Ese fue el destino de West Side Story y también el de otra firme candidata, que no alcanzó a durar dos semanas en nuestros cines: King Richard—la historia del padre de las tenistas Serena y Venus Williams—, premio casi seguro a Mejor Actor para Will Smith. Por más que se las festeje, una suerte similar le espera a Licorice Pizza, lo nuevo de Paul Thomas Anderson; Nightmare Alley, la primera película de Guillermo del Toro, después de ganar el Oscar con La for-



The Matrix: Resurrections. El público no está respondiendo a The Matrix: Resurrections, cuarta película de la serie, y eso que en teoría lo tiene todo para triunfar en taquilla. ¿Por qué?



Desaparecida en acción, así está Amor sin barreras de Spielberg: ninguna sala ofrece la película.



Spider-Man: No Way Home. Campeona absoluta en 2021, destruyó todos los récords de taquilla.



Belfast, de Kenneth Branagh, tiene muchas oportunidades en la nueva entrega del Oscar, pero ¿importa eso a estas alturas?



En 2017, Almodóvar se quejó amargamente del imperio que el streaming tiene sobre las películas. Cuatro años más tarde, Madres paralelas se estrenará en Netflix. ¿Quién lo entiende?



El poder del perro. La más árida y exigente de las favoritas al Oscar—El poder del perro, de Jane Campion— es la que, paradójicamente tiene mayor exposición, gracias a su presencia en Netflix.

Mientras los mayores de 40 no se aventuren a entrar a los cines, tal como solían hacer, habrá pocas oportunidades en cartelera para las películas de Oscar y otros títulos celebrados por la crítica.

El cine tal como lo conocemos (o lo conocíamos) quedará condenado a mostrarse en pantallas chicas, mientras que la exhibición presencial se acercará más y más a la lógica del parque de diversiones.

(Los hechos tenderían) a darle la razón a la dramática advertencia del director Martin Scorsese en torno a la división sin remedio entre el cine de calidad y los productos de entretenimiento y gran presupuesto.

Con la guerra del streaming totalmente desatada, es posible que ya no haya margen para posturas conservadoras o timoratas: el presupuesto que los estudios manejan para películas y series en 2022—unos 135 mil millones de dólares—no tiene precedente alguno.

ma del agua, en 2018; y la que, por ahora, figura como favorita: Belfast, drama de época con tintes de autobiografía, dirigida por el británico Kenneth Branagh. A su debido tiempo, cada una se asomará unos cuantos días de verano por las salas y quien quiera verlas en el formato para el que fueron concebidas tendrá que asegurarse y comprar sus entradas para el primer fin de semana, un escenario muy distinto al que enfrenta la última cinta en carrera. Pero claro, esa la distribuye Netflix.

Streaming wars

En comparación con sus rivales, El poder del perro tiene una gran herramienta a su favor: está a un clic de distancia de su audiencia potencial. La paradoja es que el *western* de Jane Campion es la cinta más difícil, ruda y sin concesiones del actual grupo de contendores, algo que Netflix ha acabado por aceptar con cierta resignación, a juzgar por su campaña de promoción, mucho menos agresiva que la desplegada en torno a Roma, El irlandés y Mank, en años pasados. Aún así, es por lejos la película que mayor nivel de exposición ha tenido de cara a la temporada de premios, y eso desde ya abre un escenario inquietante e insoportable para muchos en la industria: que el camino hacia el Oscar vaya torciéndose paso a paso hacia el *streaming*. Sin una adecuada estrategia de exhibición digital durante y después de la campaña, las futuras películas ganadoras podrían seguir la ruta de Nomadland, la olvidada ganadora de 2021, apenas programada en salas, apenas editada en Blu-ray y actualmente escondida en la parrilla de Star+, la aplicación gemela de Disney Plus.

El punto es que consagrar esa práctica equivaldría a darle la razón a la dramática advertencia del director Martin Scorsese en torno a la división sin remedio entre el cine de calidad y los productos de entretenimiento y gran presupuesto. Así, el cine tal como lo conocemos (o lo conocíamos) quedará condenado a mostrarse en pantallas chicas mientras que la exhibición presencial se acercará más y más a la lógica del parque de diversiones. Puede ser. En cualquier caso, nada está zanjado todavía: a principios del año pasado, Warner Bros. se dejó llevar por la coronada del *streaming* y programó para Estados Unidos toda su parrilla 2021 simultáneamente en salas y en HBOMax. Los resultados no dejaron contento a nadie: la única producción con números azules fue Dune... y fue gracias a su performance en los cines. ¿Entonces?

Con la guerra del *streaming* totalmente desatada, es posible que ya no haya margen para posturas conservadoras o timoratas: el presupuesto que los estudios manejan para películas y series en 2022—unos 135 mil millones de dólares—no tiene precedente alguno, e impresiona más todavía considerando que la apuesta se realiza en un escenario que se ha ido desacelerando en forma consistente, con compañías como Netflix (214 millones de suscriptores), Disney (118 millones) o HBO (73 millones) que están creciendo a tasas menores de las esperadas, sumando clientes mientras van perdiendo otros tantos a manos de la competencia. ¿Se está generando una burbuja? Por cierto que sí, aunque inmersas en su loca carrera por la dominación del mercado, las compañías no parecen preocupadas de que reviente sino de no aparecer como perdedoras.

El que está perdiendo, sin duda, es el espectador de sala: varios de los estrenos clave de este año irán a parar directamente a nuestros televisores: Titane, ganadora de la Palma de Oro en Cannes 2021, fue adquirida por Mubi. Apple pagó 225 millones de dólares para agenciarse Killers of the Flower Moon, de Martin Scorsese. Pedro Almodóvar, quien en 2017 afirmaba que nunca premiaría a una película que no fuese exhibida en salas, cedió la distribución mundial de Madres paralelas a Netflix, y es esa compañía también la que difundirá The Wonder, la próxima película del chileno Sebastián Lelio.

Epílogo nacional

Y hablando de Chile, ¿qué minúsculo rol nos cabe en este escenario?

Aunque a primera vista podría decirse que sólo nos resta mirar la batalla de lejos, la verdad es que el cine nacional será un directo afectado por los acontecimientos: mientras la crisis de espectadores continúe, mejor olvidarse de la posibilidad que algún estreno chileno llegue a multisalas. En adelante, su terreno natural serán los cines independientes; claro, solo si estos consiguen superar los aprietos económicos y técnicos en que los puso la pandemia. De lo contrario, la exhibición de nuestro cine en salas bien puede seguir el camino del rollo de 35mm una vez que se impuso el digital: convertirse en un recuerdo.

Puestos en esa situación, la nueva generación de cineastas nacionales tal vez llegue a considerar al *streaming* como el formato por *default* y quizás el buen resultado obtenido en esas lides por Tengo miedo torero y El agente topo pueda ser un modelo a replicar. Hay eso sí, un gran pero: las plataformas suelen ser muy específicas respecto del material que adquieren y muchas veces tienden a uniformar criterios en vez de promover miradas diversas. Así, los realizadores que reemplacen a la Generación Novísima tendrán muchas menos posibilidades de generar una obra personal y correrán alto riesgo de convertirse en meros proveedores de contenido. Para evitarlo, será clave el rol que a futuro jueguen instituciones como la Cinemateca Nacional, Ondamedia, los diversos festivales de cine locales y sobre todo nosotros, los espectadores.

En la medida que exista la tentación de quedarse en casa, tomar el control remoto y hacer clic sobre la tele, en vez de sentarse en la oscuridad y dejar que la pantalla nos rodee, el pronóstico será malo. Para combatirlos basta con comprar una entrada, incluso si es para repetir Spider-Man.