



SOCIEDAD

RC 7142

# EL LARGO CAMINO AL OSCAR

Para conseguir las nominaciones al premio, el filme *El cartero* debió sumar a sus virtudes cinematográficas una efectiva estrategia de marketing.

DANIEL OLIVERI

Aunque todo el mundo declare lo increíble que resultan las múltiples nominaciones al Oscar que recibió la película franco-italiana *El cartero*, su éxito no ha sido gratuito. Además de sus indubiables cualidades técnicas, esta modesta cinta contó, para convertirse en el fenómeno que es hoy, con la fe de los distribuidores norteamericanos y con una bien montada estrategia de marketing.

El crítico basada en la novela *Adiós Parícuti*, de Antonio Skármeta, narra la historia de la relación entre Pablo Neruda y un modesto empleado de carnos. La cinta, con sus flamantes cinco nominaciones al premio Oscar, acaba de adentrarse de un sutil modo en la historia de la industria de Hollywood.

Nunca un filme extranjero había logrado tal cantidad de candidaturas en las categorías más importantes (mejor película, director, actor, guión y música); menos aún, uno basado en una historia chilena. Gracias a esto, *El cartero* se inicia de englobe como la gran carta del cine extranjero de 1996 en Estados Unidos con más de US\$ 15 millones en retroducciones. En Chile, único país donde no pegó (sólo 8 mil espectadores), será reestrenada a partir del 29 de febrero.

Miramax, filial de la compañía cinematográfica Disney, es -en parte- la causante de este éxito fulgurante. Encargada de distribuir *El cartero* en Estados Unidos, esta empresa ya tenía experiencia en éxitos comerciales de películas extranjeras y del cine independiente norteamericano, como la británica *El juego de las lágrimas*, la australiana *La lección de piano* y la mayoría de los filmes del español Pedro Almodóvar. La razón de sus acertadas operaciones publicitarias es que ha sabido explotar las cualidades diferenciales de todos estos filmes, para lograr posicionarlos en la cartifera norteamericana.

Según cuenta el propio Skármeta, fue el presidente de Miramax, Harvey Weinstein, quien apreció el potencial del filme, cuando fue estrenado por primera vez con subtítulos en inglés, durante el Festival de Montreal y lo puso como una prioridad de la compañía. Fue postente -su título en inglés- fue estrenada en 95 salas estadounidenses. Ese cifra es bastante grande para un filme extranjero, pero poco si se considera que una película taguillera de Hollywood puede llegar a estrenarse en miles de cines.

A los tres meses, ya había conseguido casi US\$ 6 millones y pasó a un total de 250 salas. El éxito de público y el unánime elogio de la crítica hicieron que la Miramax pensara en invertir fuerte en una reposición fijada para el día 5 de enero pasado. La cinta fue puesta nuevamente en unas 250 salas, pero esta vez con miras a conseguir la preciada nominación.

Cynthia Schwartz fue la encargada de la campaña publicitaria para candidatar la película a los Oscar y ha declarado que "su elección significa mucho. Es importante, no sólo para el filme, sino para la situación general de las películas extranjeras en este país". Miramax invirtió más de US\$ 1,5 millones en la promoción y, en los últimos 45 días, apuntó específicamente a los 5.000 miembros de la Academia de Ciencias y Artes Cinematográficas que votan cada año por el Oscar.



*El cartero* es todo un fenómeno de éxito que también ha alcanzado al escritor chileno Antonio Skármeta



Pero para que esto fuera posible confluían además otros factores. El filme se estrenó en su país de origen -Italia- en 1994, pero no fue candidato para representar a su país en los Oscar del año pasado. Preferieron mandar otra cinta, desechando a *El postino* -como se llamó allí- por tener un director de nacionalidad británica.

Como fue estrenada comercialmente durante 1995 en los Estados Unidos y no fue postulada antes por Italia, Miramax comenzó a llamar la atención de los miembros de la Academia. Como parte de la campaña que partió en enero, fueron publicados destacados avisos en la prensa norteamericana -como *The New York Times*- donde se decía que el mundo literario apoyaba el filme, citando los elogios de John Updike, Isabel Allende y Oscar Hijados, entre otros.

Incluso, dentro del afiche publicitario de la cinta pusieron un cartel que decía: "Miembros de la Academia: *El cartero* no es elegible como mejor película extranjera. Por lo tanto, por favor considérenla para todas las otras categorías, incluyendo mejor película".

Económicamente, por lo menos, la inversión de Miramax está más que justificada, aunque la película no gane ningún premio en la ceremonia del próximo 25 de marzo. Ahora, si llega a conseguir alguno, la cosa se pondrá aún mejor para todos los involucrados. Esto incluye a Skármeta, quien dice que todo esto le ha cambiado la vida y aún no sabe qué va a pasar con él en el futuro. Y, aunque aún no quiere adelantar nada, se presume que va a hacer otras ofertas para adaptar sus novelas o hacer guiones de cine. [E]

N-1297

# El Largo camino al Oscar [artículo] Daniel Olave.

Libros y documentos

## AUTORÍA

Olave, Daniel

## FECHA DE PUBLICACIÓN

1996

## FORMATO

Artículo

## DATOS DE PUBLICACIÓN

El Largo camino al Oscar [artículo] Daniel Olave. retr.

## FUENTE DE INFORMACIÓN

[Biblioteca Nacional Digital](#)

## INSTITUCIÓN

[Biblioteca Nacional](#)

## UBICACIÓN

Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 651, Santiago, Región Metropolitana, Chile