

---

Cine a 50 dólares, un experimento para salvar Hollywood

15/06/2013



Azotado por la piratería, la competencia de otros formatos de entretenimiento y la necesidad de pagar sus multimillonarias facturas, Hollywood ha creado el concepto de entradas a 50 dólares (unos 37,5 euros), un experimento iniciado esta semana por Paramount que busca recaudar más a cambio de un puñado de extras.

El estudio fue el primero en ofrecer los bautizados como "Mega Tickets", cuyo nombre hace justicia a lo elevado de su precio, casi cinco veces más que una entrada convencional, como parte de la promoción de su próxima superproducción, "World War Z", protagonizada por Brad Pitt.

Además de un asiento, el comprador se asegura poder ver la película el 19 de junio, dos días antes de su estreno oficial en EE.UU., adquiere unas gafas para cine en 3D creadas por RealD con algún distintivo de "World War Z" y una licencia para descargar el filme o verlo en "streaming" cuando esté disponible.

En ese paquete se incluye un póster, siempre que haya existencias, y una bolsa de palomitas, aunque eso sí, de tamaño pequeño. El refresco no está incluido.

La campaña de los "Mega Tickets", cuyo valor estimado real por el estudio supera los 75 dólares (56,2 euros), se lanzó únicamente en Atlanta, Houston, Los Ángeles, Filadelfia y San Diego, con la colaboración de las salas Regal

Entertainment y del portal de internet Fandango.

Si la idea resulta ser un éxito, Paramount habría descubierto un nuevo nicho de ingresos con un gran potencial para Hollywood que durante los últimos años se ha volcado en producir películas con presupuestos exorbitantes convencidos de que la espectacularidad es su mejor herramienta para atraer espectadores.

Los 200 millones de dólares (unos 150 millones de euros al cambio de hoy) que costó "Titanic" (1997), que fueron entonces una rareza, se han convertido en una cifra habitual y en muchos casos superada por títulos como "Avatar", las sagas "Spider-Man", "Piratas del Caribe", y fracasos como "John Carter", "Battleship", "Green Lantern", por citar varios ejemplos.

Al invertir más en cada proyecto los estudios exponen más su estabilidad financiera y se arriesgan a entrar en crisis si los números no cuadran en alguna de sus grandes apuestas.

Los cineastas Steven Spielberg y George Lucas alertaron esta semana en Los Ángeles de la moda de las superproducciones en la que estaba inmersa la industria, una burbuja que según el director de "Jaws" terminará por explotar.

"Tarde o temprano habrá un gran colapso", aseguró Spielberg que pronosticó un nuevo cambio de "paradigma" en el sector cuando "media docena de estas películas megapresupuestadas se estrellen contra el suelo".

Lucas se atrevió incluso a pronosticar que en el futuro habrá "menos salas de cine" que serán "más grandes y con más cosas", y que los espectadores pagarán de 50 a 150 dólares (de 37,5 a 112 euros).

"Será algo caro, como Brodway o un partido de fútbol", comentó el creador de "Star Wars", quien no hizo más que anticipar los planes de Paramount.

Actualmente hay salas en EE.UU. que ofrecen atenciones exclusivas, asientos reclinables y posibilidad de cenar con servicio de camarero mientras se disfruta de los últimos estrenos por un precio que ronda los 20 dólares (unos 15 euros), comida aparte.

Paramount ha apostado por dar valor a algo que ya ofrece gratuitamente a periodistas, profesionales del sector e incluso público en general que en ciudades como Los Ángeles puede tener acceso a las películas antes de su debut oficial a través de concursos e invitaciones especiales.

Es una práctica común en Hollywood regalar "merchandising" en eventos promocionales en los que no solo se dan las palomitas, la bebida también.

