

---

El público es más selectivo con Hollywood

01/07/2016



El negocio nunca había sido mejor para las películas complacientes con el público. La aclamada cinta de Disney "Buscando a Dory" superó los 300 millones de dólares en Estados Unidos tan solo a 12 días de su estreno, un ritmo que podría convertirla en la cinta animada con los mayores ingresos de todos los tiempos.

A pesar de que otras películas se estrenaron este fin de semana ("The Legend of Tarzan", "The BFG", "The Purge: Election Year"), se espera que "Dory" domine la taquilla por tercer fin de semana consecutivo.

Pero en el caso de aquellas cintas que no son "la película que debes ver" el público prefiere quedarse en casa cada vez más. Ahora que el boca en boca viaja a la velocidad de Twitter, la calidad se ha convertido en un valor más importante.

Will Smith le dijo la semana pasada a los asistentes del festival de publicidad Cannes Lions, que el negocio del cine ha cambiado.

"El humo y los espejitos de la mercadotecnia se acabaron", dijo Smith. "En los 80 y los 90 si tenías una película mala y le hacías un trailer con muchas explosiones llegabas al miércoles antes de que la gente supiera que tu película era (grosería)", dijo Smith. "Ahora, cuando han pasado 10 minutos de la película la gente está tuiteando: 'Esto es una (grosería) mejor vayan a ver a Vin Diesel'".

Smith fue el gran ausente de "Resurgence", la segunda entrega del éxito de taquilla "Independence Day" de 1996. La cinta de Fox, que costó 165 millones de dólares debutó con tan solo 41,6 millones en Norteamérica la semana pasada. Fue el caso más reciente en una larga cadena de secuelas con resultados peores a lo esperado: "Teenage Mutant Ninja Turtles: Out of the Shadows", "Alice Through the Looking Glass", "X-Men: Apocalypse" y "The Divergent Series: Allegiant", también tuvieron resultados similares.

Algunas de estas películas, impulsadas por su desempeño en mercados internacionales, podrán generar algún día ganancias para sus estudios, pero todas comparten el hecho de que, a pesar de que surgen tras entregas muy lucrativas, no se pueden quitar la espinita de ser... malas.

Las reseñas negativas y los fans desilusionados suelen, aunque no siempre, ser un problema para la taquilla. Ahora esas reacciones se han hecho más rápidas con las redes sociales, afectando incluso las ganancias del fin de semana de estreno.

Aunque nadie fue a ver "Independence Day: Resurgence" esperando ver la próxima "Citizen Kane", Fox tomó la medida inusual de ocultarla a la prensa y a los críticos previo a su estreno.

"Queríamos que la película se defendiera sola", dijo Chris Aronson, director de distribución de Fox. "Estamos cerca del 30% en Rotten Tomatoes que desafortunadamente es uno de los barómetros que el público usa para decidir si va o no a ver una película. Preferiríamos que ellos la descubrieran por sí mismos y permitir que el público decidiera si les gusta o no, sin que alguien se los diga".

El público y los críticos no suelen estar tan distanciados en la actualidad. Aunque algunos admiradores reaccionaron con furia a las reseñas negativas contra "Batman v Superman: Dawn of Justice", una vez que se abrieron las salas para dejarlos salir incluso los fans más acérrimos llegaron a una triste conclusión: los críticos estaban en lo correcto. La película se desbarrancó en taquilla y eventualmente ganó 873 millones de dólares, una cifra decepcionantes para dos de los más grandes superhéroes de la historia.

"Solía haber una desconexión entre los críticos y el público", dijo Paul Dergarabedian, analista senior de comScore. "Pero ahora vemos que van de la mano en la mayoría de estas películas. Si revisas 'Zoolander 2', 'Ride Along 2', 'Alice Through the Looking Glass', y otras parecidas, por mucho aquellas películas que no tuvieron buenos resultados en taquilla tampoco tuvieron buenas reseñas".

Sería una exageración decir que los críticos y los cinéfilos, tras décadas de pleitos y reconciliaciones, han finalmente unido sus fuerzas. Si ese fuera el caso el documental "Weiner" habría ganado más en taquilla que "Now You See Me 2".

Pero el público masivo está dando indicios de ser más selectivo, no acuden automáticamente a ver las secuelas de gran presupuesto como lo habrían hecho antes. Las películas con mayores ingresos del año pasado, entre ellas "Star Wars: The Force Awakens" y "Jurassic World", tenían al menos calificaciones 70% positivas en Rotten

Tomatoes.

Además ir a las películas es para muchos una atracción que se piensa cada vez más. No solo las alternativas en televisión se han vuelto más atractivas, el aumento en los precios ha puesto más presión a la hora de elegir las películas. Los boletos cuestan 50% más que cuando se estrenó la primera película de "Independence Day".

Además si se buscan formatos especiales como 3D o 4D entre otras amenidades el costo puede superar los 50 dólares por persona, por lo que la gente prefiere no tirar su dinero con cintas como "Warcraft".

Pero para las películas que son consideradas "buenas" por todos, como el éxito de primavera "Zootopia", la retribución puede ser grande. La cinta más popular del verano: "Captain America: Civil War", tiene una calificación 90% positiva de los críticos en Rotten Tomatoes y 90% positiva entre el público.

"Una vez que se estrena una película no se puede esconder de nadie por las redes sociales", dijo Dergarabedian. "Es una espada de doble filo, es genial si tienes una gran película, te puede ayudar en taquilla, pero si no y no cumples las expectativas, el público te acabará inmediatamente".

---