

Netflix producirá menos películas, pero quiere que sean más grandes y mejores

No es un secreto que Netflix no atraviesa por su mejor momento. A pesar del éxito de fenómenos como 'Los Bridgerton' o 'Stranger Things', la plataforma sufrió un duro golpe el pasado mes de abril cuando se anunció que, por primera vez en 10 años, había perdido 200.000 suscriptores, lo que precipitó su caída en bolsa y pérdidas millonarias para ella. Desde entonces, el streamer ha estado en modo gabinete de crisis estudiando cómo remontar tras este bache y parece que se avecinan cambios importantes.



Según desvela The Hollywood Reporter en un nuevo reportaje en exclusiva, la división de cine de Netflix, dirigida por Scott Stuber, planea adoptar una nueva estrategia a partir de ahora, que se basará en producir menos películas, pero más grandes y mejores. O al menos esa es la intención.

Según desvelan varios trabajadores de la compañía de Ted

Sarandos de forma anónima a la publicación, desde abril, el ambiente en Netflix es de preocupación y la moral está “atascada”. Entre otras medidas para recortar costes, Netflix despidió recientemente a 150 empleados, desmantelando su división familiar y de animación (lo que dejó muchos proyectos cancelados), así como el departamento dedicado a largometrajes de menor presupuesto (proyectos por debajo de los 30 millones de dólares). El siguiente paso es centrarse en la producción de películas evento, es decir, producciones de alto nivel con grandes repartos y mayor despliegue, como ‘No mires arriba’, ‘Alerta Roja’ o ‘El proyecto Adam’. Es decir, lo que vienen siendo blockbusters de Hollywood.

Eso sí, a pesar de que las superproducciones van a llevarse el foco de la compañía, según una de las fuentes de THR, eso no quiere decir que las películas más pequeñas vayan a desaparecer de la plataforma. Simplemente se volverán más “de nicho” y realizadas a medida para audiencias más pequeñas y apasionadas. Por otro lado, Netflix tampoco planea pasarse a producir solo películas de 150 millones de dólares, sino que distribuirá sus presupuestos de otra manera. Por ejemplo, donde antes hacían dos películas de 10 millones, ahora harán una de 20 para intentar hacerla mejor. “El objetivo es realizar la mejor versión de algo en vez de abaratarlo solo por sacar más”, dice uno de los insiders. De la misma manera, y a pesar de las nuevas prioridades, por ahora hay intención de mantener su objetivo de estrenar al menos una nueva película cada semana

Sobre cómo y cuándo implementarán estos cambios, no hay detalles específicos, pero será un proceso paulatino que comenzará muy pronto. “En las próximas semanas habrá reuniones con productores y directores para hablar del tamaño y los géneros de las películas”, desvela uno de esos productores que ha sido citado para conversar con Netflix sobre futuros proyectos.

Con distinguidas excepciones, Netflix lleva años conociéndose

por una estrategia de producción en la que a menudo ha primado la cantidad por encima de la calidad, y parece que eso va a cambiar próximamente. A medida que la competencia en la guerra del streaming se vuelve más intensa, Netflix se ha dado cuenta de que para competir no hay que hacer más, sino hacerlo mejor.

Próximamente

En los próximos meses aterrizarán en la plataforma películas como 'Spiderhead', thriller de ciencia ficción protagonizado por Chris Hemsworth, o la mencionada 'El agente invisible', una de las producciones más caras del streamer hasta la fecha, con Chris Evans, Ryan Gosling y Ana de Armas.

Siguiendo esta estela, a finales de año nos llegará la esperada secuela de 'Puñales por la espalda', una de las dos nuevas entregas de la exitosa creación de Rian Johnson que Netflix adquirió en un acuerdo por el que pagó unos desorbitados 469 millones de dólares. No sabemos si las adquisiciones de este calibre volverán a suceder, pero lo que está claro es que, a partir de ahora, Netflix pretende invertir su dinero con más cuidado. Esto quiere decir que no dará luz verde a cualquier proyecto, sino que a priori será más selectiva, de cara a ofrecer a sus suscriptores una razón de peso para quedarse: buenas películas.

Fuente: ecartelera.