

Netflix apuesta por el contenido propio y busca que el 50% del material sea Original

Netflix tiene muy claro que su futuro pasa por el contenido propio (sus Netflix Originals). En enero de este año, los responsables de este servicio de vídeo bajo demanda anunciaron que en 2016 Netflix alcanzaría las 600 horas de contenido original (incluyendo ahí series, películas, documentales, animación y programas de humor), doblando para ello el número de títulos propios respecto al año pasado.

La apuesta de Netflix por los títulos originales no se va a quedar ahí: David Wells, director de finanzas de la compañía, aseguraba esta semana que la idea era conseguir que el 50% de su contenido sea propio de Netflix, entendiendo como tal series y películas que ellos mismos han producido o cuyos derechos han adquirido en exclusiva. El otro 50%, claro, lo representarían otros contenidos que compran a otras compañías.

Según Wells, no están demasiado lejos de conseguir ese 50% de contenido propio: en "un tercio o hasta la mitad" del camino, según él. Además, resalta que no todos sus programas tienen que ser "exitazos" siempre, claro, que su coste sea proporcionado con lo que aportan al servicio. Y no son los únicos: según el ejecutivo, los costes de la producción de contenidos han bajado, pero también han subido el número de títulos disponibles y el número de interesados que puján.

Netflix, ¿el "Google de Hollywood"?

Lo que Wells no mencionó es si también existe la posibilidad de que se reduzca el catálogo de contenidos de terceros, siendo así más fácil llegar a la mitad de contenidos propios. A corto plazo parece poco probable, y menos si Netflix quiere sobrevivir con la cantidad de alternativas VOD existentes en el mercado, pero puede que se estén preparando para un futuro muy distinto...

El diario Hollywood Reporter publicaba la semana pasada un completo artículo (lo recomiendo si te gusta todo lo relacionado con los servicios VOD y el mercado audiovisual) en el que varios ejecutivos del sector, anónimos eso sí, comenzaban a criticar la estrategia de Netflix y de cómo muchos estudios comienzan a temer que éste se convierta en un "monopolio" audiovisual.

A corto plazo, que Netflix te solucione la distribución de una serie (con el plus de que se la vendas y ellos se encarguen de su distribución internacional), es muy rentable y te da dinero rápido. Pero las cosas se pueden complicar si Netflix se convierte en el único servicio de VOD potente a nivel mundial, si, como temen los ejecutivos que menciona el Hollywood Reporter, esto puede significar que impongan sus propias normas... y sus propios precios.

La preocupación del sector que refleja el artículo no se queda ahí, sino que también habla de la gente

que está creando originales para Netflix. Las cadenas de cable ya no son las únicas que ofrecen libertad y buenos acuerdos a los creadores potentes: Netflix no sólo puja bastante alto por los proyectos, sino que normalmente encarga una o varias temporadas del tirón y además les soluciona la distribución fuera de EEUU al comprar los derechos globales.

Comienza a existir cierta intranquilidad contra Netflix dentro del sector audiovisual estadounidense. Esto, tanto a productoras como a creadores y a actores, a corto plazo les beneficia y les supone una inyección importante de dinero, pero ¿a largo plazo? Algunos miembros del sector están preocupados de que, si Netflix consigue una posición dominante, en el futuro comiencen a pagar menos por los derechos o incluso recorten la libertad creativa en sus proyectos. En el artículo incluso explican cómo algunos tienen miedo a que Netflix se convierta en el "Google de Hollywood". No descartemos que en el futuro Netflix sea también productora, en lugar de comprar solamente los originals a otros.

Fuera de Estados Unidos, otras cadenas y grupos mediáticos se están planteando la forma de hacer frente a este gigante que compite contra ellos en la adquisición de derechos. Aquí el problema con los originals ya no es tan grande (en el sentido de que todavía se produce poco para Netflix a nivel internacional), pero por ahora Netflix tiene una ventaja tremenda a la hora de pujar por los derechos globales de los contenidos de otros.

Los originals como seguro

¿A dónde voy con todo esto? Que Netflix apueste tanto por sus originals, hasta tal punto de querer conseguir que la mitad de su catálogo lo sea, tiene todo el sentido del mundo por dos razones. La primera, la más obvia: son contenidos exclusivos en sus respectivos países, lo que les ofrece una ventaja clara respecto a la competencia. ¿Que quieres ver 'Stranger Things'? O te abonas a Netflix o no podrás verlo. Nadie tiene esos derechos.

Los originals de Netflix son atractivos porque son exclusivos, pero también porque son contenidos que Netflix tendrá sí o sí

Pero también hay, en mi opinión, una segunda razón en el horizonte: Netflix puede estar preparándose para el día en el que otras cadenas y estudios no vendan tan alegremente los derechos de sus series a la popular plataforma de streaming. HBO, de hecho, nunca lo ha hecho, y Netflix ya ha tenido problemas con algunas en el pasado (como Starz) antes de apostar fuerte por sus propios contenidos. Como estrategia, y aunque no será precisamente barata para ellos, lo que está haciendo Netflix tiene todo el sentido del mundo.

La noticia El nuevo objetivo de Netflix es que el 50% de su catálogo sea contenido propio, ¿por qué? fue publicada originalmente en Xataka por María González .

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Televisión y Radio](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>