

Netflix está pensando en crear proyectos de realidad virtual y videojuegos

11/07/2021

Tal como sucede con Facebook (que no es solo una simple red social), **muchos piensan que Netflix es solamente una plataforma de streaming**; lo cierto es que esta compañía de entretenimiento tiene muchísimos otros planes en mente. Además de las series y películas producidas bajo su nombre, Netflix está pensando ahora en adentrarse al mundo de la realidad virtual y los videojuegos.

De acuerdo con un comunicado de prensa publicado en su página oficial, el gigante del entretenimiento anunció un nuevo acuerdo que realizó con **Shonda Rhimes, la misma productora que dio vida al éxito de Bridgerton en Netflix.**

Según información de Netflix, “inspirada en la serie de novelas románticas más vendida de Julia Quinn, Bridgerton de Shondaland rompió récords de Netflix al ser vista por 82 millones de hogares miembros en todo el mundo en sus primeros 28 días”; lo que llevó a la productora a querer nuevos proyectos con Shonda Rhimes y su empresa Shondaland.

“Después del éxito récord mundial de Bridgerton, Netflix y la prolífica productora Shonda Rhimes están ampliando su relación de contenido creativo”, explicó Netflix.

Cabe recordar que, además de Bridgerton, **Shondaland también es responsable de series famosas como Grey's Anatomy (2005)** y de películas como el documental Dance Dreams: Hot Chocolate Nutcracker. Además, está encargada de la producción de próximos estrenos como “Inventing Anna” y “Notes on Love”.

Asimismo, la misiva indica que la relación empresarial entre

ambas compañías tiene prevista la creación de largometrajes, **así como la realización de videojuegos y de tecnología basada en la realidad virtual.**

“Ted, Bela y todo el equipo de Netflix han sido socios tremendos durante cada paso del proceso, apoyando mi visión creativa y mostrando una dedicación continua a la innovación que ha hecho de Netflix una potencia tan grande”, manifestó Rhimes.

✘ Netflix busca mejorar su catálogo de servicios por medio de la inclusión de la realidad virtual y los videojuegos.

En busca de nuevo público

Aunque los largometrajes suenan como un tema atractivo para Netflix, lo cierto es que la intrusión en los videojuegos parece ser todo un sueño para la parte creativa de la empresa. Así lo expresó el director de operaciones y productos de Netflix, **Greg Peters**, quien en abril puso sobre la mesa las intenciones claras de su compañía de hacerse con tecnología y métodos que le permitan incursionar en el mundo de los “videogames”.

“Estamos tratando de averiguar cuáles son todas estas formas diferentes (...) **podemos profundizar ese fandom, y ciertamente los juegos son un componente realmente interesante de eso**”, indicó Peters.

“No hay duda de que los juegos serán una forma importante de entretenimiento y una modalidad importante para profundizar la experiencia de los fanáticos”

Por otro lado, en Netflix siempre se han visto reacios a formar un emporio con base en la realidad virtual, acusando no sentirse preparados para enfocarse en esta actividad teniendo en cuenta lo relativamente nueva que es esta tecnología.

Asimismo, **las constantes dudas de si dejar de ser una empresa**

de entretenimiento, para poder convertirse en un medio de comunicación, no han sido ajenas a la demora de esta compañía por hacerse con experiencias de realidad virtual entre su catálogo de servicios.

Sin embargo, tal parece que ya llegó el tiempo de invertir un poco en esta opción y dejar de centrarse en los productos audiovisuales, para crecer en proyectos que permitan la inclusión de la tecnología en la vida cotidiana de sus usuarios; aunque por supuesto, esta idea no tiene que ser alejada de las series y películas, sino que puede ser un gancho para atraer nuevo público y fidelizar al que ya se tiene.

Fuente: Infobae