

PATÉTICO MÚTIS CINEMATOGRAFICO

*“Cada fracaso es una prueba
de la debilidad del deseo,
pero no de su temeridad”.*

André Maurois

Por: José Alfonso Suárez del Real y Aguilera

Acostumbrado a la chabacanería que caracteriza a su administración, el Jefe de Gobierno capitalino, Miguel Ángel Mancera, más que entusiasmado se prestó a representar uno de los más patéticos episodios de su carrera pública: un presagio del urgente mutis que la ciudadanía le exige a un funcionario de relumbrón del que poco, muy poco se salva.

A pesar del fracaso económico-cinematográfico de la película Spectre, que en 2015 se filmó en la zona centro de la Ciudad de México; a pesar de las quejas de los miles de capitalinos que vieron “secuestradas” sus vidas en pleno centro capitalino para exhibir sólo 3 minutos de las decenas de horas grabadas, el Jefe de Gobierno decidió despedir su administración imponiéndonos la “Godzilla el rey de los monstruos”, rodaje que se llevó a cabo del 19 al 23 de agosto en el antiguo barrio de Santo Domingo, cuya emblemática plaza no merecía ser escenario de tal despropósito del séptimo arte.

Godzilla es producto de los estudios Toho del Japón, y su aparición en las pantallas niponas se remonta a 1954; desde ese año se han producido 28 películas y 2 “remakes”, y a partir de 2014 la secuela es resultado de una coproducción con empresas cinematográficas estadounidenses.

El personaje de la saga es producto de una explosión atómica, cuyo impacto generó una mutación de ballena y gorila para dar origen a este terrorífico ser que en el fondo reflejó el pavor generado por Hiroshima y Nagasaki en el pueblo japonés, que adoptó la ficción como parte importante de su cultura cinematográfica.

El carácter destructivo del personaje generó una serie de patéticas películas de consumo popular con grandes ganancias económicas, pero con nulas aportaciones a la cinematografía mundial.

Para el gobierno de Mancera la elección del Centro Histórico de la Ciudad de México por el director del filme, Michael Dougherty, le llevó a expresar su convicción de que esta “superproducción va a generar un beneficio extraordinario... cuya cereza en el pastel es que estaremos expuestos alrededor de todo el mundo, son miles y miles las pantallas donde la CDMX estará presente, y eso ayuda al posicionamiento de la

marca y la consolidación de la ciudad. No podíamos tener un escaparate más grande que el que nos da Godzilla”.

Tales declaraciones acreditan la miopía del gobernante y su obsesión por considerar a la Ciudad como una marca, como un espacio rentable, como un producto vendible; tal ideología permeó toda una administración, cuya proyección ha sido la sistemática destrucción de una metrópoli con casi 700 años de antigüedad, cuyo patrimonio histórico se brinda al primer postor sin reflexionar sobre las consecuencias de esas acciones.

Bien entendió el ensayista galo André Maurois cuando afirmó que los fracasos son pruebas de la debilidad del deseo, pero no de la temeridad de quien los provoca, tal y como lo acredita el saliente Jefe de Gobierno de una ciudad de la que sólo sacó ganancias a costa de la pérdida de su dignidad urbana.