



Cineteca Nacional CDMX | Foto: FLR

***Mexicanidad cosmopolita***  
**en los Premios Oscar:**  
**Guillermo del Toro,**  
**Alejandro González Iñárritu**  
**y Alfonso Cuarón**

Francisco López Ruiz

Derechos de autor:

Todo el texto está disponible bajo una licencia Creative Commons:

Reconocimiento – No Comercial – Sin Obra Derivada – Compartir Igual

[https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es\\_ES](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es_ES)

Este ensayo puede citarse así:

López Ruiz, Francisco. “*Mexicanidad cosmopolita*” en *los Premios Oscar: Guillermo del Toro, Alejandro González Iñárritu y Alfonso Cuarón*. Creative Commons licence, 2022, disponible en PDF en <https://franciscolopezruiz.com/wp-content/uploads/2022/01/Mexicanidad-cosmopolita-en-los-Premios-Oscar-Del-Toro-Inarritu-y-Cuaron-Francisco-Lopez-Ruiz.pdf>

El cine es agua: es océano,  
pero también es charco, río, vapor, nube.

Todo es válido, nada es excluyente.

Alejandro González Iñárritu

Clase magistral, septiembre 25 de 2019:

un día antes de recibir el doctorado

Honoris Causa de la UNAM

Running order

*Theatrical Release...* p. 5

*Storyline...* p. 6

ACT I

*The Three Amigos: a transnational filmmaking...* p. 7

ACT II

*How to Win Six Oscar Awards (in a Row)...* p. 21

ACT III

*Because I'm Mexican...* p. 34

*Cross-cutting*

“Mexicanidad cosmopolita”... p. 47

1. Autonomía operativa e intelectual... p. 61
2. Embajadores culturales mexicanos... p. 63
3. Embajadores culturales “estadounidenses”... p. 66
4. Emigrantes de la globalidad... p. 67

*Turning point...* p. 73

*The End ?...* p. 78

*Closing credits...* p. 81

### *Theatrical Release*

Agradezco a Sandra Varela, María Teresa López, Roberto Razo y César Villanueva la lectura atenta de versiones preliminares de este ensayo: “*Mexicanidad cosmopolita*” en los Premios Oscar conserva sus valiosas y generosas aportaciones.

Participo en el proyecto *Imagen de México en el mundo* con la colaboración de 40 autores. Mi artículo “El sexenio de los *Three Amigos: mexicanidad cosmopolita* en Guillermo del Toro” se relaciona con esa iniciativa.

La maduración de este ensayo encontró tres acontecimientos que están reconfigurando los Premios Oscar: la pandemia Covid19 y sus consecuencias en la industria cinematográfica; las plataformas de televisión *streaming* cuyas alternativas son cada vez más influyentes; y nuevas reglas, más inclusivas, de la US Academy Awards, con la presencia de nuevos protagonistas globales —como los creadores sudcoreanos.

Todas las traducciones son mías. Los errores de este texto son solamente míos.

Francisco López Ruiz,

noviembre 2019 (Monza) – diciembre 2021 (Puerto Escondido)

## *Storyline*

Hace algunos años era ridículo suponer que un creador mexicano aparecería en las nominaciones de los Premios Oscar (US Academy Awards). Y sin embargo entre 2014 y 2019 tres mexicanos no sólo fueron favoritos en la categoría de *mejor director*, sino que ganaron la estatuilla en cinco ocasiones casi consecutivas: Alfonso Cuarón, Alejandro González Iñárritu y Guillermo del Toro. “*Mexicanidad cosmopolita*” en los Premios Oscar explora la manera en que los tres cineastas mexicanos “secuestraron” el reconocimiento como mejor director con *Gravedad* (*Gravity*, Cuarón, en 2014), *Birdman* (*Birdman or [the unexpected virtue of ignorance]*, Iñárritu, 2015), *El renacido* (*The revenant*, Iñárritu, 2016), *La forma del agua* (*The shape of water*, Del Toro, 2018) y *Roma* (Cuarón, 2019), evadiendo lugares comunes acerca de “lo mexicano” para crear películas con repercusión global. En este ensayo se analiza cómo han gestionado los *Three Amigos* su éxito internacional para reelaborar programáticamente las mejores facetas de México, asumiendo el papel de embajadores culturales de su país. Con sus películas y gracias a una cuidada exposición mediática, los tres directores proponen un modelo de mexicanidad cosmopolita, transnacional, sofisticada e incluyente, multilingüe, pluricultural y colaborativa, sustentada en un altísimo desempeño profesional.

## ACT I

### *The Three Amigos: a transnational filmmaking*

Ya en 2013 la académica australiana Deborah Shaw había analizado las estrategias implementadas por los *Three Amigos* durante sus dos primeras décadas de creación. Los creadores mexicanos filmaron su primer largometraje en México como una especie de presentación global—: *Sólo con tu pareja* (Alfonso Cuarón, 1991), *Cronos* (Guillermo del Toro, 1993) y *Amores perros* (Alejandro González Iñárritu, 2000: nominada al Oscar como *película internacional*). En 2006 los tres directores mexicanos ganaron visibilidad internacional con los estrenos de *El laberinto del fauno* (Guillermo del Toro desde España), *Children of men* (Alfonso Cuarón en el Reino Unido) y *Babel*: ésta última, en palabras de Shaw, “una película independiente estadounidense hecha por mexicanos”, con la dupla Iñárritu-Guillermo Arriaga en la escritura del guion, la cinefotografía de Rodrigo Prieto y las actuaciones de Gael García Bernal y Adriana Barraza alternando con un elenco multinacional. Durante veinte años, los tres directores perfeccionaron lenguajes cinematográficos innovadores que les permitieron ingresar en los canales globales de producción, distribución y exhibición. La consolidación de sus carreras les permitió afianzarse en el ámbito internacional con un sello de autor.

Los *Three Amigos* han sabido negociar exitosamente en contextos complejos, exigentes y muy competidos. Deborah Shaw destaca que Guillermo del Toro cabildeó en Universal

Pictures su elección para dirigir *Hellboy* al aceptar convenciones narrativas del “género de superhéroes”, tal como el director reconoció: «Sé muy bien que, si deseo *pintar* esos enormes lienzos de cómic, necesito un estudio. Yo nunca intentaría filmar *Hellboy 2* con financiamiento europeo, y nunca habría intentado realizar *El laberinto del fauno* con un estudio [de Hollywood]. Imagínenlos en una función diseñada para *evaluar* la película [y ajustarla al gusto del público *mainstream*]» (Shaw, 2013, 47-48; las cursivas son mías).

Comparados con otros directores mexicanos contemporáneos, los *Three Amigos* sobresalen por su éxito internacional sin precedentes al cruzar fronteras lingüísticas, nacionales y de “géneros cinematográficos” que pusieron en crisis las divisiones tradicionales de finales del siglo XX:

En conjunto, Guillermo del Toro, Alejandro González Iñárritu y Alfonso Cuarón han realizado películas consideradas como mexicanas, *mainstream*, hollywoodenses vs independientes/estadounidenses, británicas y españolas. [...] Sus películas han obligado a los críticos a reconsiderar otros bordes clasificatorios, como los que delimitan el cine de arte y el cine independiente distanciándolos de la industria comercial *mainstream*, así como los límites que separan el cine mundial del cine estadounidense (Shaw, 2013, 226).

La profesora australiana nota que Cuarón, Iñárritu y Del Toro han cultivado personalidades *de autor* gracias a citas paratextuales de las cintas dirigidas por ellos, a los comentarios en las

versiones DVD de sus películas, así como a las entrevistas concedidas en múltiples foros. En ocasiones, estos directores han publicado libros para promover el lanzamiento de sus películas. Según Deborah Shaw, los *Three Amigos* son exponentes destacados de un nuevo tipo de cine que trasciende las barreras nacionales: *a transnational filmmaking*.

Cuarón, Iñárritu y Del Toro han triunfado en numerosas dimensiones: desde la innovación estética de sus propuestas narrativas y audiovisuales hasta las ganancias económicas de sus películas, pero también en una exitosa recepción crítica mundial catapultada desde Los Ángeles. Los tres creadores mexicanos han cultivado poderosas redes de contactos internacionales durante décadas, construidas gracias a su talento como directores, su prestigio profesional, su poder de convocatoria y negociación, así como la calidad cinematográfica de sus propuestas. La planeación y realización de cada largometraje suele requiere cinco años de trabajo como mínimo. La creatividad y la visión personal de los *Three Amigos* quedan garantizadas por la manera en que se implican con su trabajo; los cuidadosos guiones de las películas, por ejemplo, muchas veces son coescritos por los mismos directores mexicanos. La complejidad de los largometrajes resulta más impresionante a la luz de la productividad de Guillermo del Toro, Alejandro González Iñárritu y Alfonso Cuarón [ver la tabla 1].

**Tabla 1. Cronología de estrenos (largometrajes)**

<b>Alfonso Cuarón</b> (Ciudad de México, 1961)	<b>Guillermo del Toro</b> (Guadalajara, 1964)	<b>Alejandro González Iñárritu</b> (Ciudad de México, 1963)
(1) <b>Sólo con tu pareja</b> 1991		
	(1) <b>Cronos</b> 1993	
(2) <b>A little princess</b> 1995		
	(2) <b>Mimic</b> 1997	
(3) <b>Great expectations</b> 1998		
		(1) <b>Amores perros</b> 2000
(4) <b>Y tu mamá también</b> 2001	(3) <b>El espinazo del diablo</b> 2001	
	(4) <b>Blade II</b> 2002	
		(2) <b>21 grams</b> 2003
(5) <b>Harry Potter and the prisoner of Azkaban</b> 2004	(5) <b>Hellboy</b> 2004	
(6) <b>Children of men</b> 2006	(6) <b>El laberinto del fauno</b> 2006	(3) <b>Babel</b> 2006
	(7) <b>Hellboy II: the golden army</b> 2008	
		(4) <b>Biutiful</b> 2010
(7) <b>Gravity</b> 2013	(8) <b>Pacific rim</b> 2013	
		(5) <b>Birdman</b> 2014
	(9) <b>Crimson Peak</b> 2015	(6) <b>The revenant</b> 2015
	(10) <b>The shape of water</b> 2017	
(8) <b>Roma</b> 2018		
	(11) <b>Nightmare Alley</b> 2021	
	(12) <b>Pinocchio</b> (codirección) Postproducción	(7) <b>Bardo</b> Postproducción

Elaboración propia con datos de imdb.

Guillermo del Toro, Alfonso Cuarón y Alejandro González Iñárritu no son tímidos ante las cámaras; aprovechan su carisma para develar la complejidad semiótica de sus propuestas. Saben rodearse de un aura de *stars* —*auteurs*— y legitiman sus largometrajes usurpando el papel de críticos cinematográficos. Eligen con precisión absoluta el momento de los estrenos para asegurar que sus largometrajes participen en los festivales más importantes del mundo, desde Venecia, Sundance y Toronto, hasta las premiaciones de Londres (BAFTA) y Los Ángeles (Golden Globes y Premios Oscar). Durante meses de atención mediática, los *Three Amigos* cosechan premios y reconocimientos; prestigio y alabanzas: al final del recorrido, ya son favoritos en la categoría de mejor director en los US Academy Awards, y además promueven una imagen favorable de México fuera del país. Su presentación como mexicanos implica que ellos mismos se reconocen como grupo de *amigos*, colaboradores, compatriotas, emigrantes mexicanos. No hay ni remotamente una estrategia similar planteada por ningún grupo de cineastas de cualquiera otra nacionalidad.

Los tres directores mexicanos no han querido ser “folklóricos”, “exóticos” o “*naïves*”; de ser así, habrían llamado la atención global con una o dos producciones, y se habrían encasillado en una fórmula agotada por el mercado internacional. Comparemos su presencia en los Premios Oscar con una vigorosa tradición narrativa: el cine italiano. El idilio más reciente de la US Academy Awards con los cineastas italianos surgió en la década de 1990 gracias a tres *películas internacionales* —llamadas antes *mejor película en lengua no inglesa*—: *Nuovo Cinema Paradiso* (Giuseppe Tornatore, 1990), *Mediterráneo* (Gabriele Salvatores, 1992) y *La vita è bella* (Roberto Benigni, 1999). Las tres fábulas reconocidas por los Premios Oscar

fueron filmadas en un periodo en que algunos directores italianos exploraron el cine de época —la segunda guerra mundial— y las locaciones idílicas —el soleado sur— para filmar sus historias optimistas. La *italianidad* aparece como un componente esencial en estas comedias.

*Cinema Paradiso*, segundo largometraje de Giuseppe Tornatore, es una producción icónica por su emotiva (re)presentación del cine; la más famosa de las doce películas del director.<sup>1</sup> Por su parte, las críticas de Gabriele Salvatores en *Mediterráneo* no se dirigen al pasado bélico italiano, sino al desencanto político de finales del siglo XX, el fracaso del individuo en las sociedades europeas y el rechazo del capitalismo tardío. Y es que *Mediterráneo* —ambientada en la segunda guerra mundial— confecciona vistosas piruetas conceptuales para mostrar a sus soldados italianos como niños —casi rehenes inocentes— durante la ocupación fascista de las islas griegas: los creadores italianos siempre han sido maestros en la promoción de su país, con un reconocible y muy efectivo *poder suave* “a la italiana”. Finalmente, *La vita è bella* rescató a Roberto Benigni de la percepción de *clown* que había recibido durante la mayor parte de su carrera gracias a una película partida en dos: la primera mitad se nutre de la vieja comedia televisiva de la RAI, mientras que la segunda parte recrea

---

<sup>1</sup> *Stanno tutti bene* (1990) —tercer largometraje de Tornatore— es, para mi gusto, la película italiana más interesante de esa década: una *road movie* ambientada en los años noventa con un sentido contemporáneo de la *italianidad*. En lugar de la tradicional familia nuclear, la película problematiza las contradicciones de la postmodernidad y su repercusión en los lazos familiares —Marcello Mastroianni lleva el papel protagónico como padre de esa familia—. La música de Ennio Morricone alterna con fragmentos canónicos de la ópera italiana de una manera ágil, divertida e innovadora. *Stanno tutti bene* tiene humor, se basa en el *slow-revealing* para proponer al espectador constantes sorpresas visuales, ofrece hallazgos significativos en su narrativa —guion, encuadres, movimientos de cámara, edición—. Es una película italiana construida con un lenguaje audiovisual global, pero con amplios márgenes para la experimentación. Después Kirk Jones habría de destrozarse esta historia (*Everybody's fine*, 2009) incluso con Robert de Niro interpretando el papel principal.

el Holocausto como cuento de hadas. Este atrevimiento le valió a Benigni el Oscar como mejor actor; fue el primer intérprete masculino “extranjero” en obtener este reconocimiento.<sup>2</sup>

Cuando estos directores quisieron desligarse de la “fábula exótica italiana” para abordar mercados globales, sus éxitos fueron modestos. Tornatore propuso *The best offer* (2013) con la carta fuerte del actor australiano Geoffrey Rush: un *thriller* lento y elegante —filmado en inglés— con una hermosa cadencia europea. Gabriele Salvatores, medio año después de recibir el Oscar, estrenó *Puerto Escondido* (1992): una comedia filmada en México con la misma base programática y el mismo tono emocional de *Mediterráneo*, pero la película no prosperó fuera de Italia.<sup>3</sup> Roberto Benigni dirigió y actuó dos películas más: *Pinocchio* (2002) y *La tigre e la neve* (2004): este último largometraje fue vapuleado como una torpe versión de la “fórmula Oscar” implementada en *La vita è bella*, pero ambientada en Irak durante la segunda guerra del Golfo. En casi un siglo, los creadores italianos han ganado más de 60 Premios Oscar y, sin embargo, los directores italianos —amadísimos por todos en Los

---

<sup>2</sup> Anna Magnani (*La rosa tatuata*, 1956) y Sophia Loren (*La ciociara*, 1962) habían logrado esta hazaña como mejores actrices en papel protagónico.

<sup>3</sup> La película *Puerto Escondido* se basa en la novela homónima de Pino Cacucci. La versión fílmica suaviza el tono *noir* del texto original, y la ciudad oaxaqueña se convierte en un lugar idílico, alejado del capitalismo y la enajenación occidental. En la edición conmemorativa del 25 aniversario de la novela, Pino Cacucci escribe: «Gabriele [Salvatores] me preguntó por teléfono: ‘¿Vamos a México para ver si se puede hacer la cosa?’. Así nos fuimos en banda y México decidió que la película se podía hacer. Lo decidió México porque he visto fracasar a tantos, rechazados por mil inconvenientes, malestares, cosas que resultaban inexplicablemente torcidas, mientras que a nosotros, en cambio, todo nos salía de maravilla, incluso si, al terminar de rodar, Gabriele me confesó: ‘Este país me inquieta; demasiadas energías en el aire, como si existiera un exceso de todo. Casi me produce miedo’. Hoy la vieja Puerto apenas y se reconoce respecto a cómo era hace un cuarto de siglo. Creció sin medida en medio de imparables planchas de concreto, y ciertamente no ‘por culpa’ de un libro o de una película. En Puerto se vive siempre *menos peor* que en Italia. Y sin embargo, regresando de tanto en tanto siento que conserva esa parte de animalucho oscuro —y al mismo tiempo variopinto— que me permitió contar eventos y personajes dejando poco espacio a la fantasía, La realidad, en Puerto, iba más allá. O la irrealidad, para no incomodar al surrealismo (Cacucci, 2015, 9-10).

Ángeles y también en el mundo entero— en años recientes han sido visitantes exóticos —y por ello, ocasionales— de los Premios Oscar.<sup>4</sup> Quizá hoy algunos destacados cineastas italianos estén muy cómodos en su configuración cultural, pero demasiado lejos de Hollywood —a nivel geográfico, operativo, conceptual—. Ya no digamos que jamás se han aproximado siquiera al dominio tan absoluto, continuo e impactante que los *Three Amigos* ejercen al gestionar su agenda mediática, sus apariciones públicas y su presencia global. Irónicamente, sólo el *spaghetti western* —en realidad, el director Sergio Leone y el compositor Ennio Morricone— tuvieron una proyección que les permitía dialogar con (y desde) la industria cinematográfica estadounidense. Por otra parte, hay directores —sin importar su nacionalidad— que harían cualquier cosa por ganar *una sola* estatuilla de la US Academy Awards.<sup>5</sup>

Cuarón, Iñárritu y Del Toro no narran “exóticamente” la realidad de su país de origen. En lugar de ello se reinventan en cada nueva empresa cinematográfica sin añorar los logros precedentes. Las cinco películas reconocidas con el premio al mejor director se basan en

---

<sup>4</sup> Hasta el momento, Bernardo Bertolucci es el único italiano que ha obtenido el Premio Oscar como *mejor director* (*The last emperor*, 1988), junto con Frank Capra, quien se naturalizó estadounidense. Otros directores premiados por la US Academy Awards —siempre en la categoría de *mejor película en lengua no inglesa*— son Federico Fellini con *La strada* (1957), *Le notti di Cabiria* (1958), *8 ½* (1964) y *Amarcord* (1975). Vittorio de Sica nunca asistió a la premiación pero cuatro películas suyas ganaron el Oscar: *Sciuscià* (1948), *Ladri di biciclette* (1950), *Ieri, oggi e domani* (1965), *Il giardino dei Finzi Contini* (1972). Elio Petri recibió la estatuilla por *Indagine su un cittadino al di sopra di ogni sospetto* (1971). Paolo Sorrentino ganó con *La grande bellezza* (2014). La US Academy Awards otorgó además premios especiales para reconocer las trayectorias de Federico Fellini (1993, su quinta estatuilla), Michelangelo Antonioni (1995) y Lina Wertmüller (2020).

<sup>5</sup> El director francés Jean-Pierre Jeunet (*Delicatessen*, 1991; *La ciudad de los niños perdidos*, 1995; *Amélie*, 2001) acusó a *La forma del agua* de plagiar *las tres películas*. Guillermo del Toro y el compositor francés Alexander Desplat señalaron múltiples fuentes de inspiración, anteriores a las películas de Jeunet, y demostraron también procesos de creación originales en *La forma del agua*.

guiones originales coescritos por los directores mexicanos —a excepción de *El renacido*, basada en *The Revenant: A Novel of Revenge* (2002), obra del profesor y diputado estadounidense Michael Punke—. Más importante aún: las cinco películas de los *Three Amigos* —excepto *Roma*— se emplazan en contextos culturales rabiosamente estadounidenses:

*Gravedad* [Cuarón] | Dos astronautas de la NASA —la doctora Ryan Stone (Sandra Bullock) y el teniente Matt Kowalski (George Clooney)— quedan incomunicados en el espacio después de la destrucción de su estación espacial (en órbita, tiempo presente).

*Birdman o (la imprevisible virtud de la ignorancia)* [Iñárritu] | Riggan Thomson (Michael Keaton), un actor de Hollywood venido a menos, lucha por dejar atrás el papel de superhéroe que lo hizo famoso veinte años antes —Birdman— montando en Broadway la adaptación teatral de un cuento escrito por Raymond Carver (Nueva York, tiempo presente).

*El renacido* [Iñárritu] | El explorador Hugh Glass (Leonardo di Caprio) sobrevive el ataque de un oso y sigue la pista de John Fitzgerald (Tom Hardy), un antiguo confidente que lo traicionó (territorio de las actuales Dakotas, 1823).

*La forma del agua* [Del Toro] | Elisa Esposito (Sally Hawkins), afanadora muda que trabaja en un laboratorio militar durante la guerra fría, se enamora de un misterioso hombre anfibio (Doug Jones), torturado en ese laboratorio para evaluar su potencial como “arma” (Baltimore, 1962).

*Roma* [Cuarón] | Cleo Gutiérrez (Yalitza Aparicio), una empleada doméstica mixteca, trabaja para una familia de clase media en la colonia Roma de la Ciudad de México. Sofía (Marina de Tavira), la madre de esta familia, establece lazos emocionales con Cleo: ambas mujeres encarar problemas afectivos y familiares parecidos (Ciudad de México, 1970 y 1972).

Antes de dirigir estas películas tan personales, los tres directores mexicanos lidiaron con las expectativas de los grandes estudios, que no se caracterizan por su mecenazgo. En su segundo largometraje (*21 gramos*, 2003), Alejandro González Iñárritu prefirió pagar de su bolsa ocho meses de *scouting* con sus colaboradores cercanos para no comprometer su libertad creativa. El director había elegido la sureña Memphis como locación ideal para *21 gramos* porque “se parecía a México”. Una secuencia decisiva de la película necesitaba el contraste visual, anímico y narrativo de Memphis: el director pensó que el desierto connotaba la toma de conciencia de su protagonista, interpretado por Benicio del Toro. Debido a cuestiones de presupuesto, los directivos de la productora Focus Features intentó convencer a Iñárritu de que filmara en los pantanos de Tennessee. Iñárritu defendió la necesidad de conservar la locación en el desierto de Nuevo México para conservar la integridad artística del proyecto:

su firmeza le valió el respeto de la industria cinematográfica estadounidense (González Iñárritu, 2019).

El segundo largometraje de Guillermo del Toro fue *Mimic* (1997); esta incursión en el *mainstream* fue tan frustrante que el director casi no la menciona —pero cuando lo hace, comenta desde la amargura—. A partir de *Mimic*, Guillermo del Toro decidió no perder nunca más el control creativo de su obra. Por su parte, Alfonso Cuarón dirigió *La princesita* (*A little princess*, 1995) para Warner Bros; *Grandes esperanzas* (*Great expectations*, 1998) para 20th Century Fox; y la tercera entrega de las novelas de J. K. Rowling —*Harry Potter y el prisionero de Azkabán* (2004)— para Warner. Esta última producción fue un “curso intensivo” de efectos especiales para Cuarón: lo puso en contacto con la compañía británica Framestore, fundamental en la producción y postproducción de *Children of men* y *Gravedad*.

Los grandes estudios —con una distribución mundial, complejas producciones y la presión por generar ganancias económicas— son una fuente constante de conflictos y tensiones. *Children of men* —versión cinematográfica de la novela homónima de la autora británica P. D. James— es una película de ciencia ficción y suspenso ubicada en la hipotética Londres apocalíptica de 2027, pero también muestra desigualdades sociales y económicas presentes a inicios del siglo XXI. Alfonso Cuarón no concibió una visión futurista cobijada por la tecnología y el despliegue de nuevas máquinas, como es habitual en las películas de ciencia ficción. En lugar de eso, instaló la visión del “Tercer Mundo” *dentro* de una película destinada al mercado global. El director “llevó la Ciudad de México a Londres” y decidió “no

ver el futuro, sino reconocer el presente” (Cuarón, 2019). Para ello, el cineasta mexicano diseñó un régimen dictatorial con armas de alto poder utilizadas contra inmigrantes paupérrimos —sus gallinas y el ganado dentro de habitaciones miserables— que fueron su versión personal de una estética de choque. Cuarón convirtió *Children of men* en un discurso internacional a favor de la tolerancia, alertando ante prejuicios e injusticias y presentando la aceptación del “Otro Inmigrante” como un rechazo de las visiones conservadoras más totalitarias. Con *Children of men* (2006), Cuarón pudo estrenar su primera película global *de autor*.<sup>6</sup>

Alfonso Cuarón y su director de cinefotografía, Emmanuel Lubezki, elaboraron para *Children of men* un estilo cercano a los documentales de guerra: la *steadycam* resultó “demasiado pulida”, por lo que implementaron cámaras al hombro. Prefirieron una paleta gris y deslavada, así como planos generales para equilibrar la individualidad del protagonista ante la presencia opresiva del contexto (Cuarón, 2019). En el guion, cada uno de los tres actos culminaba con planos secuencia muy elaborados que mantenían la fluidez de la historia, reforzando la sensación de tiempo real y la verosimilitud vinculada al reportaje periodístico, con la contundencia de un sonido inmersivo hiperrealista —explosiones, ráfagas de ametralladora, detonaciones de todo tipo—. Cuarón y Lubezki incorporaron los imprevistos de la filmación en la búsqueda de una *verdad narrativa*: «No puedes cronometrar cada

---

<sup>6</sup> La versión DVD de la película incluyó un documental de media hora, *La posibilidad de la esperanza*, dirigido por Cuarón, con los temas centrales de las migraciones masivas, las desigualdades sociales contemporáneas, el sentido de pertenencia y las identidades humanas. Participaron el sociólogo esloveno Slavoj Žižek, la activista canadiense Naomi Klein, la socióloga neerlandesa Saskia Sassen, el científico británico James Lovelock, el geógrafo italiano Fabrizio Eva, el economista británico John Gray y el historiador búlgaro-francés Tzvetan Todorov.

pulgada de la acción, pero una vez que comienzas a rodar, todo recae en tu actor [el británico Clive Owen] porque las cosas van a salir mal, y la reacción del actor es la manera en que vas a encontrar ese momento de verdad. Hay demasiados elementos: explosiones, extras, dobles, tanques de guerra, así que algo se saldrá de control» (Cuarón, 2019).

Cuando los cronogramas se retrasaron ante la complejidad del proyecto, Universal Pictures presionó a Cuarón para que simplificara. El director estuvo a punto de abandonar los planos secuencia para recuperar tiempo, pero Lubezki le recordó que había prometido respetar la propuesta original. La amistad de Cuarón y Lubezki nació en el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos de la UNAM: los dos estudiantes admiraban el *cinéma vérité* y el efecto reforzado de realidad que sugiere la continuidad de los planos secuencia. Así que Cuarón le cumplió a su amigo. Framestore se encargó de “zurcir” digitalmente los planos secuencia aprovechando barridos de la cámara sabiamente diseminados en el *storyboard*. Quizá el más famoso de estos segmentos sea la emboscada y persecución armada de un automóvil en el bosque. La planeación de este larguísimo “plano secuencia digital” llevó dos meses y fue grabada en una semana: dura cuatro minutos y es el resultado de unir seis tomas filmadas en cuatro locaciones. Cuarón y su equipo diseñaron un automóvil con dos conductores a nivel de piso: el automóvil se desplazaba hacia adelante y “en reversa” sin que los dos conductores “reales” fueran visibles en pantalla. Cuarón y Lubezki inventaron un mecanismo deslizante en el techo del vehículo para filmar a los cinco actores con giros de cámara de 360 grados: todo esto es completamente imperceptible para los espectadores, quienes experimentan la ilusión de vivir una sola toma *siempre al interior del automóvil*. Por

otra parte, el plano secuencia al final del segundo acto representa el nacimiento de un bebé (animado con técnicas digitales por Framestore): dura tres minutos. Y el tercer plano secuencia, casi al final de la película es el más violento y espectacular: dura seis minutos y se emplaza en medio del fuego cruzado a un edificio habitacional bombardeado por artillería pesada. De esta manera, gracias a la amistad, el tesón y el talento de Alfonso Cuarón y Emmanuel Lubezki, los planos secuencia de *Children of men* son una referencia obligada de la cinematografía mundial.

El despliegue de innovaciones técnicas, una constante experimentación narrativa, la paciente construcción de redes profesionales de alto desempeño, así como la consolidación de un lenguaje cinematográfico global son características frecuentes en las últimas películas de Cuarón, Iñárritu y Del Toro. Aún así, no bastan para explicar el éxito de los tres directores mexicanos en los Premios Oscar.

## ACT II

### *How to Win Six Oscar Awards (in a Row)*

Las cinco producciones “Oscar” de los *Three Amigos* son narraciones espectaculares, visualmente arriesgadas, con propuestas atractivas que instauran nuevas vertientes cinematográficas. Jugando al filo del abismo, Iñárritu, Cuarón y Del Toro implementaron novedades que sugerían fracasos estrepitosos, pero en lugar de ello, las cinco películas recaudaron al menos cinco veces su costo de producción. Estos largometrajes son híbridos complejos y poderosos que siguen las convenciones “hollywoodenses” —por ejemplo: una estructura en tres actos con un “punto medio”, tal como aconseja el guionista californiano Syd Field— pero simultáneamente rompen “reglas” inamovibles del “cine de género”. Resulta notable la ambición estética evidente gracias a la resolución impecable de numerosos aspectos técnicos. Como resultado, las cinco películas dirigidas por los directores mexicanos fueron nominadas en las categorías más disputadas por los grandes estudios, pero *en cada ocasión* compitieron también en los rubros más “técnicos” de los Premios Oscar: cinefotografía, edición de sonido y sonido. Otras nominaciones recurrentes fueron diseño de producción (4 nominaciones), guion original (3) —siendo nominados como coescritores Cuarón, Iñárritu y Del Toro—, montaje (3), efectos especiales (2) y diseño de vestuario (2). Paradójicamente, las cinco películas “Oscar” se basan en el *star system* —excepto *Roma*— y aún así son exploraciones creativas argumentadas desde la creatividad y la experimentación:

*Gravedad* [Cuarón] | *Thriller psicológico, ciencia ficción* | Filmar los planos secuencia con gravedad cero implicó numerosos retos técnicos resueltos por medio de un sistema inédito de suspensión con cuerdas y poleas. La compañía británica Framestore invirtió tres años creando los efectos especiales, que ocupan 80 de los 91 minutos de la película. Después de que Alfonso Cuarón y su hijo Jonás terminaron de escribir el guion, fueron necesarios cuatro años y medio para terminar el largometraje.

*Birdman* [Iñárritu] | *Drama y comedia negra* | La narración genera un ritmo vertiginoso; sin embargo, la película está construida con pocos —y muy largos— planos secuencia. Alejandro González Iñárritu justificó su deseo de que la historia pareciera filmada con pocos cortes porque «vivimos nuestras vidas sin la posibilidad de editar». *Birdman* plantea la oposición irónica entre los *blockbusters* “comerciales” de Hollywood y el teatro “artístico” de Broadway. El jazzista mexicano Antonio Sánchez compuso la banda sonora de *Birdman* usando únicamente la batería para evocar atmósferas y secuencias; un recurso más cercano a las películas independientes o de “cine de arte” que al *mainstream*. Iñárritu buscó financiamiento para *Birdman* durante dos años; en este periodo reescribió continuamente el texto para reducir costos de producción, pero como resultado mejoró también la calidad de su historia. El nivel de precisión y el dominio técnico de Iñárritu sobre *Birdman* le permitió filmar *toda* la película en solo 19 días.

*El renacido* [Iñárritu] | *Drama épico de aventuras* | Emmanuel Lubezki usó la luz natural del invierno en locaciones remotas, lo que derivó en considerables tiempos de traslado para el equipo de filmación y los actores. En lugar de la programación prevista, fue necesario filmar durante varios meses adicionales debido a tomas complementarias. *El renacido* se realizó en doce locaciones de tres países: Canadá, Estados Unidos y Argentina.

*La forma del agua* [Del Toro] | *Romantic dark fantasy* | La fábula mágica realiza continuas referencias al cine clásico de Hollywood; en especial, musicales que consumen mucho tiempo de preparación, coreografía y puesta en escena. Por cuestiones de presupuesto, el impecable diseño de producción aseguró que la película fuera filmada en solamente 58 días de rodaje aprovechando los elementos escenográficos *de otra producción* en Toronto.

*Roma* [Cuarón] | *Drama íntimo familiar* | Filmada en blanco y negro, interpretada en castellano y en mixteco. El naturalismo de la película logra una sorprendente verosimilitud —por ejemplo, en la escena del nacimiento en una cama de hospital—. El mexicano Sergio Díaz —nominado al Oscar por el diseño de sonido de *Roma*— realizó un trabajo exhaustivo de recuperación de atmósferas sonoras en la Ciudad de México durante 22 meses, para plasmarlo después con la tecnología envolvente Dolby Atmos (Díaz, 2018). *Roma* se basa en la recuperación y recreación de elementos de época: sonidos, objetos, colores, marcas comerciales, publicidad,

lenguaje gráfico. Quizá gracias a esa “recreación emocional”, *Roma* fue especialmente nostálgica para los públicos mexicanos de mediana edad.

¿Cómo acapararon estos tres cineastas mexicanos *cinco* Premios Oscar al *mejor director*? Los *Three Amigos* son fuente de prestigio para sus colaboradores. Luego de seis nominaciones, Leonardo di Caprio al fin recibió un Oscar —por *El renacido*— de la mano de su director mexicano, Alejandro González Iñárritu. Catorce actrices y actores han obtenido nominaciones a los Premios Oscar gracias a su colaboración con los directores mexicanos.<sup>7</sup> El cinefotógrafo mexicano Emmanuel Chivo Lubezki ganó tres Premios Oscar consecutivos trabajando con Cuarón e Iñárritu: ningún otro cinefotógrafo de ninguna nacionalidad lo ha logrado —Lubezki suma hasta el momento ocho nominaciones a los US Academy Awards—. Otros ocho creadores también ganaron una estatuilla colaborando con los *Three Amigos*.<sup>8</sup> En 2018 Fox Searchlight sumó 20 nominaciones al Oscar, más que ningún otro estudio: *La forma del agua* representó dos tercios de esas nominaciones. Con cinco películas, los tres directores mexicanos sumaron un impresionante total de 52 nominaciones al US Academy Awards [Tabla 2].

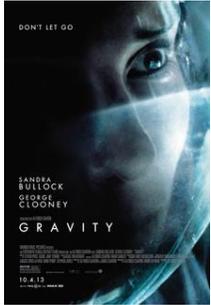
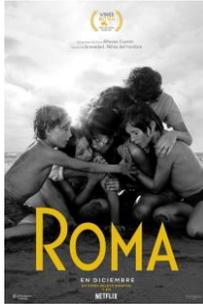
---

<sup>7</sup> La actriz británica Naomi Watts y el actor puertorriqueño Benicio del Toro (*21 gramos*); las actrices Adriana Barraza —mexicana— y Rinko Kikuchi —primera actriz japonesa en ser nominada al Oscar en 50 años— (*Babel*); Sandra Bullock (*Gravedad*); Michael Keaton, Emma Stone y Edward Norton (*Birdman*); el actor inglés Tom Hardy (*El renacido*); la actriz británica Sally Hawkins, Octavia Spencer y Richard Jenkins (*La forma del agua*); las mexicanas Marina de Tavira y Yalitza Aparicio, nominadas por sus papeles en *Roma*.

<sup>8</sup> *Babel* significó el Oscar para el compositor argentino Gustavo Santaolalla. *El laberinto del fauno* trajo Premios Oscar al mexicano Guillermo Navarro (cinefotografía), la española Pilar Revuelta y el mexicano Eugenio Caballero (dirección de arte), así como los españoles David Martí y Monste Ribé (maquillaje). Dos compositores, el británico Steven Price (*Gravedad*) y el francés Alexander Desplat (*La forma del agua*), ganaron el Oscar por la mejor partitura original.

**Tabla 2. Nominaciones y Premios Oscar 2014-2019**

Las categorías ganadas tienen fondo de color.

				
<b>Gravedad</b>	<b>Birdman</b>	<b>El renacido</b>	<b>La forma del agua</b>	<b>Roma</b>
PREMIOS OSCAR 2014	PREMIOS OSCAR 2015	PREMIOS OSCAR 2016	PREMIOS OSCAR 2018	PREMIOS OSCAR 2019
<b>Mejor Director</b> Alfonso Cuarón	<b>Mejor Director</b> Alejandro G. Iñárritu	<b>Mejor Director</b> Alejandro G. Iñárritu	<b>Mejor Director</b> Guillermo Del Toro	<b>Mejor Director</b> Alfonso Cuarón
<b>Mejor Película del Año</b>	<b>Mejor Película del Año</b>	<b>Mejor Película del Año</b>	<b>Mejor Película del Año</b>	<b>Mejor Película del Año</b>
<b>Actriz Protagonista</b> Sandra Bullock	<b>Actor Protagonista</b> Michael Keaton	<b>Actor Protagonista</b> Leonardo di Caprio	<b>Actriz Protagonista</b> Sally Hawkins	<b>Actriz Protagonista</b> Yalitza Aparicio
	<b>Actriz en Papel Secundario</b> Emma Stone	<b>Actor en Papel Secundario</b> Tom Hardy	<b>Actriz en Papel Secundario</b> Octavia Spencer	<b>Actriz en Papel Secundario</b> Marina de Tavira
<b>Cinefotografía</b> Emmanuel Lubezky	<b>Cinefotografía</b> Emmanuel Lubezky	<b>Cinefotografía</b> Emmanuel Lubezky	<b>Cinefotografía</b> Lars Laustsen	<b>Cinefotografía</b> Alfonso Cuarón
	<b>Guion Original</b> Alejandro G. Iñárritu Nicolás Giacobone Alexander Dinelaris Armando Bo		<b>Guion Original</b> Guillermo Del Toro Vanessa Taylor	<b>Guion Original</b> Alfonso Cuarón
<b>Música (Partitura Original)</b> Steven Price			<b>Música (Partitura Original)</b> Alexandre Desplat	
<b>Diseño de Producción</b> Andy Nicholson Rosie Goodwin Joanne Woollard		<b>Diseño de Producción</b> Jack Fisk Hamish Purdy	<b>Diseño de Producción</b> Paul D. Austeberry Shane Vieau Jeffrey A. Melvin	<b>Diseño de Producción</b> Eugenio Caballero Pilar Revuelta
<b>Edición</b> Alfonso Cuarón Mark Sanger		<b>Diseño de Vestuario</b> Jacqueline West	<b>Diseño de Vestuario</b> Luis Sequeira	
<b>Efectos Visuales</b> Tim Webber Chris Lawrence David Shrik Neil Corbould		<b>Edición</b> Stephen Mirrione	<b>Edición</b> Sidney Wolinsky	
<b>Edición de Sonido</b> Glenn Freemantle	<b>Edición de Sonido</b> Aaron Glascock Martín Hernández	<b>Efectos Visuales</b> Richard McBride Matt Shumway Jason Smith Cameron Wildbauer	<b>Edición de Sonido</b> Nathan Robitaille Nelson Ferreira	<b>Edición de Sonido</b> Sergio Díaz Skip Lievsay
<b>Sonido</b> Skip Lievsay Niev Adiri Christopher Benstead Chris Munro	<b>Sonido</b> Jon Taylor Frank A. Montaño Thomas Varga	<b>Sonido</b> Jon Taylor Frank A. Montaño Randy Thom Chris Duysterdiek	<b>Sonido</b> Christian T. Cooke Glenn Gauthier Brad Zoern	<b>Sonido</b> Skip Lievsay Craig Henighan José Antonio García
<b>Maquillaje y Peinados</b> Sian Grigg Duncan Jarman Robert. A. Pandin		<b>Maquillaje y Peinados</b> Sian Grigg Duncan Jarman Robert. A. Pandin		
<b>7 Premios</b> <b>10 Nominaciones</b> <b>Película más Nominada</b> con <i>American Hustle</i>	<b>4 Premios</b> <b>9 Nominaciones</b> <b>Película más Nominada</b> con <i>Grand Hotel Budapest</i>	<b>3 Premios</b> <b>12 Nominaciones</b> <b>Película más Nominada</b>	<b>4 Premios</b> <b>13 Nominaciones</b> <b>Película más Nominada</b>	<b>3 Premios</b> <b>10 Nominaciones</b> <b>Película más Nominada</b> con <i>The Favorite</i>

En cada ocasión, estas cinco películas fueron las más nominadas al Premio Oscar y siempre compitieron por el premio a la *mejor película* en la categoría principal: *Birdman* y *La forma del agua* obtuvieron ese reconocimiento. *La forma del agua* recibió 13 nominaciones; *El renacido* tuvo 12 nominaciones; *Gravedad* fue nominada en diez categorías y ganó siete; las otras películas dirigidas por los *Three Amigos* obtuvieron tres o cuatro premios cada una. Alfonso Cuarón fue el primer mexicano en obtener un Oscar como director: actualmente tiene cinco Premios Oscar: el premio a la *mejor película internacional* (*Roma*); dos premios como director, otro como editor, uno más como cinefotógrafo.<sup>9</sup> También Alejandro González Iñárritu suma cinco Premios Oscar: dos como director, otro como coescritor de un guion original, otro más por la *mejor película* en la categoría principal (*Birdman*), así como un premio especial otorgado en 2018 por la instalación multimedia *Carne y arena*, cuya narración se basaba en las vivencias de emigrantes ilegales y refugiados. Hasta el momento, Del Toro, Iñárritu y Cuarón son los únicos cineastas latinoamericanos que han recibido el Premio Oscar como directores.

---

<sup>9</sup> Hay polémica. Cuarón había trabajado con Emmanuel Lubezki en sus largometrajes anteriores; el *Chivo* declinó participar en *Roma* debido a otros compromisos asumidos. Cuarón eligió entonces como apoyo técnico a Galo Olivares, un profesional con trayectoria poco reconocida; aparece en los créditos de *Roma* como “operador de cámara” (una función instrumental) y “colaborador cinematográfico”: categoría ambigua que ningún cineasta había usado. La prensa internacional notó un cambio en las decisiones de fotografía de *Roma*; algunos críticos —como Fernando Sánchez y el sitio web “FayerWayer”— supusieron que el crédito no era solamente de Alfonso Cuarón. Los logros de la cinefotografía están entre los más celebrados de *Roma*, con características similares a los cortometrajes previos de Galo Olivares: composición sobre los ejes *x* y *z* con bloqueos perpendiculares a la cámara; trazo de actores con base en ejes ortogonales sin movimientos diagonales; trayectorias pausadas de la cámara, ubicada en tripiés en interiores en lugar de desplazarse por el espacio; iluminación suave. A la polémica se añade la ausencia de Galo Olivares en los eventos internacionales más importantes. Entonces, la discusión es si Cuarón asumió a título personal logros que no eran solamente suyos. Esta postura está formulada en el trabajo de Valdés y Herrera (2019).

Cuarón, Iñárrit y Del Toro son famosos por respetar los presupuestos debido a que se formaron en una industria que no admite dispendios ni errores de cálculo. Antes de filmar su primer largometraje, Alejandro González Iñárritu trabajó en la Ciudad de México en el ámbito de la publicidad: durante diez años dirigió comerciales que el director concebía como “ejercicios de estilo” de su propia formación cinematográfica. En el año 2000, *Amores perros* costó 2.4 millones de dólares: una película de *bajo presupuesto* según los parámetros hollywoodenses, pero definitivamente una producción estratosférica en México. Iñárritu aplicó en este primer largometraje suyo una actitud de “economía de los medios” que aprendió durante tres años de clases de teatro con Ludwig Margules; en parte para reducir costos, Iñárritu participó, él mismo, en la edición de *Amores perros* durante todo un año (González Iñárritu, 2019). La estética, el tratamiento temático y los logros cinematográficos de ese largometraje fueron tan radicales que cambiaron la manera de concebir y realizar películas en México. Fuera del país, el lenguaje y la estructura narrativa de *Amores perros* —sin orden cronológico tradicional, con tres líneas argumentales cruzadas— le abrieron las puertas a Iñárritu al mercado global de distribución y exhibición.

Los *Three Amigos* también suelen ser una mina de oro. *Gravedad* es el mayor ingreso económico en las carreras de Sandra Bullock y George Clooney, después de *Speed* (Bullock) y *Ocean's Eleven* (Clooney). *Pacific Rim* (2013) —la película más cara de Guillermo del Toro— costó 180 millones de dólares estadounidenses (mdd) pero Warner recaudó 470 mdd sumando todos los formatos. *Birdman* costó 17 millones de dólares pero parece una película cuatro veces más cara: sus ingresos multiplicaron seis veces la inversión original para obtener

100 mdd. *El laberinto del fauno* costó 19 millones de dólares pero generó 83 mdd. *Hellboy II: the Golden Army* (2008) —otra película muy querida por Del Toro— costó 72 millones de dólares pero ingresó en taquilla 160 mdd, sin contar las regalías por DVD ni las ventas de Blu-ray. *La forma del agua* costó 19.3 millones de dólares —una inversión increíblemente baja para sus logros en pantalla— y Fox ha recibido *diez veces* su inversión original: 195 mdd. Universal Pictures había rechazado *La forma del agua*, pero Fox Searchlight le ofreció a Guillermo del Toro 20 millones de dólares si el director la filmaba a color, o 17 mdd si se empeñaba en su idea inicial (rodar en blanco y negro). Entre los *Three Amigos*, quizá Alfonso Cuarón sea quien ha ejercido más presupuestos holgados: *Gravedad* probablemente costó 100 millones de dólares, pero generó 723mdd; *Harry Potter y el prisionero de Azkabán* costó 130 millones de dólares, pero recaudó 796 mdd.

Por otra parte, a los miembros del US Academy Awards les encantan los directores que estiran cada dólar haciendo lucir en pantalla los recursos asignados. En Los Ángeles el presupuesto estándar de una película de estudio se ubica alrededor de los 60 millones de dólares; Iñárritu y Del Toro crean *blockbusters* con menos de 20 mdd: así sucedió con *La forma del agua*, *Birdman*, *21 gramos* y *El laberinto del fauno*. *Babel* costó solamente 25 millones de dólares a pesar de que se filmó en Canadá, Estados Unidos, Japón, México y Marruecos. Alfonso Cuarón, además de dirigir sus películas, editó *Gravedad* y fue cinefotógrafo principal de *Roma*: esta última película costó solamente 15 millones de dólares. La espectacularidad de *Roma* está subsidiada por la capacidad de los creadores mexicanos

para realizar productos de alto nivel con presupuestos notablemente más bajos que en Estados Unidos.

*Roma* recrea la atmósfera de 1970 con una devoción absoluta por los detalles: desde los primeros planos de posters, revistas y objetos cotidianos, hasta los amplios planos generales y *travellings* tan largos como calles enteras: el mexicano Eugenio Caballero —ganador del Oscar por *El laberinto del fauno* y nominado por su trabajo en *Roma*— reconstruyó Insurgentes Sur en otra zona de la Ciudad de México (Caballero, 2019). El director de arte menciona que fue imposible filmar en el cruce de Insurgentes y Baja California debido a las transformaciones urbanas y la desaparición del Cine Las Américas, sitio icónico de *Roma*. Caballero utilizó entonces un terreno en Vallejo para reproducir —fachada por fachada— las marquesinas, los anuncios de neón, las vitrinas, portones y materiales particulares de cada edificio, junto con las banquetas de concreto y el asfalto simulando la Avenida de los Insurgentes. Este *set* midió 250 metros y tenía 6 metros de altura para que la cámara captara la planta baja y el primer piso de las construcciones. En algunos segmentos el *set* también fue tridimensional: las actrices y actores aumentaban el realismo cinematográfico al ingresar en esos espacios en espectaculares planos secuencia. La profundidad de campo en el cruce con Baja California fue resuelta gracias a técnicas digitales. Se usaron 300 vehículos de época ubicándolos en diferentes locaciones según el poder adquisitivo de los barrios, desde la colonia Roma hasta Neza. Otros vehículos fueron reconstruidos, como los transportes de los granaderos y un tranvía. La casa usada como locación en Narvarte estaba a punto de ser demolida (hoy en su lugar hay un edificio habitacional). Eugenio Caballero y su equipo

derribaron algunos muros divisorios y modificaron la casa: así alojaron la iluminación y permitieron amplios desplazamientos de cámara. Gracias a sus recorridos a pie por las colonias Roma y Condesa (así como un extenso archivo fotográfico), Caballero reconstruyó los acabados de época, incluidas las baldosas del piso con agua de la famosa secuencia de créditos de *Roma* (Caballero, 2019).

Una paradoja de la industria cinematográfica —y de las sociedades de consumo contemporáneas— es que Netflix, para promover la candidatura de *Roma* a los Premios Oscar, invirtió más que el costo de producción de la película. La proveedora de servicios *streaming* es hermética respecto a su operación interna, pero *The New York Times* estima que Netflix gastó 20 millones de dólares en candidatear la película ante la US Academy Awards (Guevara, 2019); *Forbes* eleva esa cantidad hasta 30 mdd (Chmielewski, 2019): el *doble* del costo de *Roma*. Las campañas de promoción —*Oscar campaigns*— son eventos sociales para asegurarse de que la *gente correcta* vea la película; estos eventos suelen ser muy atractivos y se dirigen a los miembros de la industria —en especial, votantes de la US Academy Awards—. Las *Oscar campaigns* son patrocinadas en su totalidad por los estudios, las productoras y las distribuidoras de la película. Según Kyle Buchanan del *New York Times*, la campaña de *Roma* fue la más ambiciosa de 2019: «Hollywood está completamente cubierta de avisos con la cara de Yalitza Aparicio. Hay eventos de *Roma* prácticamente a toda hora y muchas figuras de la industria recibieron un libro de 175 dólares acerca de la película» (en Guevara, 2019). Nicole Laporte, agente de mercadeo, aseguró: «No hay duda de que *Roma*

tiene la campaña más cara desde *The social network*, quienes parece que gastaron 25 millones de dólares» (en Guevara, 2019).

El investigador argentino Santiago Battezzati ubica a *Roma* en el centro una disputa simbólica: la película es polémica porque discute el valor asignado a un nuevo producto cultural. Netflix —su tecnología, su modelo de negocios y su capital— le permiten desafiar a las grandes exhibidoras para llevar las películas directamente a los consumidores: así *Roma* se convirtió en un producto cinematográfico muy llamativo, transmitido por la plataforma *streaming*. La intensa promoción de la película fue doblemente provechosa: se programó en pocas salas para asegurar su participación en los Premios Oscar, pero este hecho implicó que la película que causaba sensación podía verse casi exclusivamente en Netflix. Steven Spielberg, miembro del Board of Governors de la US Academy Awards, se opuso frontalmente a la premiación de *Roma* argumentando que «para la televisión existen los Premios Emmy». Se trató entonces de una cuestión del prestigio asignado al cine en contraposición con los productos televisivos. Con *Roma* «Netflix quería demostrar que era capaz de llevar a cabo una superproducción que pudiera competir y ganar los premios más importantes del cine occidental, y que podía garantizar su distribución entre las personas que quisieran verla, aunque no vivieran en grandes ciudades» (Battezzati, 2020). En 2019, Netflix finalmente accedió a las nominaciones (y a los Premios Oscar) gracias a *Roma*: triunfo aún más impresionante porque este largometraje es un *arthouse film* filmado en blanco y negro, producido en México, hablado en castellano, sin presencia del *star system*. *Roma* fue la primera película mexicana y la primera película en castellano en competir como *mejor*

*película* en la categoría principal de los Premios Oscar. También es la segunda *película internacional* con más nominaciones al Oscar (10) y es la quinta producción nominada simultáneamente como *mejor película* en la categoría principal y como *película internacional*.

En 2020, un año después de los éxitos obtenidos por *Roma* en los Premios Oscar, Netflix apostó por los ingredientes “tradicionales” del éxito con Martin Scorsese dirigiendo a la consagrada tripleta de actores Robert de Niro | Al Pacino | Joe Pesci, acudiendo una vez más al seguro y redituable género de gánsters. *The Irishman* contó con un exorbitante presupuesto de producción de al menos 159 millones de dólares: diez veces más que *Roma*. Sin embargo, *The Irishman* fue la gran perdedora de los Premios Oscar en 2020, sumando diez nominaciones —incluida la cinefotografía del mexicano Rodrigo Prieto— pero sin ninguna estatuilla. Quizá algunas personas suspiraron aliviadas: Netflix —y las otras plataformas *streaming*— quizá no habían ganado tanto terreno aún, y el prestigio del cine —junto con el negocio de las salas cinematográficas— duraría un poco más. Sin embargo, *Roma* implicó que Alfonso Cuarón recibiera el quinto Premio Oscar de los *Three Amigos* —casi al hilo— como *mejor director*. En conjunto, los cinco años del “reinado mexicano” en los Premios Oscar son un reconocimiento sin precedentes de la US Academy Awards a las contribuciones cinematográficas de estos tres directores mexicanos, disruptivos simultáneamente en aspectos insospechados.

Un aspecto disruptivo de Iñárritu, Del Toro y Cuarón es la creatividad de su filmografía, incluso ante las coordenadas particulares del “cine hollywoodense”. Sin embargo, quizá sea aún más sorprendente la manera en que los tres directores han vinculado su “cinematografía Oscar” a contextos culturales mexicanos.

### ACT III

#### *Because I'm Mexican*

Para explicar su éxito, los *Three Amigos* argumentan una racionalización sutil y atractiva de *mexicanidad*. Los tres directores presentan sus largometrajes como consecuencia lógica, casi inevitable, de la riqueza cultural de su país de origen. Según este modelo, la inmersión cultural en numerosas propuestas artísticas —heterogéneas, distintas, a veces contrapuestas— entrenaría a los creadores mexicanos a tener una actitud abierta ante el mundo, inspirándolos a elaborar palimpsestos de símbolos y actitudes.

*Roma* —viaje autobiográfico de Alfonso Cuarón— quizá atrae a los espectadores no-mexicanos por su énfasis en los afectos, la amistad y la nostalgia; complejidades evocadas desde la devoción de los lazos familiares (mexicanos) y catalizadas por actitudes femeninas solidarias ante la adversidad. Por otra parte, los académicos Deleyto y Azcona notan influencias mexicanas en *21 gramos* —producción dirigida por Iñárritu—; película cargada de *excesos emocionales*: «La familiaridad y proximidad de la muerte, la impactante violencia y la insistencia sostenida en representar experiencias intensas no son marcas de originalidad de Iñárritu, sino más bien constituyen un síntoma de sus orígenes culturales» (en Shaw, 2013, 114). La académica británica Dolores Tierney argumenta que Iñárritu deconstruye paradigmas hegemónicos occidentales porque su recreación cinematográfica de Memphis deriva de una sensibilidad *tercermundista*: «*21 gramos* subvierte la representación binaria del

Primer Mundo/Tercer Mundo presentando una parte de los Estados Unidos en la misma manera en que los Estados Unidos presenta al Tercer Mundo. Vemos violencia, caos, deterioro en la Ciudad de México mediante las mismas estrategias representacionales que Iñárritu implementa para mostrar a Memphis» (en Shaw, 2013, 114).

Los *Three Amigos* afirman a la menor oportunidad que su creatividad se finca en un modo particular y distintivo de *ser en el mundo*: son mexicanos. El director más llamativo en sus planteamientos es Guillermo del Toro. En 2018, después de la premiación de los Golden Globes, el cineasta tapatío afirmó: «Un vocabulario visual es igual que un vocabulario de palabras. [...] Si tu cultura te ofrece pintura, escultura, arquitectura, cultura popular, jazz, ilustración, cómics, entonces respiras lenguajes que puedes articular cuando diseñas, en lugar de repetir lo que otros hicieron antes» (Del Toro, 2018e). De manera sistemática, Guillermo del Toro presenta la *mexicanidad* como un modo de ser civilizado, multicultural, incluyente, refinado, original, cosmopolita y, a final de cuentas, productivo.

La directora estadounidense de cine Susannah McCoullough (2018) realiza un excelente análisis de *La forma del agua* identificando fuentes muy heterogéneas: el cine mudo, las series televisivas estadounidenses de la década de 1960, referencias bíblicas, jazz. Y especialmente musicales *clásicos*. Afirma Guillermo del Toro: «Yo quería filmar [*La forma del agua*] como si fuera un musical, para que la cámara fuera tan fluida como el agua. La cámara se desplaza continuamente. No hay una sola toma estática en toda la película. *Dollys*, grúas, a veces *steadycams* [están presentes] para que sientas que, si te toparas con un

personaje, quizá se pondría a cantar» (Del Toro en O’Falt, 2018). Esta concepción cinematográfica tan precisa consume tiempo y debe considerarse en la preproducción: «Del Toro, en este punto de su carrera, es como Spielberg o Scorsese porque sabe cuándo y dónde capturar la emoción basándose en los movimientos de cámara» (O’Falt, 2018).

En sus apariciones mediáticas, Guillermo del Toro enfatiza la creatividad de sus diseños y efectos visuales, argumentando que son consecuencia de su *mexicanidad*. El director dedicó diez años a aprender maquillaje, animación y efectos especiales: fundó su propia empresa, Necropia. El *ingenio mexicano* para resolver problemas con pocos recursos es una virtud destacada del cineasta tapatío: «Hacíamos [todo] eficientemente con muy poco dinero. Y esa disciplina se queda contigo: tú la planeas, tú conoces tu técnica. Yo aprendí los efectos [especiales] de las películas clásicas [hollywoodenses]. Yo no conozco solamente las nuevas técnicas: domino también las antiguas» (en O’Falt, 2018).

Guillermo del Toro es un experto en reciclar piezas, objetos, apliques, utilería, escenografías, materiales, conceptos de iluminación. El director mexicano trabaja con los mismos colaboradores en múltiples proyectos; a menudo invierte una semana en probar un elemento para reutilizarlo después en otra producción. Del Toro trabajó meticulosamente durante dos años para detallar el diseño visual de *La forma del agua*, así que la producción necesitó solamente ocho semanas para plasmar el mundo material propuesto por esta *fantasy blockbuster*. El equipo de producción también aprovechó que Guillermo del Toro estaba terminando de dirigir en Toronto *The strain*: una serie televisiva de terror, ciencia ficción y

drama, producida por FX, basada en tres novelas coescritas por el director tapatío. Guillermo del Toro empalmó el final de la cuarta y última temporada de *The strain* con la filmación de *La forma del agua*: un proyecto que había ocupado una década de su creatividad. Paul Austerberry, diseñador de producción de *La forma del agua* —ganador del Oscar por este trabajo— comentó: «Era un presupuesto muy castigado, pero fue muy inteligente contar con oficinas gratuitas y escenografías gratis. Tuve un enorme catálogo de elementos provenientes de *The strain* que iban a ser destruidos, así que pude escarbar en todo tipo de cosas» (en O’Falt, 2018). Con su ahorro y su creatividad “a la mexicana”, Guillermo del Toro mejoró la logística de producción, multiplicando los recursos económicos disponibles

Filmar en el agua es caro, especialmente dentro de un *set*. Para la secuencia inicial de *La toma del agua* —un *flashforward* en que la cámara flota a través del departamento inundado de Elisa—, Guillermo del Toro utilizó una vieja técnica de filmación llamada *dry-for-wet*: es más barata porque no utiliza agua. En lugar de inundar el *set*, las actrices, actores, sus vestuarios y los objetos se suspenden en el espacio usando cables —como si flotaran en el agua—. Una atmósfera de vapores, en combinación con iluminación cáustica, crean un efecto “acuático”. Grandes ventiladores y una fotografía en cámara lenta simulan la sensación de objetos que se deslizan en el agua (O’Falt, 2018). Del Toro había diseñado una escena importantísima: el baño de Elisa se inunda y ella tiene relaciones sexuales con el Hombre Anfibio. La presencia del agua era imprescindible por sus implicaciones simbólicas: la *forma del agua* implica la fluidez del amor. Un baño inundado hasta el techo era una metáfora cinematográfica muy sensual: una poderosa hipérbole. Los cuerpos de los actores debían

moverse como en una danza en este *set* inundado: «Eso no se puede fingir con cables. Ésa fue la única cosa cara que nos permitimos pagar» (Del Toro en O’Falt, 2018). Así que el último día de filmación, Guillermo del Toro y su equipo inundaron el *set*, filmaron la escena del baño inundado de Elisa, festejaron, y dieron por terminado el acuerdo con Cinespace Studios de Toronto (contrato pagado por FX para la filmación de *The strain*). Otras cuatro locaciones importantes de *La forma del agua* fueron ubicadas al poniente de la ciudad canadiense reduciendo costos. En una industria basada en el exceso y el desperdicio —habituada en convertir en basura presupuestos enormes después de usarlos brevemente— la actitud *mexicana* del reciclaje es un punto más a favor de la ética profesional del director tapatío.

Guillermo del Toro convierte sus desventajas profesionales —contar con presupuestos de *solamente* 20 millones de dólares— en su firma de autor. Gracias a un fabuloso conjunto de mundos paralelos, el laboratorio de *La forma del agua* —aséptico, científico, frío y verde— contrasta con las habitaciones cálidas, marrones, antiguas y acogedoras de Elisa (Sally Hawkins) y Giles, su amigo de la puerta de enfrente (Richard Jenkins): significativamente ambos personajes viven en pequeños departamentos encima de un viejo y enorme cine. *La forma del agua* tiene pocos exteriores: la mayor parte de la película fue filmada con una profundidad de campo corta, típica de los *sets* televisivos. Y sin embargo, el diseño visual es impactante por su fantasía claustrofóbica y sus reminiscencias de *escenografía teatral*. En los exteriores impacta la arquitectura brutalista de la década de 1960 —locaciones de Toronto que evocan un hipotético Baltimore—. Destacan los nexos con Terry Gilliam (*Brazil*, 1985) al imaginar una sociedad disfuncional futurista proveniente del género de ciencia ficción. *La*

*forma del agua* se emplaza en un ¿futuro? peligrosamente cercano y distópico. En este universo diegético, ¿de qué manera Guillermo del Toro podría convencernos de que su película se relaciona con la *mexicanidad*?

En 2018, durante la citada conferencia de prensa de los Golden Globes, una periodista china le preguntó a Guillermo del Toro cómo podía imaginar todos esos universos pletóricos de monstruos, terror y la oscuridad más siniestra de los seres humanos, siendo Del Toro una persona tan alegre y cariñosa. *El Gordo* respondió: “Porque soy mexicano”, desatando las risas del auditorio. Y explicó: “Nadie ama más la vida que nosotros [los mexicanos] porque estamos conscientes de nuestra muerte” (Del Toro, 2018d). En 1950, Octavio Paz publicó un libro fundamental para la construcción de la identidad mexicana: también el poeta identificaba este nexo de los mexicanos. Sin embargo, las reiteraciones optimistas de Guillermo del Toro parecen sugerir que, quizá por primera vez en su historia, los mexicanos comienzan a salir de su insondable *laberinto de soledad*.

El director mexicano realizó para *The New York Times* la “anatomía de una escena” de *La forma del agua*. Cómodo en su faceta de *star* multinacional, afirmó: «La película se basa en la unión de lo ordinario y lo extraordinario, que es una vocación muy mexicana. Es la historia de una mujer que se enamora del dios que vive en un río. ¿Y dónde lo esconde? En su bañera» (Del Toro, 2018a).

Guillermo del Toro se identifica con “la otredad” que implica ser mexicano. En *La forma del agua* el verdadero monstruo es un macho alfa violento y prepotente: el coronel Strickland interpretado por Michael Shannon. Guillermo del Toro convenció a Shannon de aceptar el papel al mencionar que Strickland habría sido el héroe de la película si se hubiera filmado en la década de 1950. Y de hecho, *La creatura de la laguna negra* (*Creature from the Black Lagoon*, dirigida por Jack Arnold en 1954) es la inspiración central de *La forma del agua*. La película de Arnold culmina con el acribillamiento de la creatura. Significativamente Julie Adams es la única actriz del reparto. Su inclusión en *La creatura de la laguna negra* implica un personaje femenino que es una “científica”: sin embargo, aún hoy son famosas las escenas subacuáticas en traje de baño. Al principio de *la Pitufina* se añade el odioso recurso de la “damisela en apuros” que autoriza el aniquilamiento del “monstruo”: la narración pretende que sea justo meterle seis escopetazos a un ser que vivía tranquilamente en el Amazonas hasta que una expedición “civilizada” invadió su espacio vital. Habla muy bien de Julie Adams que sintiera pena y compasión por la creatura asesinada a pesar de que el guion en realidad buscaba mover la empatía en otras direcciones.

En una divertida entrevista con Jimmy Kimmel (de la poderosa televisora estadounidense ABC), Guillermo del Toro afirmó que tenía seis años cuando vio por primera vez *La creatura de la laguna negra*: al insinuarse un romance entre el ser anfibio y la chica, el niño Guillermo pensó que «todo iba a terminar bien» (en McCoullough, 2018). Pero el asesinato del “monstruo” implicaba la exterminación de El Otro —extraño, diferente y por lo tanto “necesariamente” dañino para el *establishment*—: un panfleto. Guillermo del Toro no

solamente subvierte el papel tradicional del “héroe de acción” —“blanco”, anglófono, agresivo, individualista— sino que lo ubica en la peor de las pesadillas posibles: un universo simbólico dominado por la guerra fría, el espionaje, la represión estructural de las individualidades por medio de obsesivas versiones de intolerancia —racial, política, sexual, cultural—. Las atmósferas opresivas de *La forma del agua* se inspiran en el *macartismo* con todo su odio hacia las minorías afroamericanas, las mujeres empoderadas, los homosexuales fuera del clóset y, en general, todas aquellas personas que se atreven a ser “distintas” y, por lo tanto, “peligrosas”. Con *La forma del agua*, Guillermo del Toro no solamente evita presentarse como “mexicano exótico”, sino que plantea una crítica refinada al conservadurismo estadounidense durante el apogeo de la presidencia Trump.

En sus películas Guillermo del Toro ha alertado ante los desastres ocasionados por el modo “viril” de *ser en el mundo*, típico de los “héroes de acción”: las protagonistas del director mexicano son infinitamente más interesantes que sus personajes masculinos. En *La forma del agua*, el coronel Richard Strickland vive descolocado, pero no es un adversario hueco o plano o caricaturesco. Ese personaje no tiene una sola línea de desperdicio: cada vez que abre la boca es para insultar, socavar, humillar o agredir a alguien más —principalmente mujeres—. Es un militar siniestro, complicado, inteligente y sagaz; obsesivo, cuidadoso, perseverante, intrínsecamente motivado. Un antagonista incómodamente verosímil... y *familiar* en el contexto de las sociedades patriarcales de nuestro tiempo. Con su pragmatismo implacable y su retorcido sentido del humor, Strickland sería tan carismático como otros personajes sociópatas —cínicos y postmodernos— como el doctor Gregory House de Hugh Laurie o

Tony Soprano interpretado por James Gandolfini. Sin embargo, Guillermo del Toro emplaza simultáneamente su narración desde muchas perspectivas inusuales. Una metáfora poderosa de *La forma del agua* es que los servicios secretos soviéticos y estadounidenses se refieran al Hombre Anfibio como *the asset*: ambos bandos son la misma idéntica cosa. Bajo este beligerante punto de vista, el “Otro Diferente” es solamente un recurso material, un instrumento que puede (y debe) ser utilizado como arma, incluso aniquilándolo ante el riesgo de que caiga en poder del “enemigo”. Así son los excesos del totalitarismo masculino. En contraposición Guillermo del Toro ofrece una heroína activa y resiliente, cuya sensibilidad encarna la redención social a través de valores tradicionalmente femeninos: empatía, fraternidad, colaboración. El director mexicano declaró en la conferencia de prensa de los Golden Globes en Los Ángeles:

«Tienes que estar consciente de no contar la historia equivocada. En muchas versiones de *La bella y la bestia* hay un momento de *síndrome de Estocolmo* en que la bella es raptada por esta figura [masculina] y desarrolla una relación con él; entonces la bestia tiene que transformarse en el príncipe más aburrido para lograr la relación. *La forma del agua* evita ambas cosas: el personaje femenino es el motor de cambio de cada simple acción que sucede en la película, y la bestia sigue siendo la bestia. Yo no creo que el amor sea cambiar a la persona, sino entender a la persona. [...] *La forma del agua* está contada en un modo legítimo, hermoso, fuerte y cinematográfico. Esto es muy importante para mí,

así como lo es para cualquiera que vive como “el Otro” en una sociedad» (Del Toro, 2018e).

La elección de la actriz principal de *La forma del agua* rechaza conocidos estereotipos cinematográficos. En una entrevista para el semanario *Variety*, Guillermo del Toro declaró que quería contar con una protagonista que no fuera «la princesa perfecta, sino alguien con quien te puedes relacionar. También quería que la protagonista fuera hermosa, pero de una manera única y poderosa. No una modelo. No Hollywood. Que tú pudieras enamorarte de ella en lugar de simplemente admirarla» (en McCoullough, 2018).

En 2014, Guillermo del Toro invitó a Sally Hawkins a participar en *La forma del agua* durante una premiación a la que asistieron los *Three Amigos*. La anécdota cambia ligeramente, pero ésta es la esencia. Guillermo del Toro se convirtió en fanático de las actuaciones de Sally Hawkins al ver *Happy-Go-Lucky* (Mike Leigh, 2008), comedia en que Hawkins interpreta a una maestra de primaria optimista y poco convencional; desde entonces Del Toro visualizó *La forma del agua* con la actriz británica en el papel protagónico. En 2014 Iñárritu y Cuarón invitaron a Guillermo del Toro a asistir a la ceremonia de premiación de los Golden Globes; *El Gordo* les dijo que no pensaba asistir, pero decidió sorprender a sus compadres. En vista de su constitución física, no se le «suben las copas» fácilmente —afirma él—, así que comenzó a beber temprano para estar en sintonía con amigos (pero esa noche ni Cuarón ni Iñárritu bebieron una copa). Alfonso Cuarón ganó el Golden Globe por la dirección de *Gravedad*; Sally Hawkins fue nominada por su papel en *Blue Jasmine*, película

de Woody Allen. Ya entonado, Guillermo del Toro se presentó en la fiesta de Beverly Hills sin avisarle a nadie. Se cruzó en un pasillo con Sally Hawkins, a quien no conocía personalmente y la alzó en brazos en lugar de saludarla. «Yo te conozco», le dijo el director. «Estoy escribiendo la película perfecta para ti. Aparece un Hombre Pez... y te enamoras». Sally Hawkins aceptó el papel.

Según algunas personas, la intérprete inglesa no destaca por su belleza, sino por su vitalidad y fuerza; el crítico Jorge Ayala Blanco la define como una *actriz límite*: «Es extrema, siempre está al borde de la alucinación, al mismo tiempo que parece un personaje muy cotidiano. Casi en el límite de la ruptura entre la realidad y la irrealidad, la normalidad y la anormalidad». Del Toro opinó que en *Happy-Go-Lucky* «tenía esa alegría a prueba de todo, sin ser cursi; una mujer fuerte y subversiva». Y el crítico Leonardo García Tsao destacó la creación sutil de Hawkins en *La forma del agua*: «Expresa las cualidades de Elisa: su soledad, la ensoñación de los musicales, una rebeldía y una subversión al sistema; es un personaje con muchos recursos, muy complejo, que ella expresa muy bien; no es una belleza —hubiera sido muy fácil poner a una afanadora guapa— pero tiene un encanto especial» (en Reyes, 2018).

En *La forma del agua*, Guillermo del Toro nos hace saber muy pronto que no nos contará una fábula evasiva: la *princesa muda* no es una verdadera princesa. La rutina diaria de Elisa comienza al limpiar sus zapatos; luego se prepara el huevo que desayunará y, mientras el huevo se cuece, ella se masturba. El primer desnudo de la película aparece al minuto 4: en su primera aparición, ya sabemos que la protagonista de esta historia tiene un cuerpo y tiene una

sexualidad —a diferencia de las heroínas edulcoradas de otras versiones de *La bella y la bestia*—. La primera cita amorosa de Elisa con el Hombre Anfibio es un *picnic* en un laboratorio infame, pero ella lo seduce con jazz... y huevos cocidos. Los desnudos de Sally Hawkins establecen que *La forma del agua* no promueve una sexualidad reprimida (o escondida o sublimada) para las mujeres. La historia de amor pasa por (y requiere de) la consumación sexual. También por eso es una película diferente a sus predecesoras. Guillermo del Toro está muy consciente del valor de estas decisiones: las ha explicado en diversas apariciones mediáticas.

*La forma del agua* funciona gracias a personajes “insignificantes” —aplastados y rechazados, desplazados, prisioneros o ignorados, ultrajados y rotos por una visión homogeneizante, dogmática y excluyente: la protagonista humilde, muda y tierna (Elisa-Sally Hawkins); otra afanadora, afroamericana, infelizmente casada con un hombre que no la respeta (Zelda-Octavia Spencer); el artista homosexual, ex alcohólico, que nunca se queda con el empleo que necesita (Giles-Richard Jenkins) y, por supuesto, el Hombre Anfibio (Doug Jones): un *Otro Diferente* percibido como monstruo, pero que es en realidad una fuerza capaz de curar y dar vida. *La forma del agua* está narrada desde una sensibilidad mexicana: es la contrapropuesta cultural del sur, más inclusiva y colaboradora que rechaza la asimetría del poder. Solidaridad, cooperación y amistad son valores importantes en esta película, de la misma manera que son conceptos centrales en muchas comunidades mexicanas.

Guillermo del Toro es programáticamente solidario. *Cronos* —primer largometraje de Guillermo del Toro— costó dos millones de dólares: en 1993 fue la película más cara de la historia del cine mexicano. IMCINE (el Instituto Mexicano de Cinematografía) rechazó el siguiente proyecto de Del Toro —*El espinazo del diablo*— ante los previsibles costos de producción. Guillermo del Toro se asoció entonces con la productora El Deseo de los hermanos Almodóvar: la guerra civil española sustituyó a la Revolución Mexicana como contexto de su segundo largometraje en castellano. Del Toro también filmó en España *El laberinto del fauno*: ganó nueve premios Goya y al presentarse en Cannes recibió un aplauso de 22 minutos. *Pacific Rim* costó *cien veces más* que *Cronos*: Guillermo del Toro quizá pudo olvidarse de México gracias a sus logros internacionales y los gigantescos recursos a su disposición. En lugar de eso, el director nacido en Guadalajara mantiene vínculos constantes y productivos con los cineastas mexicanos, impulsando las carreras de jóvenes creadores desde la posición privilegiada que lo ha afianzado en el mercado global.

Guillermo del Toro frecuentemente usa las entrevistas y las redes sociales para promover el trabajo de sus colegas; por ejemplo, la película *Ya no estoy aquí* del director mexicano Fernando Frías de la Parra (2019), recomendada por Del Toro en la revista especializada “IndieWire”. También *Canoa: memoria de un hecho vergonzoso* (Felipe Cazals, 1976). Y la película danesa *Otra ronda*: el director tapatío quedó tan emocionado al verla que se sumó a la *Oscar campaign* de la cinta, organizando un panel con el director Thomas Vinterberg y el actor Mads Mikkelsen. Finalmente *Otra ronda* ganó el Oscar como *película internacional* en 2021. Seguramente Guillermo del Toro fue muy feliz con esta decisión.

*Cross-cutting*

**“Mexicanidad cosmopolita”**

El internacionalista César Villanueva ha dedicado tres décadas de su carrera a estudiar la imagen de México en el mundo. Una aportación suya es la conceptualización de 18 taxonomías posibles de *imagen país*. La *imagen país* es «el estudio de percepciones y creencias sobre un Estado y sus ciudadanos a partir de la representación simbólica de sus alteridades en el mundo globalizado» (Villanueva, 2021).

<b>Exótico</b> Degradado	<b>Moderno</b> Emergente	<b>Amigo</b> Cosmopolita
<b>Intervencionista</b> Colonizador	<b>Neutral</b> Independiente	<b>Aliado</b> Cooperante
<b>Enemigo</b> Bárbara	<b>Dependiente</b> Marginal	<b>Rival</b> Adversario menor

**Tabla 3. Tipologías de imagen país**

Elaboración propia de la propuesta de César Villanueva

En la versión gráfica de su taxonomía, Villanueva se basa en dos dimensiones que definen la *imagen país*. Por una parte, el eje vertical ubica la seguridad colaboración en un país: si figura en la parte superior del diagrama, se trata de un Estado amistoso, mientras que la parte inferior del diagrama ubica la amenaza potencial de un país. En complemento, el eje horizontal califica la inestabilidad percibida de un país (a la izquierda de la tabla) o su solidez (a la derecha). Justo en el centro del diagrama se instala la neutralidad (o independencia). Cada categoría tiene dos subclasificaciones (mayor y menor). La mejor coordenada posible se encuentra arriba a la derecha del esquema, simbolizada con verde, indicando a los países percibidos como *amigos* o *cosmopolitas*—. La columna izquierda se identifica mayormente con los países frágiles y sus tensiones estructurales internas. La peor categorización posible está abajo a la izquierda —destacada con rojo—: países *enemigos* —inestables, impredecibles, beligerantes— o incluso países *bárbaros*, sin siquiera un marco institucional que sistematice sus agresiones [Tabla 3].

Según esta brújula conceptual, es deseable permanecer en la franja superior de la gráfica porque allí se ubica a los países percibidos como colaboradores. Los países *emergentes* están menos consolidados que los países *amigos* o *cosmopolitas*, pero cuentan con la promesa de su vigor económico, demográfico, tecnológico, de bienestar social; quizá se conviertan en potencias medias [geopolíticas] en un futuro cercano. La tipología más débil en el rango colaborativo se ubica arriba a la izquierda de la franja superior: países *exóticos*, percibidos como naciones colaborativas pero vulnerables: a su favor cuentan con el atractivo una

personalidad distintiva y propia. Otro punto favorable es que los países *exóticos* son reconocibles y originales en el contexto homogeneizante de la globalidad.

Los países *cosmopolitas*, además de la fortaleza de su aparato estatal, también destacan por valores culturales añadidos: están abiertos al mundo; son multilaterales, maduros y confiables, con instituciones sólidas, pluriculturales, respetados por desarrollar visiones colaborativas. Los países *cosmopolitas* son diplomáticos, promotores de la paz, políglotas —en el sentido lingüístico pero también semiótico: son intérpretes de signos, lenguajes y culturas—. Los países *cosmopolitas* cuentan con la estabilidad interna y el prestigio externo que les permiten fungir como negociadores experimentados para mediar en los conflictos de otras naciones. Los países *cosmopolitas* son reconocidos como líderes culturales gracias a la autoridad de sus logros internos y su capacidad para convocar voluntades en el contexto internacional.

El Estado mexicano se ubicó reiteradamente en la categoría de país *cosmopolita* durante amplios periodos del siglo XX. Casos destacados hay muchos; aquí sólo sintetizo algunas acciones exitosas de política exterior y diplomacia cultural. México fue país fundador de la UNESCO: el mexicano Jaime Torres Bodet fue director general de este organismo internacional. En la agenda inicial de la UNESCO prevalecían preocupaciones europeas acerca de la reconstrucción posterior a la segunda guerra mundial. Gracias a México se incluyeron también la promoción de una educación para la paz, la necesidad de crear mecanismos para proteger el patrimonio cultural de las naciones, así como lucha contra el

analfabetismo como estrategias centrales de la UNESCO.<sup>10</sup> Fue México —y no España— quien propuso y lideró la propuesta para que el castellano adquiriera el rango de lengua oficial de la Organización de las Naciones Unidas.<sup>11</sup> A mediados del siglo XX, el castellano era considerado una lengua periférica; hoy es un idioma global y México es el primer país hispanohablante del mundo: los mexicanos son la cuarta parte de las personas que utilizan el castellano actualmente. Considerando el número de hablantes nativos, el castellano es la segunda lengua del mundo —sólo detrás del mandarín—. Por el número total de hablantes, el castellano es el cuarto idioma mundial —detrás del mandarín, el inglés y el indostánico—. El castellano es lengua oficial en 22 países y es hablado por más de 530 millones de personas. Hay que añadirle a esta cifra los 30 millones de brasileños que utilizan el castellano como segunda o tercera lengua.

---

<sup>10</sup> En 1945, durante la conferencia que funda la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Jaime Torres Bodet, representante del gobierno mexicano ante la Organización, incorporó preocupaciones diferentes a los países devastados por la guerra, pero sin tasas importantes de analfabetismo: «Me di cuenta de que mis palabras parecían un tanto heréticas a varios delegados europeos. Pero desde la tribuna en que me encontraba, podía ver también los rostros de algunos representantes asiáticos y latinoamericanos. Y comprendí al contemplarlos que —aunque fuera en parte— estaba interpretando lo que esos representantes pensaban. Animado por su adhesión, continué con mayor vehemencia. Para algunos delegados aquí presentes [...] podrá parecer anacrónico que existan pueblos en los que [...] millones de jóvenes y adultos no posean siquiera el dominio del alfabeto. [Salvo los delegados franceses] los representantes de las comunidades “adelantadas” empezaron a mirarme con reserva y con extrañeza. Por lo visto la lucha contra el analfabetismo no figuraba en los pliegos de instrucciones que habían recibido de sus mandantes. Reconstruir era su propósito primordial, aunque millones de hombres y de mujeres tuviesen que aguardar décadas y centurias para empezar a construir lo que no tenían» (en Sanz y Tejada, 2016, 85).

<sup>11</sup> Durante la quinta conferencia general de la UNESCO, celebrada en Florencia en 1950, Antonio Castro Leal impulsó la adopción del castellano como tercera lengua oficial de trabajo de la Organización, junto al francés y el inglés: «Teniendo en cuenta que 14 de los Estados miembros que han ratificado la Convención por la que se creaba la UNESCO son naciones de habla española, que hablan el español cerca de 150 millones de seres humanos, a los que les será muy conveniente informar sobre la obra de la UNESCO, el Comité de Reglamento decidió, por mayoría de votos, adoptar la propuesta de la delegación de México, a pesar de las vacilaciones originadas por las incidencias técnicas y presupuestarias que entraña el proyecto» (en Sanz y Tejada, 2016, 194).

Otras acciones ejemplifican la decisión gubernamental para emplazar a México en el marco de visiones culturales valiosas y progresistas. En 1964, el Estado mexicano implementó una ambiciosa política cultural sin precedentes en América Latina con la inauguración de seis museos en la capital del país; por primera vez, el Museo Nacional de Antropología exhibió piezas arqueológicas como si fueran obras de arte —un espectacular constructo museístico— ubicándose en ese momento en la vanguardia curatorial. En la inauguración del Museo Nacional de Antropología, el entonces director de la National Gallery de Londres, sir Philip Hendry, declaró: «En museografía, México aventaja ahora a Estados Unidos quizá en una generación, y al Reino Unido, quizá en un siglo» (en Rosas y Schmilchuk, 2010, 145-147).

El Tratado de Tlatelolco (1967) comprometió a los países de América Latina y el Caribe a utilizar la energía nuclear en beneficio de la humanidad, al mismo tiempo que promovió un desarme nuclear mundial. Debido al impacto internacional del Tratado de Tlatelolco, en 1982 se otorgó el Premio Nobel de la Paz a su promotor, el mexicano Alfonso García Robles. México lideró un cambio internacional de percepción para rechazar la propuesta del gobierno español *Descubrimiento de América*, promoviendo en su lugar la *Conmemoración del Encuentro de Dos Mundos*.<sup>12</sup> Hoy México es el país americano con mayor número de sitios

---

<sup>12</sup> En 1987 Miguel León-Portilla fue designado delegado permanente de México ante la UNESCO. León-Portilla acuñó el término *encuentro* como sustituto a la palabra *descubrimiento*: España planteaba en ese momento *celebrar* los 500 años de este acontecimiento. Miguel León-Portilla sostuvo que la palabra *encuentro* implica relaciones de muy diferentes tipos: «desde una relación amorosa hasta un choque de 10 rounds. *Celebrar* implicaba festejar una agresión a las culturas indígenas; *conmemorar* es traer a la memoria, analizar y explicar en profundidad. La conmemoración convocaba a los pueblos de otras partes del mundo, desde los países africanos hasta los asiáticos, ya que la historia de América también está conformada por ellos». Después de una labor intensa, el

inscritos en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO, con un total de 34. Desgraciadamente la voluntad política del Estado mexicano —así como la claridad y contundencia en los objetivos planteados— se han desdibujado durante las últimas tres décadas.

El asesor británico Simon Anholt —creador de los conceptos de *identidad competitiva* y *marca país*— realizó entre 2010 y 2012 un diagnóstico de la imagen externa de México por medio de una metodología propia:

«Desarrollé la noción de *identidad competitiva* a partir de una idea mía denominada *marca país (nation brand)* y que propuse por primera vez en 1998, bajo el argumento de que la reputación de los países, las ciudades y las regiones es tan determinante para su avance y prosperidad como lo es la imagen de la marca de un producto para una empresa. Una imagen nacional poderosa y positiva hace que sea relativamente económico y sencillo atraer inmigrantes, turistas, inversionistas, talentos y cobertura positiva de los medios, así como exportar productos, servicios, ideas y cultura. Una imagen débil o negativa por lo general significa tener que invertir más para lograr menos» (Anholt, 2012).

Invitado por el gobierno mexicano a mejorar la visibilidad internacional del país, Anholt definió que la *identidad competitiva* era un proceso que México podía implementar para diseñar y construir los sistemas, las estructuras y estrategias necesarias para proyectar al mundo un flujo constante y uniforme de *evidencias palpables*, dignas de la reputación que desea obtener. Sobre todo, esa “evidencia palpable” necesita mostrar que México no sólo es exitoso o atractivo, sino también *relevante* y *útil* para las necesidades, aspiraciones, deseos y valores de mucha gente en otros países. «Lo que construye una reputación nacional es la realización de cosas extraordinarias, de un nivel de importancia tal, que represente una diferencia significativa para las vidas de las personas en el país y en el extranjero» (Anholt, 2012, 111-112).

El experto británico se basó en cuestionarios aplicados en 50 países a más de 30 mil personas cada trimestre: sus sondeos incluyeron más de cincuenta preguntas que medían las percepciones en cuanto a cultura, personas, gobierno, productos y servicios, sistemas educativos, políticas, hazañas deportivas, competencia tecnológica y paisaje, entre otras. Los resultados eran decepcionantes porque evidenciaban un desconocimiento profundo de México entre los habitantes «comunes y corrientes» de los países ubicados fuera de las Américas: «al parecer, las personas que no viven en el continente americano simplemente no saben qué tipo de país es México» (Anholt, 2012, 118). La violencia plasmada en los medios era un factor a considerar, pero Anholt identificaba un problema estructural más serio: el «silencio relativo» de México en el concierto internacional a partir de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte: «Lo que realmente impacta es que México ha

demostrado ser altamente vulnerable a este tipo de efectos negativos a corto plazo, no sólo en la situación actual, sino en otras ocasiones del pasado; es como si México tuviera poco crédito en el banco de reputación de la imaginación popular mundial y a la primera señal de problemas se asumiera instantáneamente lo peor» (Anholt, 2012, 116). El estereotipo de México lo condenaba de antemano en la mente de muchas personas, a diferencia de otros países similares:

«Un gran número de personas se ha percatado de que Brasil también sufre a menudo de episodios violentos, pero éstos nunca parecen captar la misma atención de los medios internacionales como lo hacen cuando tienen lugar en México. La razón es, probablemente, que no han conformado un estereotipo. Brasil es muy afortunado al tener una imagen brillante y muy positiva, y aun cuando la violencia y el crimen forman una pequeña parte de esa imagen, no predominan en ella como comienza a ocurrir en México» (Anholt, 2012, 116).

La percepción de la mayoría de los ciudadanos de un país dado no es la realidad: por eso Anholt era optimista respecto al caso mexicano. «En el largo plazo, el pronóstico [acerca de mejorar la imagen externa de México] es extremadamente bueno por la simple razón de que hay, claramente, una brecha gigantesca entre la realidad y la percepción. No creo que jamás haya visto una brecha tan grande. Sin ánimo de parecer injusto o exagerado, afirmo que México merece una reputación mucho mejor a la que actualmente tiene» (Anholt, 2012, 120). El asesor británico explicaba la desmesurada diferencia entre percepción y realidad debido al

comercio superficial y esporádico de México más allá del hemisferio americano. También —quizá— la gran desgracia de México es que sea menospreciado por un vecino que resulta tener *la voz más potente del planeta*:

«Con frecuencia, lo poco que se conoce de México ha sido provisto al resto del mundo por los Estados Unidos de América, vía sus cadenas de comida rápida, películas de Hollywood, dibujos animados, *shows* de televisión y otros artefactos de cultura popular. Visto por medio del prisma reductor de la cultura popular estadounidense, todo lo que los europeos y los asiáticos pueden conocer acerca de México es la pálida caricatura de un territorio tropical violento, corrupto, levemente pintoresco, pero en esencia subdesarrollado, de ninguna importancia económica, humana, cultural o política en particular. [...] La fortaleza y la robustez de la imagen de Brasil [...] podría deberse en parte al retrato mucho más positivo que los medios estadounidenses han hecho de él. Estados Unidos nunca ha visto a Brasil como un rival ni como una amenaza, sino más bien como una arena pintoresca y distante, y así lo ha catalogado» (Anholt, 2012, 124).

Por primera vez en la historia, los *Three Amigos* se han convertido en un conjunto de voces mexicanas resonando dentro de ese aparato formidable de comunicación que son la cinematografía, la prensa, la televisión, las revistas y otras manifestaciones culturales estadounidenses. Los directores mexicanos no solamente luchan contra los estereotipos *a*

*ambos lados de la frontera*, sino que ofrecen además relatos convincentes a favor de la cooperación, la colaboración y el entendimiento de muchas personas en cualquier lugar del mundo. Así lo han propuesto durante 25 años, aunque la platea estentórea de los Premios Oscar lo haya hecho evidente apenas en los últimos años. Quizá Cuarón, Iñárritu y Del Toro sean los activos más destacados de un poder suave “a la mexicana”.

El *poder suave* es la atracción ejercida por la cultura de un país (los aspectos atractivos para los ciudadanos de otros países), los valores políticos (cuando el Estado respeta esos ideales en su propio territorio y en el extranjero) y su política exterior (cuando es considerada legítima y poseedora de autoridad moral) (Nye, 2016, 36). El *poder suave* no depende del *poder duro*: la Unión Soviética tuvo un ejército entrenado y poderoso, pero ni su cultura ni su gobierno interno ni sus políticas exteriores resultaron atractivas para la mayor parte de los habitantes del mundo, en especial después de la construcción del muro de Berlín, la guerra fría y la Primavera de Praga. Si bien Nye relaciona el *poder suave* con relaciones simplistas de causa y efecto para lograr que otros países hagan la voluntad de los Estados Unidos, al mismo autor le parecen útiles y fascinantes las versiones de poder suave en naciones como Noruega (con su visión pacificadora internacional) o Canadá (gracias a una legitimidad moral ciudadana ganada durante décadas).

El poder suave es ubicuo y no depende exclusivamente de los gobiernos nacionales; hay organizaciones no gubernamentales con incidencia en la etérea y mutable percepción de las personas en diversos países. El poder suave tampoco es permanente; se trata de un valor

dinámico y subjetivo. Para Nye, el poder inteligente de las naciones no es ni duro ni suave: es duro y es suave. Y los Estados Unidos son el mejor ejemplo de poder suave porque contrasta con la innegable supremacía de su poder duro. La “americanización” del mundo global y el poder suave estadounidense van entrelazados:

«Varias características de Estados Unidos lo convierten en centro de globalización. Estados Unidos ha sido siempre una tierra de inmigración, y su cultura y sociedad multiétnicas reflejan muchas partes diferentes del mundo. Estados Unidos se ha nutrido libremente de una serie de tradiciones y la inmigración la mantiene abierta al resto del mundo. Esto convierte a Estados Unidos en un laboratorio de experimentación cultural donde se recombinan y se exportan diferentes tradiciones. Además, debido al tamaño de su economía, Estados Unidos es hoy el mayor mercado para poner a prueba las posibilidades de una película, una canción o un juego para atraer audiencias grandes y diversas. Las ideas y los productos entran libremente a Estados Unidos y salen con igual facilidad, a menudo de manera comercial. Para los asiáticos, la pizza es americana» (Nye, 2016, 66-67).

En opinión de César Villanueva —editor de la primera traducción al castellano del libro de Joseph Nye— México debería desarrollar su propia vertiente de poder suave a partir de la riqueza cultural del país: «Hay potencial suficiente para ir en el camino de una visión de *post-poder suave*, más enlazada con la cooperación internacional y el cosmopolitismo, que apueste

por la construcción de una estrategia a nuestra medida, que nos presente como líderes globales en temas culturales, de seguridad multidimensional, y de turismo e inversión innovadores, todas a partir de acciones legítimas y variables» (en Nye, 2016, 17). En este contexto, la agenda independiente construida por los *Three Amigos* constituye una presencia cultural impensable hace apenas una década.

Con un método basado en el análisis de *big data*, en 2016 César Villanueva presentó el reporte *La imagen de México en el mundo 2006-2015* analizando más de un millón de piezas informativas: notas periodísticas, opiniones de expertos, tuits, búsquedas de Google y otras fuentes. Ese análisis encontró que el 31% de la información ubicaba a México como país *dependiente y marginal* —en vías de desarrollo, con desigualdades socioeconómicas y violaciones a las libertades individuales que, desde esa construcción percibida, igualaban a México con China o Irán—. En contraste, otro 27% de las percepciones mostraba a México como líder de las economías *emergentes*. Villanueva señalaba que una sorpresa decisiva en su investigación fue que, tras una década de guerra contra el narcotráfico, la percepción de México como un lugar bárbaro y lleno de violencia no se había impuesto, aunque comenzaba a manifestarse con claridad. El “tercer México” —un país *exótico*— dominaba el 14% de las percepciones. El investigador señalaba que, pesar de la relativa inocencia de los estereotipos, estos terminan perjudicando al país. La mayoría de los personajes culturales más buscados en Google entre 2005 y 2016 se asociaban con figuras estereotipadas: el Chavo del Ocho, Vicente Fernández o Luis Miguel: «Estas tendencias no permiten que se conozca la otra cara cultural y moderna del país» (Villanueva en Dabdoub, 2016). La categoría de *exótico* es una

representación social que concentra atributos de otredad vinculados culturalmente a la periferia, fuera de los valores que gobiernan una sociedad. El “ser exótico”, en palabras de Edward Said, implica un “orientalismo” en que las culturas lejanas, no europeas, fueron vistas como infantiles, sensuales, infantiles, mágicas, irracionales y, hasta cierto punto, predispuestas al tutelaje externo. Rasgos o estereotipos “exóticos” asociados a México son Speedy González, ciertas interpretaciones de la vida y la obra de Frida Kahlo, los “aztecas” o El Santo (Enmascarado de Plata). Estas imágenes forman parte de un discurso exotizante con el que se reconoce a México en el exterior (Villanueva, 2021).

Una revisión de este estudio presenta en 2021 la síntesis preliminar de la percepción internacional de México durante el sexenio de Enrique Peña Nieto (2012-2018). Los resultados vertidos desde los *big data* fuera del país se mantuvieron más o menos igual. Sin embargo, la *imagen cultural* —la dimensión más favorable de todas durante ese sexenio— despuntó en tres imaginarios: *cosmopolita*, *emergente* y *exótico*. Casi durante el mismo periodo (2014-2019), las cinco “películas mexicanas” de los *Three Amigos* acapararon la atención mundial —como si los directores se hubieran puesto de acuerdo para rotarse al momento de recibir los Premios Oscar—. En realidad, son seis “películas mexicanas” si consideramos también a *Coco* de Pixar (codirigida por Lee Unkrich y Adrián Molina). Pixar invirtió seis años para realizar *Coco*, realizando constantes visitas a México para garantizar una versión adecuada y respetuosa de las tradiciones presentadas en la película. Todos los intérpretes fueron mexicanos (algunos de ellos viviendo en Los Ángeles y otros al sur de la frontera). La película se estrenó en noviembre de 2017, el Día de Gracias en los Estados

Unidos, y en Día de Muertos en México. Fue un éxito de taquilla en sitios impensados: China, Japón y Corea del Sur; también en el Reino Unido, Francia, España, Italia y muchos otros países. En mi opinión, este largometraje fue el evento cultural más importante a escala global para México en 2017.

En el estudio preliminar de César Villanueva y su equipo, hay dos eventos destacadísimos en los *big data* relacionados con la imagen favorable de México: la participación mediática de los *Three Amigos* y las repercusiones de *Coco*. El “sexenio Oscar” de los *Three Amigos* ubica reiteradamente a México como suelo fértil de valores muy apreciados: libertad intelectual, diversidad cultural, colaboraciones profesionales de alto nivel, apertura hacia lo diferente, sofisticación narrativa, creatividad. Con su intensa participación mediática, los tres directores mexicanos sugieren un nuevo tipo de *mexicanidad*. El modo en que estos mexicanos cosmopolitas se comportan —aceptando con orgullo que son mexicanos: sin arrogancia, pero también sin complejos— y la manera en que los tres directores colaboran —entre ellos y con muchos otros— son grandes valores añadidos. Esta visión cosmopolita acepta como propias las múltiples opciones culturales de la era global. Quizá el cine, con sus poderosas sugerencias, nos acerca a lo que parecía imposible.

Hace una década, el diplomático Edgardo Bermejo destacaba la presencia de la diáspora cultural mexicana y su importancia para proyectar imaginarios en el exterior. Esa *otra migración mexicana* es «una comunidad dispersa por el mundo, domiciliada en el barrio sin fronteras que es la aldea global, que mantiene vínculos importantes con México y reconocen

en su *mexicanidad* (elusiva, explícita o incluso reticente, retórica y crítica) un referente de identidad de gran relevancia para nuestro país» (2012, 131). En opinión de Bermejo, esa diáspora sería esencial para crear un proyecto de *reinención de lo mexicano*, con «la construcción de una nueva narrativa para explicarnos como país en conjunción —que no en oposición— con lo extranjero; conciliado con la idea de *lo otro* como el reverso de *nosotros mismos*» (Bermejo, 2012, 143). Aquel texto profético seguía la trayectoria de 60 creadores mexicanos con presencia global: cantantes de ópera, artistas plásticos, novelistas, museógrafos, gestores culturales, bailarines de ballet. Y cineastas, entre los cuales destacaban Alejandro González Iñárritu, Alfonso Cuarón y Guillermo del Toro.

La *mexicanidad cosmopolita* de los *Three Amigos* presenta al menos cuatro elementos programáticos sin precedentes: la autonomía y constancia de sus intervenciones mediáticas; la actuación de estos directores como “embajadores culturales” de México —pero también de los Estados Unidos—; así como la articulación de un discurso a favor de la migración, asumiéndose ellos mismos, como *inmigrantes*.

### ***1. Autonomía operativa e intelectual***

Iñárritu, Del Toro y Cuarón decidieron *por su propia iniciativa* convertirse en embajadores de la cultura mexicana —muy especialmente en Estados Unidos—. Este plan tan ambicioso coloca sus logros personales al servicio de una estrategia más amplia de comunicación en beneficio de su país de origen. La agenda autónoma e independiente —“no cooptada” por el

gobierno, no patrocinada por ninguna institución, aunque ciertamente motivada y condicionada desde su deseo de ubicarse como directores de nivel global— implica una credibilidad diferente a la que se concede a los funcionarios de gobierno o los agentes de mercadotecnia corporativa. Los resultados son impresionantes a la luz de la visibilidad internacional, la independencia de criterio, el impacto global de los largometrajes y el reconocimiento profesional alcanzado por estos tres cineastas.

Anholt subraya: «Fanfarronear acerca de los activos o atractivos de un país no logra nada y hacerlo desde el gobierno es un desperdicio imperdonable del dinero de los contribuyentes. Si México desea alcanzar el éxito en este mundo globalizado debe ser admirado, y si desea ser reconocido, tiene que realizar una contribución verdaderamente destacada y sostenida a la sociedad, al planeta y a la comunidad de naciones» (Anholt, 2012, 112). Las contribuciones de los tres directores mexicanos —promovidas desde la autoridad moral de su independencia de criterio, pero también potenciadas por la fascinación, espectacularidad y carisma de sus películas— son *evidencias palpables* de la cultura, la creatividad y la diversidad mexicanas. Los *Three Amigos* han tomado por asalto *la voz más potente del planeta* para expresar desde allí sus posturas.

## *2. Embajadores culturales mexicanos*

En el diagnóstico realizado por Anholt en 2012, la valoración externa más negativa de México no correspondió a lejanos habitantes de tierras ubicadas en el otro lado del planeta, sino irónicamente a nuestros vecinos de América del Norte:

«Las opiniones de estadounidenses y canadienses [...] respecto a México son en mi opinión profundamente impactantes. Esperaba encontrar la condescendencia habitual y tal vez el racismo superficial de los países más ricos y desarrollados hacia los Estados más pobres, menos estables, menos desarrollados o más débiles que les circundan —especialmente cuando están acostumbrados a ver a esos Estados como destinos vacacionales o fuentes de mano de obra barata—, pero no estaba preparado para verlos clasificar a México entre los parias del planeta. No esperaba ver lo que sólo se puede describir como un desprecio de parte de estas dos poblaciones que están íntimamente ligadas a México por antiguos lazos de reciprocidad económica, social, cultural y política» (Anholt, 2012, 118-119).

Quizá los mexicanos nos sorprendamos un poco menos que el experto británico (aunque tampoco nos guste). Al evaluar esta percepción tan decepcionante, Simon Anholt pensaba que era una misión imposible contrarrestar en el corto plazo dicha visión:

«Cada vez estoy más convencido de que cualquier intento por ganar el respeto o el aprecio del común de estadounidenses o canadienses es una tarea tan titánica como virtualmente fútil en el corto plazo. México debe continuar atesorando, protegiendo y usando su mejor entendimiento con las élites comerciales y políticas de esos países; debe seguir comerciando de manera rentable con sus vecinos norteamericanos para el beneficio continuo de los tres países; sin embargo, la idea de revertir la opinión pública del norte no es una propuesta realista en el corto plazo. La importante minoría de estadounidenses y canadienses que conocen y aman a México, y que de ninguna forma comparten las opiniones negativas [...] ciertamente necesitarán alguna garantía para continuar siendo buenos amigos de México y seguir visitando el país, disfrutando de su cultura e invirtiendo en sus negocios y propiedades. Por tanto, es vital que los organismos gubernamentales pertinentes en México traten de identificarlos y hacer todo lo posible para mantenerse cerca de ellos, aunque la mayoría, por el momento, se encuentra lejos de ser persuadido: se trata de un prejuicio en su forma más arraigada, profunda y desagradable» (Anholt, 2012, 119-120).

Por ello resulta valiosa la labor de Iñárritu, Cuarón y Del Toro al promover una imagen favorable de la cultura y las artes mexicanas desde la posición de prestigio que ellos pueden asumir. La presencia mediática de los *Three Amigos* ayuda a percibir a México como un país productivo, complejo, valioso y lleno de vigor: una versión diferente al estereotipo que

demasiados ciudadanos norteamericanos tienen en mente. Por ejemplo: Alfonso Cuarón fue ubicado por la revista “Time” entre las 100 figuras más destacadas de la vida pública mundial, colocándolo en la séptima posición de la categoría de *pioneros*, y ubicándolo entre los cinco latinoamericanos más influyentes. “Time” también celebra la originalidad de sus películas debido a «la creación de nuevos mundos y la presentación de nuevos personajes».

Según el crítico de cine Zack Sharp, «Guillermo del Toro se ha convertido en uno de los directores más queridos de la actualidad, con una carrera definida por su visión como director y también por las películas que ama» (2021). La popularidad de Guillermo del Toro facilita su presencia habitual en programas televisivos transmitidos a todo Estados Unidos; también se convirtió en un personaje de *Los Simpsons* (visible en “Reforma”, 2019) con un catálogo de sus “monstruos” cinematográficos, y Del Toro dirigió en varias ocasiones la famosa *intro* de la serie animada, distinta en cada capítulo. Con sus palimpsestos simbólicos, el director tapatío presenta la *mexicanidad* como un modo de ser civilizado, incluyente, productivo, refinado, multicultural, cosmopolita y, a final de cuentas, valioso.

Al cultivar a conciencia la imagen de personalidades mediáticas en la prensa y la televisión estadounidenses, Cuarón, Del Toro e Iñárritu revierten los prejuicios de millones de personas que siguen estos medios de manera cotidiana. El discurso articulado por los *Three Amigos* enlaza *en continuum* los logros de su cinematografía con la herencia artística y cultural en que los directores mexicanos se formaron.

### **3. Embajadores culturales “estadounidenses”**

De manera inesperada, los *Three Amigos* también son embajadores culturales *de los Estados Unidos*. A diferencia de otros mexicanos valiosos que han destacado en la ópera, la literatura, la música sinfónica o el ballet, por ejemplo, los tres cineastas cuentan a su favor con un instrumento muy poderoso: el cine, vehículo de emociones cercano a la mayoría de los mexicanos. Con esta cercanía simbólica —y seguramente sin tener en mente a los propios mexicanos— Iñárritu, Cuarón y Del Toro valoran con entusiasmo las aportaciones culturales estadounidenses sin entrar en conflicto con su herencia mexicana. La aceptación de esta relación simbiótica entre las culturas de México y Estados Unidos es un gesto de madurez. Algunos mexicanos del siglo XX construyeron su sentido de pertenencia en oposición a los Estados Unidos: en el peor de los casos, con arrogancia, o instalándose en el papel de “víctimas”. Por otra parte, hay 40 millones de ciudadanos estadounidenses con ascendencia mexicana. Los méxico-estadounidenses son el 10% de la población total de los Estados Unidos: ya son la segunda minoría después de los ciudadanos afroamericanos—. En el mapa conceptual de algunos méxico-estadounidenses, quizá la figura de los *Three Amigos* también sea útil para hacer las paces con la otra realidad que también los nutre: entre dos países y con la interacción de culturas, idiomas y tradiciones diferentes y complementarios.

#### ***4. Emigrantes de la globalidad***

La metanarrativa articulada por Del Toro, Iñárritu y Cuarón construye un “nosotros” colectivo, integrador y productivo; los cineastas prefieren cultivar su imagen de *emigrantes* en lugar de “artistas” a la manera del siglo XX (individualidades extraordinarias que merecían privilegios debido a su *genialidad*). Los tres directores mexicanos han movilizado generosamente su talento y sus logros personales para ponerlos en sintonía con todas las personas que han dejado sus lugares de origen: algo que los *Three Amigos* también hicieron para mejorar sus vidas. Otros creadores mexicanos asumieron su condición de emigrantes como un estado transitorio; en contraste, Iñárritu y Del Toro —incluso Cuarón, que recientemente filmó *Roma* en la Ciudad de México— asumen que será difícil vivir de nuevo en el país donde nacieron.<sup>13</sup> Son *emigrantes/inmigrantes* permanentes e integran esta dimensión a su identidad personal.

Cuando pensamos en migración, recordamos a los paisanos del otro lado de la frontera (norte): difícilmente pensamos en las múltiples maneras en que los mexicanos denigramos a otros mexicanos, ni la manera en que el país constituye un conjunto dinámico de migraciones internas. *Roma* fue el debut cinematográfico de Yalitza Aparicio; Alfonso Cuarón eligió cuidadosamente a su actriz principal dedicando un año al *casting* de Cleo. Aparicio se quedó

---

<sup>13</sup> En septiembre de 2021 Alejandro González Iñárritu habría terminado de rodar en la Ciudad de México su último largometraje: *Bardo (o falsa crónica de unas cuantas verdades)* con el mexicano Daniel Jiménez Cacho y la argentina Griselda Siciliani en los papeles protagónicos, así como el diseño de producción de Eugenio Caballero (Vargas, 2021).

con el papel: ganó el Premio como Nueva Actriz de los Hollywood Film Awards, fue nominada como Actriz Revelación en los Gotham Awards y fue nominada al Oscar como actriz protagonista —al igual que Glenn Close y Lady Gaga— entre otros reconocimientos internacionales. Y entonces, diversos comentarios en medios y redes sociales insultaron a una persona que ha triunfado por la calidad de su trabajo. La reacción virulenta y deprimente de muchos mexicanos muestra lo lejos que estamos de percibir siquiera la aterradora dimensión del racismo y la discriminación que laceran al país.

Aparicio interpretó *Roma* en castellano y en mixteco; idioma que no hablaba pero que aprendió para protagonizar la película. Cuando era niña su padre hablaba mixteco y su madre se comunicaba en triqui pero siempre fuera de su casa: el único idioma que Yalitza Aparicio aprendió fue el castellano. Con rechazos lingüísticos similares, muchos adultos mexicanos intentan que sus hijos tengan mejores oportunidades de vida en un afán de protegerlos de la discriminación que ellos viven a diario. Esta negación afecta la autoestima de las personas, suprime una parte sustancial de su identidad cultural y priva a los jóvenes (privando también a los demás) de una visión diferente del mundo. Yalitza Aparicio, activista social y Embajadora de Buena Voluntad de la UNESCO, declaró ante la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas: «Confío en que en la medida en que defendamos el patrimonio lingüístico de cada comunidad, las demás personas podrán reconocer la belleza detrás de cada lengua materna, porque en cada lengua habita una historia única e irrepetible» (Aparicio, 2019). La protagonista de *Roma* estudió la carrera docente inspirada en su deseo de luchar contra la marginación:

«Desde que era niña quería ser maestra por esa razón: porque sabía que desde estas edades puedes cambiar muchas cosas. Algo que siempre manejaba cuando estaba estudiando era que a los niños tenías que enseñarles que todos éramos iguales, que todos teníamos el mismo derecho, que no por ser niño iba a jugar sólo con carritos y las niñas sólo iban a vestir de rosa, que no pasaba nada si un niño lloraba, también tenía el derecho de llorar. Fue ahí donde empecé con esta lucha. Me daba cuenta de que cuando vas a comunidades no hablas en su lengua y hablas en español. Y en ocasiones me tocaba escuchar a docentes que decían: ‘Bueno, de la puerta para adentro español y de la puerta para afuera, su idioma’, y creo que no debe ser así. Al contrario, debemos incluir estas lenguas en las aulas para que los niños se den cuenta de que también es una herramienta para seguir creciendo. Además, el hecho de que ellos hablen una lengua los hace doblemente talentosos, porque están comunicándose en su lengua materna y, al mismo tiempo, en español» (Aparicio, 2019).

La cinematografía de Alejandro González Iñárritu presenta el tema recurrente de la migración en producciones como *Babel* (2006), *Biutiful* (2010) y *El renacido* (2015). *Babel* fue una película de gran escala y ambiciones globales: su propuesta se inspiró en el ideal utópico del entendimiento de los seres humanos más allá de las diferencias culturales y lingüísticas. La trama entrelaza cuatro historias localizadas en cuatro países —Estados Unidos, México, Marruecos y Japón— y utiliza seis idiomas —castellano, árabe, beréber, japonés, lenguaje de

señas e inglés— traducidos a un público global por medio de subtítulos. Iñárritu declara su interés en el personaje de Amelia Hernández: la niñera interpretada por Adriana Barraza que le valió a la actriz mexicana una nominación al Premio Oscar. El director sostiene que la liberación femenina en los Estados Unidos se basa en los servicios realizados por las inmigrantes, quienes permiten liberar de las labores domésticas a un número importante de mujeres estadounidenses de las clases media y alta, aunque el trabajo realizado por estas inmigrantes no siempre sea percibido, valorado ni reconocido (González Iñárritu, 2019). El guion de Guillermo Arriaga evitó la asignación de roles estereotípicos (“héroes” y “villanos”) —una constante en el trabajo del escritor— y a pesar de que cada línea argumental dura en promedio 20 minutos, *Babel* presenta de manera compleja elementos humanos relacionados con la migración, las identidades culturales y la comunicación entre las personas.

Por otra parte, la US Academy Awards otorgó un Oscar especial a la instalación *Carne y arena*, concebida por Alejandro González Iñárritu y filmada por Emmanuel Lubezki con tecnología de vanguardia. Se trata de una experiencia inmersiva de 15 minutos en las vivencias de inmigrantes ilegales y refugiados. Iñárritu se basó en los testimonios, voces, movimientos y recuerdos de personas reales para reformular estas vivencias en realidad aumentada. *Carne y arena* se filmó en el mismo foro de *Avatar* y se convirtió en la primera instalación de realidad virtual tridimensional presentada en el Festival de Cine de Cannes (2017), exhibiéndose posteriormente en la Fondazione Prada (Milán), el Museo de Arte del Condado de Los Ángeles (LACMA), el Centro Cultural de la UNAM en Tlatelolco y una iglesia reconvertida en Washington DC.

La tolerancia, el diálogo y la incorporación del punto de vista de “El Otro Diferente” no sólo han cruzado transversalmente la producción de Guillermo del Toro, sino que constituyen el núcleo de sus diez largometrajes, su trabajo televisivo y la esencia de sus novelas. Al momento de terminar este ensayo parece inminente el estreno de *Pinocchio* en Netflix: otra *dark fantasy* musicalizada, pero en esta ocasión animada en *stop motion*. La nueva versión de la historia de Carlo Collodi fue dirigida por Guillermo del Toro y Mark Gustafson: la marioneta de madera cobrará vida en la Italia fascista de la década de 1930. Otro estreno será *Nightmare Alley*, producida de nuevo por Fox Searchlight Pictures: un *film noir thriller*, según Guillermo del Toro, con la participación de Bradley Cooper, Cate Blanchet, Rooney Mara y Willem Dafoe. Acerca de la colaboración con Cooper en tiempos de pandemia, Guillermo del Toro mencionó: «Un director es un actor y un actor es un director. No hay separación del oficio... me llevó un tiempo darme cuenta de eso. Normalmente creo y guio estos pequeños huevos Fabergé que son [mis] películas obsesivamente detalladas. Y de repente todo se convirtió en una aventura. Nunca volveré a filmar de la misma forma» (en Thompson, 2021).

Guillermo del Toro, Alejandro González Iñárritu y Alfonso Cuarón han establecido una visión productiva, dúctil y novedosa de la *mexicanidad*. En lugar de la elaboración celebratoria y autoexcluyente de lo “exótico” —un “deber ser” basado en la exacerbación de pocos rasgos identitarios, rígidos, vinculados al pasado, inmutables en el tiempo— los *Three Amigos* proponen que los mexicanos son “viajeros entre signos”, expertos en adoptar una

*plasticidad vital* “a la mexicana” —flexible, fluida, polifacética, original y creativa—. Estos cineastas sugieren, por ósmosis, que los artistas mexicanos estarían entrenados en la diplomática y exquisita operación de valorar lo mejor de diversas culturas para integrar esos hallazgos al propio catálogo semiótico.

## *Turning point*

Hay muchos retos y aun más oportunidades. César Villanueva considera que el Estado mexicano debería asumir la imagen internacional del país como un asunto de seguridad nacional. Parámetros útiles podrían ser las narrativas establecidas por Suecia y Alemania para proyectar su presencia internacional en varios idiomas, desarrollando proyectos propositivos que miran al futuro. Los ministerios de Cultura y Asuntos Exteriores de Corea del Sur movilizan becas, tecnología, cultura popular, música, cine y televisión a favor de una visión internacional favorable. Las excelentes diplomacias culturales de Francia y el Reino Unido explotan quizá aún hoy su aura de antiguos imperios en una versión propia del *poder suave*. Egipto, con la inauguración de su Gran Museo en 2021, a dos kilómetros de las pirámides de Guiza, exhibirá 100 mil artefactos; esta nueva sede —el complejo arqueológico más grande del mundo— representa el paradigma “ultramoderno” de las aspiraciones egipcias para los próximos años (Villanueva, 2021). Al inicio del siglo XXI, un discurso contemporáneo, atractivo y eficiente resulta invaluable: “En las discontinuidades, la imagen de México tiene que encontrar su narrativa entre las naciones democráticas de pleno ejercicio, alejadas de la corrupción, donde se refleje una sociedad libre, con bienestar e informada, con un país integrado al mundo global y sus efectos económicos, así como el de una nación diversa, cosmopolita y con una cultura plural, abierta y vigorosa” (Villanueva, 2012, 42-43). En este contexto, los museos ocupan un lugar privilegiado.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Desarrollo esta idea en “Los museos del futuro en la configuración de la imagen postmexicana global” (2017), “Revista Mexicana de Política Exterior”. México: Instituto Matías Romero / SRE, pp. 105-125:

Hace cien años, los muralistas lograron la primera emancipación americana respecto al eurocentrismo cultural. Rivera, Siqueiros y Orozco fueron la parte más visible de una vanguardia que imponía sus reglas en el marco hegemónico occidental. José Vasconcelos propuso un modelo de país que convirtió al Estado y a la nacionalidad mexicanas en cosas muy diferentes de lo que habían sido durante el porfiriato. Fueron años luminosos e intensos que le dieron esperanza a los habitantes de esa metanarrativa que aún seguimos llamando “México”. Aquel proyecto, sin embargo, trajo daños colaterales: la implicación racista (y falsa) de que el futuro se basaba en una sola visión —“mestiza”, castellana, “nacionalista”— con la exclusión de manifestaciones culturales que no cuadraban en estas coordenadas —las etnias que sin ningún recato denominamos “indígenas” como si fueran todas lo mismo; políticas de exterminio tácito para más de 300 idiomas americanos que, a pesar de todo, aún hoy se hablan en el país; la discriminación sistémica y normalizada en numerosos ámbitos de la vida cotidiana; la negación de la herencia afromexicana. En un país con recursos naturales extraordinarios, con dos millones de kilómetros cuadrados, diversidad de climas, 11 mil kilómetros de costas repartidas en dos océanos, así como la fuerza activa de 127 millones de personas, el 60% de la población mexicana vive en la pobreza. La ilusión de que hemos logrado una “civilización mestiza” enmascara dolorosas desigualdades socioeconómicas y una violencia estructural dañina para las mujeres, para los más jóvenes, para quienes no pertenecen a las élites “blancas” y para el conjunto de la población mexicana. Un siglo

después de su invención, el modelo cultural “mestizo” que inspiró al país está agotado. México necesita un nuevo paradigma para no convertirse en la caricatura de su pasado.

Para muchas personas, los Premios Oscar no son relevantes desde el punto de vista artístico. Sin embargo, se trata de una institución altamente simbólica y muy visible de los Estados Unidos: el foro cinematográfico más competido del mundo. Cuarón, Iñárritu y Del Toro han cosechado como creadores logros impresionantes en esa sede gracias a una visión abierta e inclusiva de su mundo conceptual. En contraste, hasta hace poco la peor versión del “artista” mexicano del siglo XX se basaba en el aislamiento: una hipotética “pureza” —simbólica, lingüística, relacional— argumentada desde una oposición ante el *imperialismo yankee* —como si no hablar inglés fuera sinónimo de superioridad ideológica.

En 2018, la ceremonia de premiación de los US Academy Awards se transmitió en vivo a 225 países: jamás una entrega de los Premios Oscar celebró a México como en esa ocasión. Fue un poema de amor escrito desde Hollywood, dedicado a los mexicanos mientras el presidente Trump definía a los mexicanos como asesinos, criminales y violadores. El niño actor Anthony González gritó *¡Viva México!* cuando *Coco* recibió la estatuilla para la mejor película animada. Después *Recuérdame* fue la mejor canción original: la interpretó en castellano la mexicana Natalia Lafourcade. El nombre de México se pronunció con emoción en distintas ocasiones durante la ceremonia. Las declaraciones de Guillermo del Toro reverberaron durante semanas en la prensa mundial. La primera ocasión en que subió al escenario para recibir el Premio Oscar, Del Toro dijo:

«Soy un inmigrante, como Alejandro [González Iñárritu] y como Alfonso [Cuarón], mis compadres; como Gael [García Bernal], como Salma [Hayek] y como muchos de ustedes. Durante los últimos 25 años he vivido en este país por mi cuenta: una parte aquí [Los Ángeles], otra parte en Nueva York, otra parte en cualquier lugar. La mejor cosa que nuestra industria hace es ayudar a borrar las líneas en la arena en un momento en que el mundo trata de hacerlas más profundas» (Del Toro, 2018b).

Quizá se refería al muro que Donald Trump prometió construir en la frontera sur de los Estados Unidos pasándole la factura a México. O quizá fue la confirmación de una idea que Del Toro ha compartido en otros foros: ante el miedo a “lo otro” es necesario elegir la comprensión mutua y la colaboración, porque en realidad sólo hay un “nosotros”. La segunda vez que el director tapatío usó la plataforma privilegiada de los Premios Oscar para recibir el reconocimiento de *La forma del agua* como *película internacional*, Guillermo del Toro dijo:

«Al crecer en México, desde niño, fui un gran admirador de las películas extranjeras, desde *E. T.* hasta William Wyler, o Douglas Sirk, o Frank Capra. Hace pocas semanas Steven Spielberg me dijo: ‘Si te toca subir al podio recuerda que eres parte de nuestro legado. Recuerda que eres parte de un mundo de cineastas y siéntete orgulloso’. Y yo estoy muy orgulloso. Quiero dedicarle este premio a cada joven cineasta: con su juventud, ustedes nos están enseñando cómo se deben hacer las cosas. Así es en todos los países del mundo. Yo era un niño y estaba maravillado con

el cine. Crecí en México y yo pensé que esto [obtener el Premio Oscar] jamás iba a suceder. Pero está sucediendo. Quiero decirles a todos los que sueñan con usar el género fantástico para contar las cosas reales que suceden hoy: ustedes pueden hacerlo. Esto [la estatuilla] es una puerta. Patéen la puerta. Y entren» (Del Toro, 2018c).

Alfonso Cuarón, Alejandro González Iñárritu y Guillermo del Toro son, por derecho propio, ciudadanos del mundo. Sus actos proponen una actitud plurilingüe, integradora, colaborativa y multicultural. La lógica y las acciones de los *Three Amigos* son la punta de un iceberg: numerosos creadores han trabajado durante las últimas décadas como mexicanos cosmopolitas, disciplinados, capaces, creativos, exitosos y solidarios. La lista es extensa y notable, desde Salma Hayek —una pionera— hasta Karla Souza, quien evade el estereotipo que la industria estadounidense impone a las actrices latinoamericanas. Muchas cineastas y creadores viven ya una realidad multinacional, participando en producciones mexicanas (incluso en el teatro) mientras trabajan en varios países.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> En 2017, Diego Luna llevó el papel estelar de *El curioso incidente del perro a medianoche* de Mark Haddon en el Teatro de los Insurgentes, después de actuar en *Star Wars: Rogue One* (2016). Otros creadores nacidos en México han participado cada vez más en películas *mainstream* y series de televisión: la actriz Stephanie Sigman —primera *chica Bond* mexicana—; el actor Gael García Bernal; la actriz México-keniota Lupita Nyong'o, nominada al Oscar por su papel en *12 years a slave* (2014); el actor Demian Bichir; la actriz Ana de la Reguera; el actor Damián Alcázar; el actor y productor Eugenio Derbez; la actriz Kate del Castillo; el guionista Guillermo Arriaga, nominado al Oscar como escritor de *Babel* (2006) y ganador del Premio Alfaguara de Novela (2020); los cinefotógrafos Rodrigo Prieto, Guillermo Navarro —ganador del Oscar por *El laberinto del fauno* (2006)— y Emmanuel Lubezki —ganador de tres Premios Oscar consecutivos—; el director de arte Eugenio Caballero —ganador del Oscar por el diseño de producción de *El laberinto del fauno* (2007) y nominado al Oscar por *La forma del agua* (2018)—; el diseñador de sonido Martín Hernández, nominado al Oscar por su trabajo en *Birdman* (2015) y *El renacido* (2016); la animadora digital Mayra Hernández, quien trabajó en Polonia participando en la creación de *Loving Vincent*, cinta

## *The End ?*

Para concluir este texto, algunos datos cruzados. México es hoy el tercer país receptor de remesas en el mundo —después de China y la India—. Las remesas son la *principal fuente de divisas* para México (luego vienen el petróleo, la inversión extranjera directa y el turismo). México es el principal destino turístico de los estadounidenses. Hay nueve millones de estadounidenses viviendo fuera de su territorio: una sexta parte (1.5 millones) viven en México —y es una tendencia en aumento constante desde hace más de una década—. La frontera de 3,000 kilómetros entre Estados Unidos y México representa una población combinada de 15 millones de personas. México es el segundo mercado más importante de las exportaciones estadounidenses —después de Canadá— y México es el tercer socio comercial de Estados Unidos después de Canadá y China. México es un entusiasta defensor de los tratados de libre comercio: tiene más acuerdos que ningún otro país incluyendo pactos con Japón, la Unión Europea y muchos socios latinoamericanos.

---

nominada al Oscar como película animada (2018); la actriz y activista social Yalitza Aparicio —nominada al Oscar como actriz protagonista (*Roma*, 2019) y Embajadora de Buena Voluntad de la UNESCO—; el animador digital Cruz Antonio Contreras quien, junto con docenas de otros jóvenes mexicanos, participó en la realización de *Spider-Man: Into the Spider-Verse*, ganadora del Oscar como película de animación (2019); la diseñadora México-estadounidense Mayes C. Rubeo, nominada al Oscar por los vestuarios de *Jojo Rabbit* (2020); los diseñadores de sonido Jaime Baksht, Carlos Cortés y Michelle Couttolenc, ganadores del Premio Oscar en 2021 con *Sound of metal*, película producida por Amazon Studios; así como los actores Tenoch Huerta, Joaquín Cosío y el México-estadounidense Tony Dalton, quienes interpretan a superhéroes de DC Comics y Marvel. Son algunos —entre muchos— profesionales mexicanos con proyección internacional dedicados al cine y la televisión.

En 2020, por primera vez en la historia, en China y en Estados Unidos decreció la población en edad de trabajar —el segmento demográfico entre los 20 y los 60 años de edad—. Por otra parte, la Oficina del Censo de los Estados Unidos estima que en 2050 *un tercio* de la población estadounidense hablará castellano *como lengua madre*. Para ese momento —parece hoy lejano, pero es sólo la fracción de una vida humana— Estados Unidos será el país con mayor número de hispanohablantes del mundo —superando a México—. Estados Unidos será un país bilingüe y la población “blanca”, anglosajona y protestante será minoría. Por su parte, México perderá pronto el bono demográfico que ha despreciado durante décadas: una especie de karma ante las desigualdades sociales y el profundo racismo de este país. En términos absolutos, México es el *segundo* emisor de migrantes en el mundo —después de la India—. Sin embargo, el país asiático tiene 1,369 millones de habitantes: su diáspora de 17 millones representa sólo una fracción diminuta de la población. En cambio, hay 13 millones de mexicanos viviendo fuera del país; es decir, el *11%* de las personas nacidas en México viven una especie de autoexilio. Otro dato aún más espectacular: el *98%* de la emigración mexicana elige un único país de destino. ¿Adivinan ustedes cuál es?

Ante las implicaciones complejas de estos futuros cercanos —que hoy sólo podemos vislumbrar— tienen aún más sentido las declaraciones mediáticas de Guillermo del Toro, Alejandro González Iñárritu y Alfonso Cuarón. Los *Three Amigos* establecen un compromiso cosmopolita con lo mejor de los mundos que han habitado; en un sentido muy real y efectivo, estos cineastas son embajadores culturales. Sus perspectivas instauran nuevas posibilidades para América del Norte: un nuevo horizonte cultural para los mexicanos, pero también para

los estadounidenses —y quizá los canadienses—. Nuestro presente, tal como lo conocemos, está a punto de expirar. Quizá los tres directores mexicanos —mucho antes que la mayoría de nosotros— supieron intuir que el futuro ya comenzó.

## *Closing credits*

Anholt, Simon. “Mito y realidad: la imagen internacional de México” en “Revista Mexicana de Política Exterior”. México: Instituto Matías Romero / SRE, no. 96, julio – octubre 2012, pp. 109 a 129.

<https://revistadigital.sre.gob.mx/images/stories/numeros/n96/anholt.pdf>

Aparicio, Yalitzá. “Continuaré mi lucha por las lenguas indígenas: es algo que me llena el alma” Entrevista con Carla García para la Organización de las Naciones Unidas, 2019.

<https://news.un.org/es/interview/2019/12/1467021>

Battezzati, Santiago. “La disputa simbólica por clasificar un nuevo producto cultural: el caso de Netflix durante el estreno y la premiación de la película *Roma*” en “Norteamérica. Revista académica del CISAN – UNAM”, no. 2, año 15, julio-diciembre 2020.

<https://www.revistanorteamerica.unam.mx/index.php/nam/article/view/410/616>

Bermejo Mora, Edgardo. “La diáspora cultural mexicana y la proyección de imaginarios en el exterior” en “Revista Mexicana de Política Exterior”. México: Instituto Matías Romero / SRE, no. 96, julio – octubre 2012, pp. 131 a 149.

<https://revistadigital.sre.gob.mx/images/stories/numeros/n96/bermejo.pdf>

Caballero, Eugenio. *Análisis del diseño de producción de Roma*, 2019 | 14min  
“Cine Premiere”.

[https://www.youtube.com/watch?v=Ni\\_mKS2p0Nc](https://www.youtube.com/watch?v=Ni_mKS2p0Nc)

Cacucci, Pino. *Puerto Escondido*. Milano: Feltrinelli, 2015.

Chmielewski, Dawn. “Netflix’s *Roma* Best Picture Snub Reflects Hollywood’s Streaming Anxiety” “Forbes”, 24 de febrero, 2019.

Clariond Rangel, Andrés; Nuncio, Gabriel. *Camino a Roma*. México: Netflix, 2020.

Cuarón, Alfonso. *Alfonso Cuaron Explains How He Directed Children of Men – 2019* | 11min

<https://www.youtube.com/watch?v=vPRHB7mODTA>

Dabdoub, Alejandro. “Un país marginal, emergente y exótico: así se ve México en el extranjero” en “El País”. Octubre 25, 2016.

[https://elpais.com/internacional/2016/10/25/mexico/1477365548\\_282449.html](https://elpais.com/internacional/2016/10/25/mexico/1477365548_282449.html)

Deleyto, Celestino; Azcona, María del Mar. *Alejandro González Iñárritu*. Urbana, IL: University of Illinois Press, 2010.

Del Toro, Guillermo. *Anatomy of a Scene – “The New York Times” – 2018a* | 3min

<https://www.youtube.com/watch?v=T6pk194roPI>

\_\_\_\_\_. *Best Director Academy Award – Speech – 2018b* | 3min

[https://www.youtube.com/watch?v=7p9p4F26\\_4](https://www.youtube.com/watch?v=7p9p4F26_4)

\_\_\_\_\_. *Best Film Academy Award – Speech* – 2018c | 3min  
[https://www.youtube.com/watch?v=fHNc\\_43zXEY](https://www.youtube.com/watch?v=fHNc_43zXEY)

\_\_\_\_\_. *“I’m Mexican” – BAFTA Awards* – 2018d | 1min  
<https://www.youtube.com/watch?v=jJILC0ChuVE>

\_\_\_\_\_. *2018 Golden Globes - Full Backstage Speech* – 2018e | 9min  
<https://www.youtube.com/watch?v=u5-B8FCPV8E&t=486s>

Díaz, Sergio. *¿Cómo se hizo el sonido de Roma?* en “Cine Premiere”, 2018 | 15min  
Entrevista de Jessica Oliva.  
<https://www.youtube.com/watch?v=MZWzUy5cGoI>

González Iñárritu, Alejandro. Clase magistral en diálogo con Fernanda Solórzano - 2019 | 3h 30m  
<https://www.youtube.com/watch?v=RHmD0UCTBeY>

Guevara Muñoz, Laura Viviana. “Cuánto le cuesta a *Roma* disputar el Oscar a mejor película?” en “LatinAmerican Post”. 30 de enero, 2019.  
<https://latinamericanpost.com/es/26092-cuanto-le-cuesta-a-roma-disputar-el-oscar-a-mejor-pelicula>

López Ruiz, Francisco. “Los museos del futuro en la configuración de la imagen postmexicana global” en “Revista Mexicana de Política Exterior”. México: Instituto Matías Romero / SRE, pp. 105-125, 2017.  
<https://revistadigital.sre.gob.mx/images/stories/numeros/n111/lopezruiz.pdf>

McCullough, Susannah. *The Shape of Water – References and Homages*. “Screenprism”, 2018 | 15min  
<https://www.youtube.com/watch?v=MUgtVsVqj0E>

Nye, Joseph S. *El poder suave. La clave del éxito en la política internacional*. México: Universidad Iberoamericana, 2016.

O’Falt, Chris. “*The Shape of Water*: How Guillermo del Toro Made a Fantasy Blockbuster for Under \$20 Million” en “IndiWire”, February 7, 2018.  
<https://www.indiewire.com/2018/02/guillermo-del-toro-shape-of-water-budget-savings-1201926201/>

Paz, Octavio. *El laberinto de la soledad. Postdata. Vuelta a El laberinto de la soledad*. México: Fondo de Cultura Económica, 2011.

“Reforma”. “*Simpsonizan*” a Guillermo del Toro, 2019 | 2min  
<https://www.youtube.com/watch?v=1smCbjpBLpE>

Reyes, Rosario. “Sally Hawkins: la nueva musa de Del Toro”. “El Financiero”. Enero 5, 2018.  
<https://www.elfinanciero.com.mx/after-office/sally-hawkins-la-nueva-musa-de-del-toro/>

Rosas Mantecón, Ana; Schmilchuk, Graciela. “Del mito de las raíces a la ilusión de la modernidad internacional en México” en Américo Castilla (comp.). *El museo en escena. Política y cultura en América Latina*. Buenos Aires, Paidós/Fundación TyPA, 2010.

Sanz, Nuria; Tejada, Carlos. *México y la UNESCO. Historia de una relación*. México: UNESCO, 2016.

Sharp, Zack. “Guillermo del Toro’s Favorite Movies: 30 Films the Director Wants to See You”. “IndieWire”. June 17, 2021  
<https://www.indiewire.com/gallery/guillermo-del-toro-favorite-movies/>

Shaw, Deborah. *The three amigos. The transnational filmmaking of Guillermo del Toro, Alejandro González Iñárritu, and Alfonso Cuarón*. Manchester: Manchester University Press, 2013.

Thompson, Anne. “How Bradley Cooper and Guillermo del Toro Bonded Over Dark Times and *Nightmare Alley*”  
“IndieWire”. June 13, 2021  
<https://www.indiewire.com/2021/06/bradley-cooper-guillermo-del-toro-nightmare-alley-tribeca-1234644236/>

Tierney, Dolores. “Alejandro González Iñárritu: Director Without Borders”. “New Cinemas: Journal of Contemporary Film”, 7(2), 2009, pp. 101– 117.

Valdés, Phan (narración); Herrera, Gerardo (edición y guión). *The cinematography collaborator of Roma*. “Zoom f.7”, 2019 | 13min  
<https://www.youtube.com/watch?v=ShlTSOEMOPU>

Vargas Isita, Héctor. “Iñárritu concluye en México rodaje de *Bardo*, su nueva película”. México, “Noticieros Televisa”, 23 de septiembre de 2021  
<https://noticieros.televisa.com/ultimas-noticias/alejandro-gonzalez-inarritu-concluye-en-mexico-rodaje-bardo-nueva-pelicula/>

Villanueva Rivas, César. “Imagen país y política exterior de México en el mundo” en “Revista Mexicana de Política Exterior”. México: Instituto Matías Romero / SRE, no. 96, julio – octubre 2012, pp. 7 a 31.  
<https://revistadigital.sre.gob.mx/images/stories/numeros/n96/introd.pdf>

\_\_\_\_\_. “La imagen de México en el mundo y sus efectos en la política”. Conferencia en el ciclo “La política exterior de México en el siglo XXI: temas y enfoques”. Centro de Relaciones Internacionales | UNAM. Junio 11, 2021. Disponible en el repositorio: FB @centroderelaciones.internacionales