## COMENZA A MOSTRAD ALONG

DESPUÉS DE AÑOS DE UN CRECIMIENTO IMPARABLE, LA CASA DE MICKEY MOUSE COMIENZA A MOSTRAR ALGUNOS SIGNOS DE FATIGA EN TAQUILLA. AUNQUE NO FALTAN ALGUNOS GRANDES ÉXITOS, VARIAS PELÍCULAS NO ESTÁN OBTENIENDO LOS RESULTADOS ESPERADOS. TAMPOCO AYUDA LA AVALANCHA DE CONTENIDO EN STREAMING Y LA INSISTENCIA EN LO POLÍTICAMENTE CORRECTO. MIENTRAS TANTO, EL CEO BOB IGER HA ANUNCIADO UN CAMBIO DE RUMBO Y UN REGRESO A LOS ORÍGENES

por **Cristiano Bolla** 

omo enseñan las grandes fábulas, no todas las fórmulas mágicas son infalibles y, a veces, es necesario buscar otros caminos para superar los obstáculos. Un ejemplo de ello es The Walt Disney Company, que, después de años de crecimiento imparable, a pesar de seguir cosechando grandes éxitos cinematográficos (como el reciente explosivo fenómeno de *Avatar: La Ruta del Agua*), ha comenzado a mostrar algunos signos de fatiga general que han encendido la señal de alarma entre varios analistas.

En tiempos recientes se ha visto cómo producciones cinematográficas de gran envergadura, especialmente relacionadas con el mundo de los cómics, la animación y franquicias famosas, se están alejando gradualmente de esos resultados increíbles a los que la Casa de Mickey Mouse nos tenía acostumbrados. Títulos recibidos con cierta frialdad por el público, con altibajos, no solo en España (si fuera así, los datos no serían tan alarmantes), sino a nivel mundial. Al observar más de cerca los resultados, ya podemos percibir que esos signos



de fatiga ya habían comenzado a delinearse en el horizonte antes de que los problemas de la compañía saltaran a los medios, especialmente en lanzamientos con la marca Pixar, Marvel y LucasFilm, adquiridas por Disney con acuerdos estelares por miles de millones de dólares en los últimos 18 años. Después de años de increíbles éxitos, durante los que nadie cuestionaba las estrategias de la titánica *major* que este año celebró sus 100 años, hoy está claro que no se puede vivir de rentas eternamente y que incluso las franquicias de mayor valor necesitan una renovación constante para reaparecer

ante los ojos del público como novedades atractivas. En cierto sentido, también es fisiológico tener que enfrentar un momento de fatiga después de tantas películas de cómics, animación y títulos ligados a grandes sagas que han recaudado decenas de miles de millones de dólares en taquilla en estos años, especialmente en 2019, un año que marcó un nuevo punto álgido, que no conviene que se convierta en un nuevo estándar de evaluación. Por lo tanto, este análisis, que no pretende ser exhaustivo sino ofrecer algún punto de reflexión, intenta encontrar el hilo de la madeja, exa-







minando las dificultades y el recorrido que ha llevado a enfriar la acogida del público. Intentamos, por lo tanto, identificar una tendencia en torno a esta parábola descendente y adentrarnos en algunas estrategias (discutibles) detrás de ciertas producciones cinematográficas que no han contado con el favor de los espectadores.

## **CAMBIA TODO EN CUATRO AÑOS**

Siempre se parte de los números, capaces de proporcionar una visión objetiva del desarrollo general de los últimos años. Tomando como referencia el 2019, último período antes de la crisis por la pandemia, y los números relativos al mercado español, salta a la vista un dato evidente: hace cuatro años, Walt Disney vivió un momento mágico, llegando a ocupar 7 de las 10 primeras posiciones en la taquilla gracias al éxito de películas que funcionaron tanto a nivel global como local, como El Rey León (37.244.372€ en España), Avengers: Endgame (29.212.979€), la adaptación en acción real de Aladdín (25.373.876€), las películas animadas Toy Story 4 (21.380.235€) y Frozen II (20.959.880€), otra adaptación en acción real como Dumbo (14.505.744€) y, en el fondo del Top 10, Captain Marvel, que en España recaudó 12.887.580€, con-



tribuyendo así a superar la extraordinaria marca del billón de dólares en todo el mundo. A estos se suman Maléfica: Maestra del Mal (12.642.602€) v Star Wars: Episodio IX - El Ascenso de Skywalker, que también en España desde finales de diciembre de 2021 fue todo un éxito, y concluvó su carrera con una recaudación de 19.367.731€. Un éxito nacional que coincide con el mundial: en total, en 2019, la casa de Mickey Mouse recaudó alrededor de 12 mil millones de dólares en todo el mundo. Todo lo que tocaba parecía convertirse en oro: el punto culminante de la historia reciente de la Casa de Mickey Mouse.

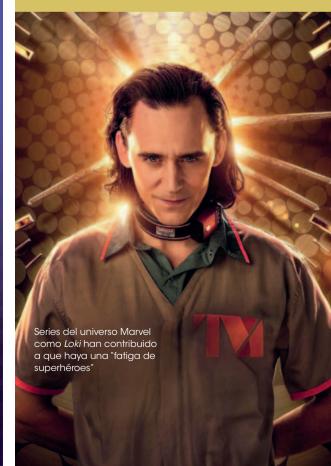
Salto de tres años: en 2022, en la primera temporada cinematográfica postpandemia sin interrupciones, encontramos a Disney en las partes altas de la taquilla española gracias a Avatar: La Ruta del Agua (49.030.492€ en España, en total), Doctor Strange en el Multiverso de la Locura (13.130.862€) y Thor: Amor y Trueno (11.617.137€). Y ya está. Otros títulos de gran atractivo comercial como las animaciones Lightyear (4.672.936€) y Strange World (2.953.307€) no convencieron especialmente, mientras que Black Panther: Wakanda Forever logró mantenerse en los niveles del primero con 7.568.969 €. A principios de 2023 el éxito de Avatar, estrenada en Navidad de 2022, aun seguía dando buenos frutos pero la primera película de Disney en el Top 10 del año

pasado es Elemental, en quinto lugar con una recaudación total de 12.913.576€, seguida por la adaptación en acción real de La Sirenita en octavo con 11.856.135€ e Indiana Jones y el Dial del Destino en el décimo con 11.826.623€. Justo debajo está Guardianes de la Galaxia Vol. 3, siempre con cifras cercanas a los 12 millones. Enfocada a la audiencia adulta, el resultado de Misterio en Venecia (4.737.709€), fue también positivo en tiempos en que la audiencia adulta sigue costando recuperarse. Estos buenos, o incluso excelentes, resultados han ido acompañados de actuaciones decepcionantes o verdaderos fracasos. Después de los ya mencionados, el primer título de Disney en la clasificación del año es Ant-Man y la Avispa: Quantumanía, separado por varias posiciones con unos escasos 5.414.589€ y aun peor le ha ido a The Marvels (2.961.727€); la inflexión tampoco ha perdonado la nueva película Wish, también por debajo de la marca de los 5.9 millones (datos actualizados al 8 de enero de 2023) y generalmente mal recibida a nivel mundial. En total, considerando los aproximadamente 24 millones recaudados por Avatar: La Ruta del Agua desde enero en adelante, Walt Disney Pictures ha recaudado alrededor de 61 millones de euros en España en las primeras diez posiciones en 2023, es decir, 100 millones menos que hace cuatro años (161 millones de euros). Una caída del -62% que no puede pasar desapercibida.

## PLATAFORMAS Y BULIMIA DE CONTENI-DOS

Estos "signos de fatiga" también son reconocidos por los directamente involucrados. El propio CEO de Disney, Bob Iger, durante la reciente cumbre DealBook del New York Times, admitió haber pasado por dificultades durante el período en que dejó las riendas del imperio de Mickey Mouse en las manos de Bob Chapek, antes de regresar como potencial salvador de la patria en noviembre de 2022. Sin embargo, también destacó que los resultados recientes se deben de alguna manera a una inevitable caída fisiológica: "No muchos estudios alcanzarán los números que hemos logrado. Hemos llegado al punto en el que si una película no alcanza mil millones de dólares en la taquilla mundial, nos sentimos decepcionados. Es un estándar increíblemente alto v creo que debemos ser más realistas". Es inútil, por lo tanto, esperar de Disney los mismos resultados que en la última década, y especialmente en ese increíble 2019; aunque esto no es suficiente para explicar el estado actual de las cosas.

La eclosión del *streaming* probablemente también ha jugado un papel. Disney lanzó su servicio de transmisión en 2019, en las vísperas de una inesperada pandemia global. Lo que inicialmente parecía un salvavidas providencial tuvo como efecto secundario un cambio progresivo en la audiencia misma, ya no tan apegada a la idea de la sala y, sobre todo, de la película como un evento colectivo. Esto es especialmente evidente en los productos del universo Marvel:



desde 2021 hasta hoy, se han lanzado 14 series de televisión, algunas muy apreciadas (*WandaVision, Loki*), otras que pasaron bastante desapercibidas (*Moon Knight, She-Hulk*, incluso *Ms. Marvel*). Esta voracidad del mundo de los cómics ha provocado que el público ya no vea el estreno de una nueva película en la gran pantalla como un evento colectivo imperdible, ya que en cuestión de semanas puede llegar algo nuevo a través de *streaming*, tal vez relacionado con el mismo personaje que acaban de ver en el cine y que se convierte en una pieza esencial para tener una visión completa de las historias del MCU.

El presupuesto para las series, obviamente inferior al cinematográfico, también ha llevado a una normal disminución de la calidad de los efectos visuales, lo que ha afectado no solo la recepción general de las mismas, sino que también ha agudizado la llamada "fatiga de superhéroes" que está afectando los resultados en el cine; y la diferencia de resultados entre *Captain Marvel* y *The Marvels* ilustra perfectamente cuánto ha cambiado el panorama en

estos pocos años. Lo mismo ocurre con la galaxia de Star Wars: después de la última película de 2019, solo se han lanzado series (The Mandalorian, The Book of Boba Fett, Obi-Wan Kenobi, Andor y Ahsoka solo por mencionar algunas de acción en vivo) que han expandido el mundo y los personajes de la famosa franquicia de ciencia ficción, pero que al mismo tiempo han provocado una disminución en el afecto e el interés de los fanáticos, debido a la misma voracidad y disminución de calidad que ha afectado al mundo Marvel. El exceso cansa, como también reconoció Bob Iger, que en los últimos meses ha comenzado a cambiar el rumbo para abrazar una filosofía empresarial más cercana al "menos es más". Menos películas, menos series, más contenido de calidad y atención a las historias.

## EL TERRENO RESBALADIZO DE LO POLÍ-TICAMENTE CORRECTO

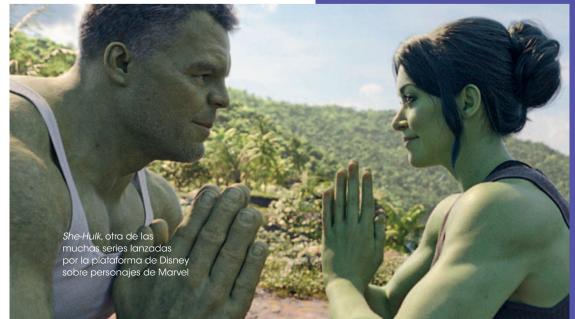
Las historias, precisamente. El CEO de Disney no ha ocultado su descontento por cómo en los últimos años la compañía se ha enfocado excesivamente en los aspectos "equivocados" del entretenimiento: "En cuanto a nuestros contenidos, y en particular la presencia de los llamados personajes 'woke', solo puedo decir que nuestra prioridad siempre debe ser entretener". Con el paso de los años, añadió, al hablar del interregno de Bob Chapek, "Creo que nuestros creadores han perdido de vista el objetivo. Siempre hemos entretenido al público difundiendo mensajes positivos, y *Black Panther* y *Coco* son excelentes ejemplos, porque nos encanta hacerlo, pero ese no debe ser el objetivo. Entretener debe ser la prioridad, no enviar mensajes".

Sin duda, hay algo digno de elogio en la forma que Disney ha tratado de recuperar rápidamente el terreno perdido durante décadas en términos de inclusividad y representación social. Sin embargo, la corrección política en estos años ha sido a menudo un fantasma invocado por una parte del público especialmente ruidosa. Para éstos, algunas decisiones eran instrumentales y políticas o incluso se han percibido como síntomas de una especie de auto cancel culture del propio imaginario de la compañía. Se vio recientemente en el caso de los nuevos enanitos (que va no son enanitos y pertenecen a razas distintas) de la adaptación del live-action de Blancanieves con Rachel Zegler, que rápidamente se vieron envueltos en numerosas polémicas. Es innegable que las elecciones de Disney en estos años han alimentado y dado sustancia a estas críticas, contribuyendo no poco a crear un sentimiento negativo hacia la compañía, especialmente en el mundo de las redes sociales, donde cada anuncio relacionado con los productos de Disney a menudo va acompañado de ironía y burla sobre cambios de género y raza ya descontados. Razón por la cual incluso productos que, en general, han tenido un buen desempeño en el último período, o de los cuales se esperaba más, como La Sirenita con Hailee Bailey o The Marvels, también han estado acompaña-

dos de polémicas.

Apostar por una representación más amplia y justa de las minorías de la narrativa de Disney es sin duda el camino correcto y honorable, sin embargo, la insistencia y algunas decisiones no del todo acertadas con la que se ha llevado a cabo esta nueva doctrina ha causado un efecto boomerang perjudicial, que también se refleja en la taquilla. Se está tratando de remediar décadas de narrativa unívoca en pocos años, olvidando que en el centro siempre tienen que estar las historias.





© Walt Disney Animation Studios/Walt Disney Pictures (1), Gettylmages ( Marvel Studios/Walt Disney Pictures (2), Marvel Studios/Disney+ (2)