

Opinión

El Oscar no es naranja

Mauricio Reina*



Terremenda sorpresa nos llevamos el domingo pasado en la entrega de los premios Oscar, cuando *Green book* ganó como mejor película, superando a la favorita *Roma*. La cinta de Alfonso Cuarón no solo venía con diez nominaciones bajo el brazo, sino que además tiene valores cinematográficos evidentemente superiores a los del filme que a la postre ganó.

Hay muchas diferencias entre las dos películas, pero me interesa concentrarme en una que explica el desconcertante resultado. Mientras *Green book* es un producto de la más pura tradición de Hollywood, *Roma* está en las antípodas. La primera tiene personajes esquemáticos, un conflicto suavizado y un final feliz, mientras la segunda tiene una narración atmosférica, un ritmo pausado y un manejo de cámara poco convencional.

Pero, sobre todo, las cintas

difieren en cuanto a sus esquemas de producción y distribución, que definen el modelo empresarial que representan. *Green book* es un típico producto de Hollywood, un nombre que resume la manera como se ha hecho cine durante casi un siglo, basada en los pilares de seis grandes estudios que también han estado integrados verticalmente hacia la distribución. Dicho de otra manera, *Green book* representa la industria del cine como la conocimos durante muchas décadas.

Entre tanto, *Roma* es resultado de una inmensa disrupción. Producida por Netflix, la vieja empresa de alquiler de videos que se ha convertido en la mayor plataforma de *streaming* del mundo, la cinta es el estandarte de una nueva manera de hacer, distribuir y exhibir el cine, o si quieren ponerlo en términos criollos, una especie de cine naranja. La confrontación de los dos modelos es evidente y ya deja algunas cosas claras. Según la revista *The Economist*, la asistencia a cine en Estados Unidos ha caído 30 por ciento en los últimos quince años, mientras que Netflix ha duplicado



Si bien es muy probable que los estudios y las distribuidoras tradicionales se muevan cada vez más hacia plataformas de 'streaming', la experiencia de ver una película en una sala de cine supera por mucho la de hacerlo en cualquier dispositivo doméstico".

el número de suscriptores desde el 2014.

Las transformaciones también se evidencian en el campo de la producción: el año pasado Netflix produjo más de ochenta películas, mientras que venerables estudios como Warner y Disney produ-

jeron menos de la tercera parte cada uno. Aunque hay que decir que Netflix aún permanece en números rojos, evidentemente se ha convertido en la mayor piedra en el zapato de los grandes estudios. En estas condiciones, es obvio que la Academia de Hollywood tenía motivos de sobra para no premiar al producto estrella de su mayor rival.

¿Quién terminará ganando este pulso de una de las industrias más rentables y dinámicas que existen? Difícil saberlo, porque si bien es muy probable que los estudios y las distribuidoras tradicionales se muevan cada vez más hacia plataformas de *streaming*, la experiencia de ver una película en una sala de cine supera por mucho la de hacerlo en cualquier dispositivo doméstico. Prueba de ello es que quien haya visto *Roma* en un televisor o en un computador, vio una película distinta a la que vimos quienes la disfrutamos en pantalla gigante y con el sonido que corresponde. En la industria del entretenimiento hay placeres clásicos que la tecnología jamás podrá igualar.

*Investigador Asociado de Fedesarrollo