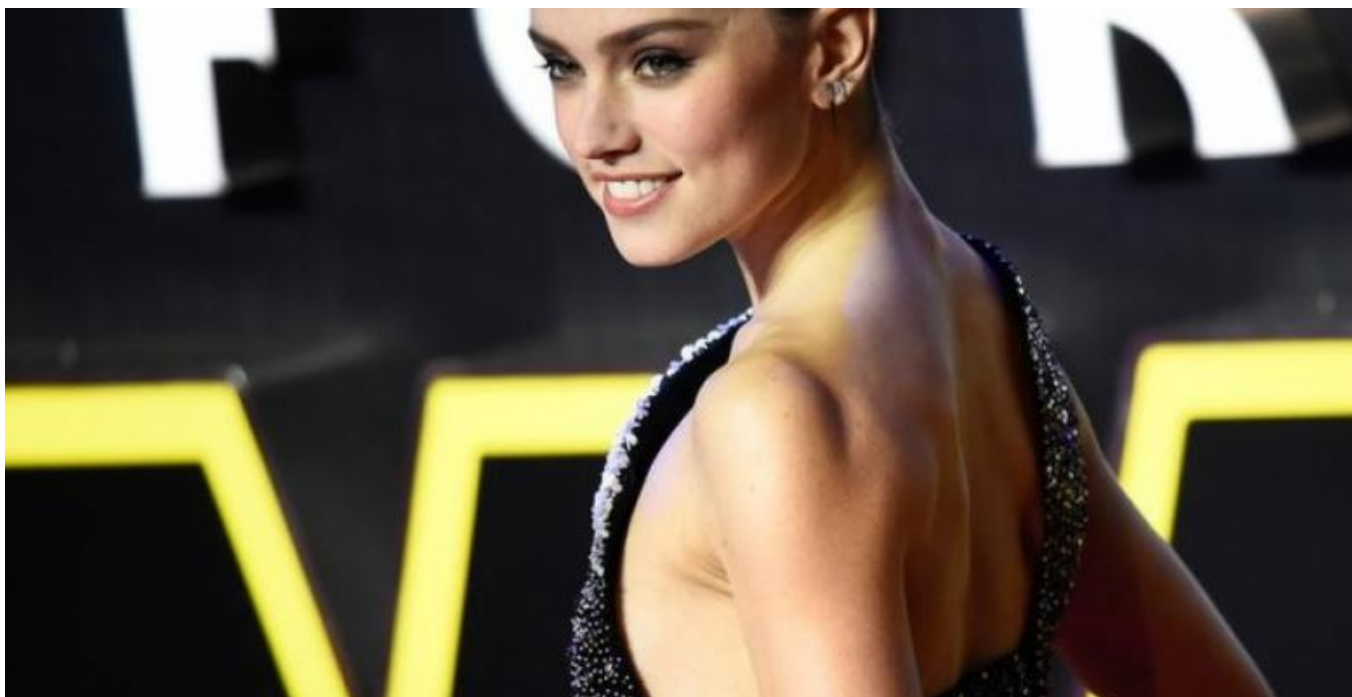


---

"La Guerra de las Galaxias" intenta atrapar a las mujeres

26/12/2015



Walt Disney (N:DIS) Co está intentando llegar al público femenino para ampliar la audiencia de una franquicia predominantemente masculina y tratar de recuperar los 4.000 millones de dólares que gastó en la compra de la productora de la saga, Lucasfilm.

El público femenino podría determinar si "El despertar de la Fuerza" cumple con las previsiones de un récord de taquilla. La elección de Ridley, de 23 años, como la estrella de la película mas bolsos del robot R2-D2, vestidos del androide BB-8 y otros productos sugieren que Disney está cortejando al público joven femenino que convirtió a filmes como "Los Juegos del Hambre" en un éxito, dijo Jeff Bock, analista de taquilla de Exhibitor Relations Co.

"Los hombres ya forman parte (de la franquicia)", dijo Bock. "Si se puede sumar la base de público de 'Los Juegos del Hambre' y 'Crepúsculo', entonces podremos hablar de posiblemente 700 millones de dólares a nivel local, y hasta más", agregó.

Solo una película, "Avatar", consiguió ese nivel, vendiendo 760 millones de dólares en entradas en Estados Unidos y Canadá tras su estreno en diciembre del 2009. Disney ha probado la táctica en los últimos años con franquicias de acción y superhéroes.

Los protagonistas de "The Avengers" participaron en los programas de entrevistas más vistos y su secuela "Age of Ultron" contaba con dos protagonistas principales femeninos. Las mujeres representaron un 40 por ciento del

público el día del estreno de ambas películas, según Shawn Robbins, analista de BoxOffice.com.

Si bien es difícil cuantificar la división de sexos entre el público en el pasado, las películas anteriores de "La Guerra de las Galaxias" incluían apenas a una protagonista femenina importante y siempre de la nobleza.

En "El despertar de la Fuerza", el personaje de Ridley, Rey, fue creado como una chatarrera y piloto, no una princesa. La actriz británica de "Juego de Tronos" Gwendoline Christie interpreta a la primera villana femenina, la ganadora de un Oscar Lupita Nyong'o tiene un papel importante y Carrie Fisher vuelve como la princesa Leia, ahora como general.

"Tenemos soldados imperiales femeninos y pilotos de la resistencia femeninos", dijo el director J.J. Abrams a Reuters. "Hay voces femeninas y energía en toda la película", agregó. Es importante, comentó Abrams, "darle al público la oportunidad de verse en la película".

En los avances de la película se destaca la presencia de Rey. Disney ha colocado los anuncios en las pautas comerciales para mujeres de todas las edades, según una persona familiarizada con el plan de marketing del estudio.

Y para "La Guerra de las Galaxias", el mensaje está llegando. Según un sondeo de la Federación Nacional de Minoristas de Estados Unidos, por primera vez los juguetes de la franquicia figuran entre los 10 principales que los padres comprarán para sus hijas esta temporada de fiestas.

---