

“Blitz” foi a única produção da Apple a chegar à lista do Oscar



Os indicados ao 97º Oscar foram anunciados e a Apple TV+ não vai levar para casa outro Oscar de Melhor Filme, ou qualquer outra coisa - porque não tentou.

Ninguém pode tirar da Apple que ela foi o primeiro streamer a ganhar o Oscar de Melhor Filme por “CODA”. Isso não vai se repetir em 2025, mas, ao contrário da Netflix, a Apple realmente não se esforçou muito desta vez.

Isso fica claro não pela falta de indicações, mas pela lista de indicados ao Oscar - e antes disso, pelas tentativas de relações públicas da própria Apple. Todos os anos, os estúdios montam campanhas conhecidas como “For Your Consideration”, tentando fazer com que os eleitores da Academia assistam pelo menos aos principais filmes, e a Apple promoveu quatro títulos.

Esses foram os longas-metragens “Blitz” e “Fly Me to the Moon”, além dos documentários “Bread and Roses” e “The Last of the Sea Women”.

“Blitz” chegou à lista de finalistas em três categorias. A Academia anunciou em dezembro de 2024 que “Blitz” estava na disputa pela trilha sonora original, [música](#) original e som.

Portanto, a Apple não ignorou o Oscar, mas separadamente tomou medidas que fizeram com que seus filmes não fossem elegíveis. Ao mesmo tempo, a Academia tomou medidas em relação aos critérios de elegibilidade que favorecem os filmes teatrais em vez daqueles feitos por streamers.



Entre a versão mais recente das regras de elegibilidade, as partes principais são que os filmes devem começar com um lançamento teatral de uma semana em uma das seis cidades especificadas dos EUA. Deverão também ter uma execução alargada de sete dias (não necessariamente consecutivos) em 10 dos 50 principais mercados dos EUA, não mais de 45 dias após a execução original.

Não é certo se todas as produções cinematográficas da Apple em 2024 tiveram a intenção de obter um lançamento teatral qualificado, mas uma definitivamente foi. “Wolfs” teve um amplo lançamento garantido, na medida em que suas estrelas George Clooney e Brad Pitt aceitaram cortes salariais para que isso acontecesse – e isso não aconteceu.

“Wolfs” durou cerca de uma semana e, segundo Clooney, esteve em apenas algumas centenas de cinemas. Conseqüentemente, a Apple optou efetivamente por excluí-lo da disputa pelo Oscar, como parece estar fazendo com a maioria de seus filmes.

## **Netflix é uma história diferente**

A Netflix, por outro lado, não tem vergonha de buscar a glória do Oscar. Seu site “For Your Consideration”, por exemplo, publicou 23 filmes em categorias que vão de animação a documentário.

Também valeu a pena, já que a Netflix ganhou 18 indicações para o 97º Oscar.

A Netflix é muito diferente da Apple, no entanto. Enquanto a Apple faz filmes ou se esforça para adquirir direitos globais, a Netflix faz muito mais acordos de distribuição.

Por exemplo, foi indicado para Melhor Longa-Metragem de Animação por “Wallace & Gromit: Vengeance Most Fowl”, mas esse filme do Reino Unido foi uma produção da Aardman Animation exibida pela [BBC](#). A Netflix possui direitos de distribuição apenas fora do Reino Unido.

Mesmo assim, a Netflix está concorrendo ao cobiçado Oscar de Melhor Filme com o filme francês “Emilia Perez”. Esse filme recebeu 13 indicações, dando à Netflix a [honra](#) de distribuir os filmes em língua não inglesa mais indicados na história do Oscar.

## **Por que a Netflix continua tentando a glória do Oscar e a Apple não**

Não é provável que um filme francês ganhe o prêmio de Melhor Filme, não quando enfrenta “Wicked”, “Dune: Part Two” e “A Complete Unknown”, entre outros. Portanto, é provável que a Netflix continue tentando que o próximo Oscar seja realizado em 2026.

É possível que a Apple também tente outra vez. Durante 2025, está lançando o filme de automobilismo “F1”, estrelado por Brad Pitt, e isso está sendo visto como um teste para



saber se a Apple voltará a fazer lançamentos nos cinemas.

No entanto, mesmo que isso aconteça, a Apple poderá não mais buscar o Oscar. Promover um filme como candidato a Melhor Filme é um negócio surpreendentemente caro.

Em 2019, estimou-se que entre eventos, exibições e publicidade, um estúdio poderia gastar entre US\$ 20 milhões e US\$ 30 milhões para consideração do Oscar e marketing especificamente para o prêmio.

Se você perder, isso significa muito dinheiro jogado fora, mas se você ganhar, vale a pena - para filmes tradicionais, não necessariamente para streamers. Ser capaz de colocar um rótulo de "Vencedor de Melhor Filme" em uma caixa de Blu-ray, por exemplo, resultará para sempre em vendas e aluguéis mais altos para esse filme do que de outra forma.

Os streamers não têm caixas para colocar adesivos. Eles podem lucrar atraindo mais assinantes, mas precisam continuar promovendo seus ganhos, o que significa que precisam continuar pagando.

A Apple tem seu Oscar de Melhor Filme e tem o direito de se gabar de ser o primeiro streamer a conseguir um. Isso é ótimo, sempre terá isso.

Mas também tem um orçamento. Dada a forma como está reduzindo suas vitrines teatrais, parece que foi reavaliado como deseja gastar isso.