



Cine Argentino: El primer millón del 2008

Carlos Chávez

Centro de Investigación en Entretenimiento y Medios
Universidad de Palermo

Un Novio Para mi Mujer es el éxito argentino del año, en seis semanas ha sido vista por más de un millón espectadores, cifra que la coloca no sólo como la película Argentina más vista en lo que va del año, por encima de tanques de Hollywood como **Iron Man: El Hombre de Hierro**, la cuarta aventura de **Indiana Jones** ó **El Súper Agente 86**, sino que entre una de las cinco más taquilleras del año, con grandes posibilidades de ubicarse como la más vista del 2008.

Este año sólo otras tres películas han logrado pasar la barrera del millón de espectadores: **Kung Fu Panda**, **Wall-E** y **Batman: El Caballero de la Noche**, películas que vienen apoyadas por grandes presupuestos de publicidad y campañas de marketing y promoción internacionales. A pesar de esto la película nacional ha logrado tener resultados similares, ubicándose desde su estreno en el primer lugar de la taquilla semana a semana, con lo cual tiene muchas posibilidades de superar las cifras de algunas de estas películas.

A continuación presentamos un cuadro comparativo de estos cuatro estrenos cinematográficos (datos al 24 de Septiembre):

Película	Espectadores	Taquilla	Copias	Semanas
Kung Fu Panda	1,537,205	17,767,019	161	12
Batman: El Caballero de la Noche	1,343,918	17,530,897	154	10
Wall-E	1,259,279	14,599,390	177	11
Un Novio Para Mi Mujer	1,144,011	14,701,235	83	6

Como se puede apreciar en tan sólo seis semanas en cartel la película protagonizada por Adrián Suar ha estado cerca de superar los espectadores de **Wall-E**, a la cual ya superó en taquilla y podría superar también a **Batman: El Caballero de la Noche**. Cabe destacar que la producción nacional ha conseguido estas cifras con tan solo 83 copias, frente a las más de 150 de cada uno de los otros títulos.

Si bien es complicado comparar el impacto de cada película en el público, ya que cada estreno se da en entornos y fechas diferentes, a continuación presentamos un



cuadro que compara el acumulado de espectadores de las cuatro películas durante sus seis primeras semanas en cartel:

Película	Espectadores (6 primeras semanas)
Kung Fu Panda	1,480,601
Batman: El Caballero de la Noche	1,272,616
Wall-E	1,149,360
Un Novio Para Mi Mujer	1,144,011

En el cuadro se puede apreciar como **Un Novio Para Mi Mujer** ha obtenido en el mismo tiempo una cantidad similar de espectadores que **Wall-E** y muy cercana a la de la nueva aventura del hombre murciélago. Teniendo en cuenta que el film nacional sigue estando en el primer lugar de la taquilla en su sexta semana, es de esperar que al finalizar su recorrido en cines sobrepase a ambas películas y con muchas posibilidades de superar a **Kung Fu Panda**. Con el cambio de fecha de la nueva aventura de **Harry Potter** para el próximo año no hay a la vista otra película, en lo que resta del año, que pueda llegar a igualar estas cifras.

Pero, ¿en qué radica el singular éxito de esta película? Difícil asegurarlo pues en el mercado del cine no existen recetas para el éxito, sin embargo analizaremos algunos factores importantes que creemos son importantes a tener en cuenta:

- Fecha de estreno: La película se estreno estratégicamente el 14 de Agosto, después que los tanques más importantes del cine norteamericano se habían estrenado con lo cual podemos decir que la película corrió sola sin mayores rivales, no sólo en su semana de estreno, sino después pues ningún otro estreno posterior se lanzó con más de 100 copias.

- Marketing: La película tuvo una excelente campaña de marketing que incluía periódicos, revistas, vía pública y principalmente TV, gracias a un importante apoyo de Canal 13, que invadió la pantalla con spots cortos y directos, quien no recuerda la famosa frase "me quiero separar" que una y otra vez Adrián Suar repetía ante una Valeria Bertuccelli que no paraba de hablar. Sería injusto decir que la película tuvo éxito únicamente por esta cantidad de spots pues otras películas nacionales también tuvieron campañas similares y los resultados no fueron tan destacados, como por ejemplo **High School Musical: El Desafío** que tuvo hasta un *reality* en TV el año pasado para elegir a los protagonistas argentinos de este formato cinematográfico de Disney.



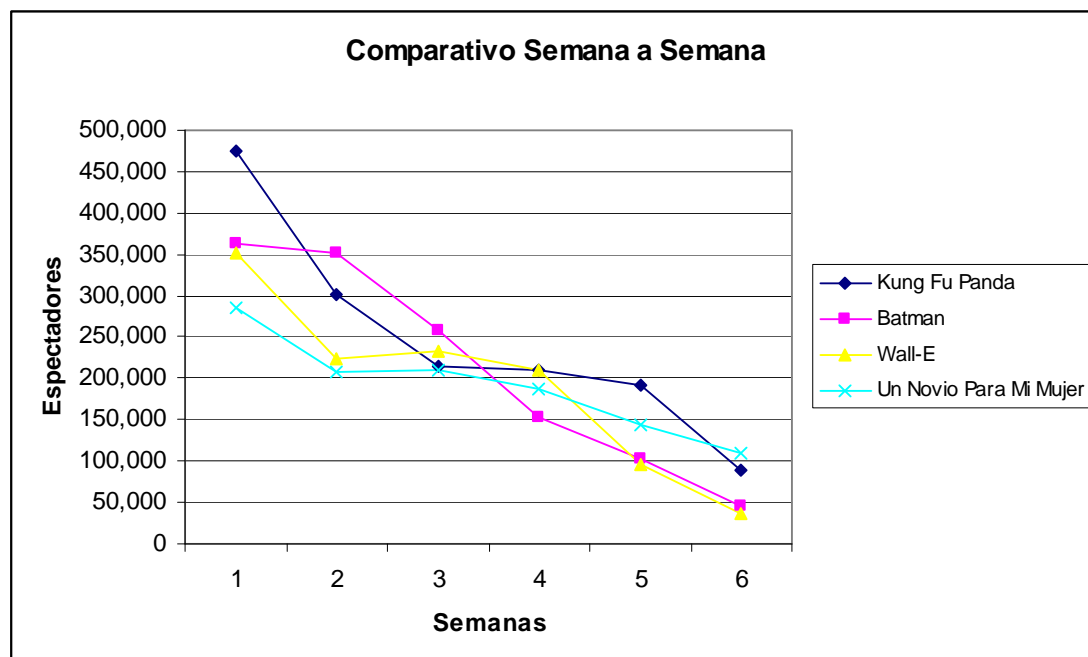
- Campaña: Televisivamente hablando es de destacar la suerte de *product placement* que se hizo junto a la tira **Socias** producida por Pol-Ka en la cual los personajes tienen presencia en uno de los capítulos de la serie, forma novedosa de promocionar y sinergizar el mensaje de la película. De igual forma la más reciente campaña televisiva de mantenimiento retoma esta dinámica entre los protagonistas para hacer un divertido TV spot con el estilo y gracia de la película y los actores.

- El elenco: Un trío de actores que aportan vida propia a sus personajes. Por un lado, la posibilidad de volver a ver a Adrián Suar actuando después de mucho tiempo, en un papel de un tipo común y corriente de fácil identificación, que transmite mucho humor. Por otro lado una Valeria Bertuccelli en un papel de mujer insatisfecha reclamando por todo aquello que se le cruza en el camino, también genera identificación en el público femenino de una forma tragicómica. Finalmente Gabriel Goyti, con un personaje excéntrico y divertido.

- El mensaje: Es un elemento clave del éxito de la película y su campaña comunicacional. El mensaje de la película es claro, simple, directo y cómico.

- La película: Finalmente y no menos importante la película en si misma cumplió con las expectativas de la gente. Una comedia ágil, ligera y divertida sin mayores pretensiones con tres personajes bien planteados dispuestos a entretener y contar una historia. El público disfruta y recomienda la película generando un boca a boca muy favorable, dando como resultado hasta la fecha seis semanas consecutivas en primer lugar del *box office* argentino.

- Boca a Boca: Para graficar el boca a boca positivo de la película presentamos un cuadro comparativo de las seis primeras semanas de las cuatro películas más taquilleras en lo que va del año.



Como se aprecia en el gráfico la cantidad de espectadores con los que estrenó **Un Novio Para Mi Mujer** esta por debajo de los que tuvieron las otras tres películas, sin



embargo al final de la sexta semana la única que supera los 100,000 espectadores semanales es la película de Suar. La caída semanal, propia de los estrenos cinematográficos, es mucho menor en el caso de la producción argentina, lo que demuestra el respaldo que el público le da al film.

A modo de resumen se puede decir que si bien no existen fórmulas mágicas para garantizar el éxito, un buen producto, de calidad en cada uno de sus ingredientes, cuidado en su presentación, con una buena planificación comunicacional, como dirían nuestros abuelos: se vende solo.