

# LAS ENSEÑANZAS DE *SUPER MARIO BROS.* Y *BARBIE*



Cuando una gran producción americana se impone con fuerza en la taquilla, a menudo se corre el riesgo de dar por sentados los resultados sin analizar en profundidad las razones del éxito. Sin embargo, a veces es esencial detenerse y echar la mirada atrás para comprender mejor la tendencia del mercado y las expectativas del gran público, considerado con demasiada frecuencia como una entidad abstracta y no como un conjunto de identidades individuales, con sus deseos y opiniones. Un ejercicio de estilo que debería hacerse, por ejemplo, con dos grandes éxitos del año: la película de animación *Super Mario Bros.* y la comedia rosa *Barbie*. Dos casos que tienen más puntos en común de lo que podría parecer a primera vista. En primer lugar, ambos títulos se basan en famosas propiedades intelectuales que han marcado el crecimiento de muchos espectadores (los videojuegos de Nintendo y las muñecas de Mattel), pero también son películas que sientan unas bases sólidas para edificar nuevas franquicias cinematográficas. Si, en efecto, los grandes estudios estadounidenses siguen apostando por las franquicias, no todas funcionan. Ahora mismo hay varias que alar-

gando el chicle y persiguiendo historias poco incisivas, reciben cada vez menos atención. El público, de hecho, está ávido de novedades y este año *Super Mario Bros.* y *Barbie* se las han ofrecido en bandeja de plata. Novedades que Universal Pictures y Warner Bros. Discovery supieron convertir en verdaderas películas de tendencia gracias a increíbles campañas de marketing, convirtiendo estos dos títulos en citas imprescindibles. Logros que han sido posibles gracias a la firma de importantes colaboraciones, como los paquetes de marca de Amazon y los vídeos virales de *Super Mario Bros.*, o las numerosas prendas de ropa de color rosa y la posibilidad de reservar una casa temática de *Barbie* en Malibú. En definitiva, detrás de todo gran éxito siempre hay mucho trabajo de selección y comunicación.

Mientras tanto, al cierre de esta edición, la huelga de guionistas y actores sigue su curso en Estados Unidos. Un proceso que corre el riesgo de repercutir en el mercado cinematográfico mundial, provocando el aplazamiento de películas importantes en un momento tan delicado como el de la recuperación tras la pandemia.

por Paolo Sinopoli