

Steven Spielberg declara la guerra a Netflix



Entre los premios conseguidos y el impacto social de Roma, Netflix puso a las plataformas online en el corazón más importante de la industria del cine. Pero hay quienes no están muy contentos con el avance del streaming y su posición “amenazante” contra la industria tradicional. Uno de ellos es el mismísimo Steven Spielberg que ya lidera una campaña que exige cambios a la Academia, provocando todo tiempo de reacciones.

El Festival de Cannes ya cerró sus puertas a Netflix, demandando que las películas se estrenen en salas francesas si quieren competir en el prestigioso certamen. Mientras Venecia optó por la vía de la aceptación, incluso premiando a Roma en 2018 con el León de Oro a la mejor película. La casa streaming hizo lo necesario para cumplir con las normas de la Academia,

se gastó \$30 millones de dólares en una campaña promocional, y colocó a Roma entre las favoritas a los Oscar. E hicieron historia. Consiguieron tres estatuillas a mejor película de habla no inglesa, fotografía y director para Alfonso Cuarón.

Y a pocos días de la ceremonia, Steven Spielberg se ha plantado exigiendo cambios. El pasado viernes 1 de marzo, saltó la bomba cuando Indiewire informó que el rey Midas de Hollywood había declarado la guerra a Netflix. Spielberg cree que la compañía solo debería competir en los premios Emmy de la televisión, y no en los Oscar, y espera que la Academia incorpore cambios en sus bases. “Steven está convencido de las diferencias entre el streaming y el estreno en salas” dijo un vocero de su productora Amblin. “Sería feliz si el resto de uniera [a su campaña] cuando surja el tema” en la reunión anual que tendrá con el resto de los gobernadores de la Junta de la Academia (él es uno de ellos).

La Academia parece estar de acuerdo con que el tema debe ponerse sobre la mesa en la reunión que tendrá lugar en abril, pero se desconoce cuál será su postura definitiva. Hay una gran parte de Hollywood que se siente amenazada por el avance del streaming. Hubo quienes se quejaron porque Netflix gastó \$30 millones en la campaña de Roma, cuando Green Book solo pudo invertir \$5 millones.

Mientras los distribuidores de películas extranjeras se vieron obligados a estrenar corriendo a sus candidatas ante la disponibilidad de Roma en la plataforma. Pero el mayor debate está en que Roma solo estuvo tres semanas en cines de EEUU - para luego estar disponible en todo el mundo a través del servicio online-, que Netflix no ingresa en la taquilla y que sus películas están disponibles las 24 horas del día en 190 países. Una competencia difícil de igualar para las películas producidas para su estreno en salas.

Pero también hay quienes discuten que, cuando se trata de los Oscar, la taquilla no tiene influencia y que ya sea en salas o

en el streaming, cada película puede calificar para los premios con solo una semana de exhibición teatral en cines de Nueva York y Los Angeles. Sin embargo, la Academia y Spielberg quieren claridad. La industria tradicional no solo se enfrenta a Netflix, sino también a Amazon, Apple, YouTube y la próxima plataforma Disney+ que tendrá películas hechas en exclusiva para el formato.

Netflix no se ha quedado de brazos cruzados y tras surgir la polémica, ha contestado. La compañía respondió a través de su cuenta oficial de Twitter con este mensaje directo a la Academia: “Amamos el cine. Y aquí van otras cosas que también amamos: -acceso a la gente que no puede pagar o vive en ciudades sin cines; – permitir que todos y en todos lados disfruten de estrenos al mismo tiempo; -dar a cineastas más formas de compartir el arte.

Estas cosas no son mutuamente excluyentes”.

We love cinema. Here are some things we also love:

-Access for people who can't always afford, or live in towns without, theaters

-Letting everyone, everywhere enjoy releases at the same time

-Giving filmmakers more ways to share art

These things are not mutually exclusive.

– Netflix Film (@NetflixFilm) 4 de marzo de 2019

Fuente: vida-estilo.