RESUMEN DE MEDIOS

VIERNES, 24 DE FEBRERO DE 2023

ORIGINALES / FICCIÓN

SENTIMOS LAS MOLESTIAS T2

Movistar Plus+ estrenará la T2 de "Sentimos las molestias" el 30 de marzo (VARIOS)

TODOS MIENTEN

Movistar Plus+ renueva 'Todos mienten' (VARIOS)

SUPERNORMAL T2

Miren Ibarguren: "Me parece guay que una actriz pueda trabajar estando embarazada" (Woman)

LA UNIDAD KABUL

Movistar Plus+ lleva "La Unidad Kabul" al Festival de Málaga (Señal News, ProgramaPiloto.TV)

VENTAS

Beta vende series de Movistar Plus+ a ProSieben, Radio-Canada y RTP (TBI Vision)

Berta cierra un paquete de ventas globales de series de Movisatr Plus+ (Señal News)

TELEFÓNICA Y TELECOMUNICACIONES

Pallete: “La fusión de Orange y MásMóvil debe ser aprobada sin condiciones” (Cinco Días)

Telefónica blinda un dividendo de 0,30 euros tras crecer en todos sus mercados (Expansión)

Telefónica eleva los clientes totales a 383 millones, pero sigue perdiendo en TV (Expansión)

Telefónica crece en ingresos anuales por primera vez en siete años (El Economista)

Bruselas abre la puerta a que las grandes tecnológicas paguen por el uso de las redes (VARIOS)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

Mediaset y Atresmedia mantienen ventas pese a la caída publicitaria (Expansión)

Los menores ingresos por publicidad recortan un 5% el beneficio de Atresmedia (Cinco Días)

El negocio televisivo de Atresmedia cae un 4,6% (El Economista)

Mediaset redujo sus ganancias un 1,5% en 2022, hasta 178 millones (Cinco Días)

Mediaset premia a Vasile con seis millones por su "magnífica" gestión (El Economista)

Alex de la Iglesia, Carolina Bang quieren que Pokeepsie Films se haga más grande (Variety)

DEPORTE Y TV

Entrevista con Alejandro Scannapieco, nuevo responsable de LaLiga Tech (2PlayBook)

El fan, un negocio de 850 millones para el fútbol (Expansión)

La nueva oferta de DAZN para ver MotoGP en 2023 (tras la lluvia de críticas) (El Periódico)

Reino Unido estrecha el cerco sobre la Premier League y crea un órgano de control financiero (Palco 23, 2PlayBook)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

Entrevista con Casey Bloys, CEO de Contenidos de HBO y HBO Max (Variety)

TelevisaUnivision suma 25 millones de abonados de *streaming* y mejora sus beneficios (Bloomberg)

ViX reporta 25 millones de usuarios activos mensuales (Cveintiuno)

Los servicios de *streaming* están subiendo precios, entonces, ¿por qué Netflix los está bajando en más de 100 mercados? (The Hollywood Reporter)

YouTube se come a Netflix (Vandal)

El anime y "The Last of us" transforman el negocio de Sony (Financial Times)

BritBox International alcanza los 3 millones de suscriptores (Variety, TBI Vision)

¿Cuánto vale una película?(The Hollywood Reporter)

¿Pagarías por las RRSS? Meta, Twitter y Snap quieren averiguarlo (The Hollywood Reporter)

VIDEOJUEGOS

'Hogwarts Legacy' supera las 267 millones de horas de juego (Variety)

MOVISTAR PLUS+

"Desde Rusia contra Putin: los héroes que resisten la guerra contra la verdad" (Ricardo de Querol en EL PAÍS)

'Sospechoso': hasta usted mismo puede ser el asesino (Alberto Olmos en El Confidencial)

La humanidad se enfrenta a la destrucción en el tráiler de la serie "El quinto día" (Bolsamanía)

El cine de estreno de marzo en Movistar Plus+ (Mundoplus.tv)

Grandes estrenos de cine en marzo en Movistar Plus+ (La Henryteca del Cine)

Calendario de estrenos de cine en Movistar Plus en marzo 2023 (Cultura en Cadena)

Películas interesantes en los estrenos de marzo de Movistar Plus+ (Computer Hoy)

Movistar+ calienta motores para los Oscar (Grupo NOTICIAS)

Los Oscar por Movistar Plus+: esto es todo lo que podremos ver (Xataka)

ORIGINALES / ENTRETENIMIENTO

#VAMOS

"Romario, el ingobernable" (Mònica Planas en Mundo Deportivo)

La vida nocturna de Romario en España (Relevo)

MARTÍNEZ Y HERMANOS

Vicco pide "perdón" por el bucle de su 'Nochentera' (VerTele)

LA RESISTENCIA

Ptazeta, en "La Resistencia" (VARIOS)

LA EXPLOSIÓN DE LAS CÓMICAS

"La explosión de las cómicas" estreno el 7 de marzo en Movistar Plus+ (Mundoplus.tv)

CulturaOcio

La segunda temporada de Sentimos las molestias, la serie de Resines y Rellán, llega el 30 de marzo a Movistar Plus+



La segunda temporada de Sentimos las molestias llega el 30 de marzo a Movistar Plus+ con Fernando Colomo - MOVISTAR PLUS+

Cultura Ocio

Publicado: jueves, 23 febrero 2023 15:10
@culturaocio

Newsletter

MADRID, 23 Feb. (CulturaOcio) -

Sentimos las molestias, la **serie de Movistar Plus+** protagonizada por **Antonio Resines** (Müller) **y Miguel Rellán** (Rafa), estrenará su **segunda temporada el próximo jueves 30 de marzo**. En esta segunda entrega, aseguran sus creadores Álvaro Fernández-Armero y Juan Cavestany, "los personajes se tienen que enfrentar definitivamente a **la realidad de su propia decadencia**".

"Para ayudarnos a contar ese **viaje a la aceptación de la vejez decidimos crear un personaje nuevo, Alejandro,** que actuara como cicerón en ese nuevo mundo de la vejez. Alejandro es culto, buen conversador y a la vez una persona que no reniega de su edad ni de sus circunstancias y será la guía que necesitan nuestros protagonistas para perder ese pudor o ese prejuicio que hasta ahora han tenido", explican sobre el personaje **interpretado por Manuel Galiana**.

"Alejandro organizará una excursión a Torremolinos en la que los Rafas, junto a otros compañeros de viaje -entre los que se encuentran Fernando (Fernando Colomo) y Carmen (Carmen Arévalo)- **descubrirán una nueva forma de ver la vida**", informa Movistar Plus+. Junto a los mencionados actores, **el reparto principal** de la segunda temporada de Sentimos las molestias **lo completan** Fiorella Faltoyano como Gloria, María Miguel como Irene y Peter Vives como Lombardo.

"En la segunda temporada, Rafa (Miguel Rellán) ha entrado en una depresión porque el cáncer de próstata le ha cambiado la vida, tiene problemas de impotencia y se ve como el viejo que nunca quiso aceptar. En este contexto, le pide a Müller (Antonio Resines) que cumpla su parte del trato: **que le ayude a morir como acordaron**. **Müller se niega,** pero es incapaz de convencerlo **y Rafa lo sigue intentando** hasta que colma su paciencia.

Müller decide que Rafa lo tendrá que acompañar a todo lo que tenga que hacer para vigilarlo. Pero **Müller tiene sus propios problemas**. Siente amenazado su puesto en la orquesta por Lombardo, ve cómo Gloria rehace su vida y teme que su relación secreta con Irene pueda costarle su amistad con Rafa", reza la **sinopsis oficial** de la segunda temporada de Sentimos las molestias.

PRENSA IBÉRICA

el Periódico

SEGUNDA TEMPORADA

Manuel Galiana y Fernando Colomo, nuevos fichajes de 'Sentimos las molestias', que ya tiene fecha de regreso

La comedia de Antonio Resines y Miguel Rellán regresará a la plataforma de pago a finales del próximo mes de marzo

Redacción Yotele Madrid | 23·02·23 |



Manuel Galiana y Fernando Colomo.

La cuenta atrás para el estreno de la segunda temporada de 'Sentimos las molestias' en Movistar Plus+ ya ha comenzado. La plataforma de pago ha anunciado este jueves que los nuevos capítulos de la serie protagonizada por Antonio Resines y Miguel Rellán llegarán a su catálogo el próximo 30 de marzo.

Además de la fecha de estreno, Movistar Plus+ también ha desvelado que esta segunda temporada de la ficción contará con los fichajes de Manuel Galiana, Javier Pereira, Fernando Barona, Carmen Arévalo y Fernando Colomo.

Estas nuevas incorporaciones se sumarán al elenco formado por Antonio Resines, Miguel Rellán, Fiorella Faltoyano, Peter Vives, María Miguel, Melina Matthews, Olga Hueso, Clairet Hernández, José Ramón Pardo, Guillermo Montesinos y Tito Valverde, entre otros.

"En esta segunda temporada, hemos partido de un concepto muy claro, nuestros personajes se tienen que enfrentar definitivamente a la realidad de su propia decadencia", comentan sus creadores Álvaro Fernández-Armero y Juan Cavestany. "Para ayudarnos a contar ese viaje a la aceptación de la vejez decidimos crear un personaje nuevo, Alejandro, que actuara como cicerón en ese nuevo mundo de la vejez. Alejandro es culto, buen conversador y a la vez una persona que no reniega de su edad ni de sus circunstancias y será la guía que necesitan nuestros protagonistas para perder ese pudor o ese prejuicio que hasta ahora han tenido".

Así será la segunda temporada de 'Sentimos las molestias'

En esta segunda temporada, Rafa (Miguel Rellán)E ha entrado en una depresión porque el cáncer de próstata le ha cambiado la vida, tiene problemas de impotencia y se ve como el viejo que nunca quiso aceptar. En este contexto, le pide a Müller (Antonio Resines)n la que cumpla su parte del trato: que le ayude a morir como acordaron.

Müller se niega, pero es incapaz de convencerlo y Rafa lo sigue intentando hasta que colma su paciencia. Müller decide que Rafa lo tendrá que acompañar a todo lo que tenga que hacer para vigilarlo. Pero Müller tiene sus propios problemas. Siente amenazado su puesto en la orquesta por Lombardo (Peter Vives), segu ve cómo Gloria (Fiorella Faltoyano)n rehace su vida y teme que su relación secreta con Irene (María Miguel) dpueda costarle su amistad con Rafa.

Antes de tocar fondo, conocerán a Alejandro (Manuel Galiana), un intelectual prejubilado que se convertirá en el guía de su nuevo viaje hacia la vejez. Alejandro logra impresionar a Müller, pues además de culto y polifacético, es admirador suyo. Rafa, en su estado cenizo, no opina lo mismo. Alejandro solo le parece un pesado, pero es más que probable que lo que realmente sienta son celos. Alejandro organizará una excursión a Torremolinos en la que los Rafas, junto a otros compañeros de viaje –entre los que se encuentran Fernando (Fernando Colomo) y Carmen (Carmen Arévalo)– descubrirán una nueva forma de ver la vida.

EL PERIÓDICO, FARO DE VIGO, LA OPINIÓN DE LA CORUÑA, LA NUEVA ESPAÑA, LA OPINIÓN DE MÁLAGA, LA OPINIÓN DE MURCIA, LA OPINIÓN DE TENERIFE, LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA, INFORMACIÓN, LA PROVINCIA, LEVANTE, DIARIO DE MALLORCA, DIARIO DE IBIZA, EL DÍA DE TENERIFE, SUPERDEPORTE, EL PERIÓDICO DE EXTREMADURA, EL PERIÓDICO DE ARAGÓN, EL PERIÓDICO DE ESPAÑA, CÓRDOBA, MEDITERRÁNEO

‘Sentimos las molestias’, con Antonio Resines y Miguel Rellán, estrena su segunda temporada el 30 de marzo

Por **Redacción TVienes** -23 febrero 20230



‘Sentimos las molestias’, la serie de Antonio Resines y Miguel Rellán, estrena su segunda temporada el 30 de marzo en Movistar Plus+.

Movistar Plus+ pone fecha de estreno a la segunda temporada de ‘Sentimos las molestias’, que llegará completa el 30 de marzo. La serie protagonizada por Antonio Resines y Miguel Rellán estrenará del tirón sus seis episodios en la plataforma.

En la segunda temporada, Rafa (Miguel Rellán), flamante bisabuelo, ha entrado en una depresión debido a su enfermedad y a sus problemas de impotencia. Aunque sigue tocando con su grupo Cuidado con el perro se ve como el viejo que nunca quiso aceptar. Por su parte, Müller siente amenazado su puesto en la orquesta por Lombardo (Peter Vives), ve cómo Gloria (Fiorella Faltoyano) rehace su vida y teme que su relación secreta con Irene (María de Miguel) pueda costarle su amistad con Rafa.

Antes de tocar fondo, conocerán a Alejandro (Manuel Galiana), un intelectual prejubilado que se convertirá en el guía de su nuevo viaje hacia la vejez. Alejandro organizará una excursión a Torremolinos en la que los Rafas, junto a otros compañeros de viaje -entre los que se encuentran Fernando (Fernando Colomo) y Carmen (Carmen Arévalo)- descubrirán una nueva forma de ver la vida.



De este modo, ‘Sentimos las molestias’ mantiene a Antonio Resines y Miguel Rellán. Junto a ellos, entre otros, Fiorella Faltoyano, Melina Matthews, Peter Vives, Olga Hueso y Guillermo Montesinos. Además, entre los nuevos fichajes para esta temporada se encuentran a Manuel Galiana, Javier Pereira, Carmen Arévalo y Fernando Colomo.

La segunda temporada en palabras de sus creadores

«En esta segunda temporada, hemos partido de un concepto muy claro, nuestros personajes se tienen que enfrentar definitivamente a la realidad de su propia decadencia», comentan sus creadores Álvaro Fernández-Armero y Juan Cavestany. «Para ayudarnos a contar ese viaje a la aceptación de la vejez decidimos crear un personaje nuevo, Alejandro, que actuara como cicerón en ese nuevo mundo de la vejez. Alejandro es culto, buen conversador y a la vez una persona que no reniega de su edad ni de sus circunstancias y será la guía que necesitan nuestros protagonistas para perder ese pudor o ese prejuicio que hasta ahora han tenido».

Antonio Resines y Miguel Rellán vuelven con la T2 de ‘Sentimos las molestias’ a finales de marzo

Mario Cerdeño Salinero 23 Febrero, 2023



Sentimos las molestias temporada 2 con Antonio Resines y Miguel Rollán

La comedia de Movistar incorpora a Manuel Galiana en una segunda entrega que llevará a sus protagonistas a enfrentarse definitivamente a la realidad de su decadencia

La temporada 2 de ‘Sentimos las molestias‘, la serie original de Movistar Plus+, ha desvelado su fecha de lanzamiento en la plataforma. La ficción, creada por Juan Cavestany y Álvaro Fernández-Armero (‘Vergüenza‘), está protagonizada de nuevo por Antonio Resines y Miguel Rellán. En esta nueva entrega veremos la continuación de la historia de «los Rafas» que promete ser un viaje vital para sus dos protagonistas.

«Para ayudarnos a contar ese viaje a la aceptación de la vejez decidimos crear un personaje nuevo, Alejandro, que actuara como cicerón en ese nuevo mundo de la vejez. Alejandro es culto, buen conversador y a la vez una persona que no reniega de su edad ni de sus circunstancias y será la guía que necesitan nuestros protagonistas para perder ese pudor o ese prejuicio que hasta ahora han tenido».

Juan Cavestany y Álvaro Fernández-Armero, creadores

La temporada 2 de ‘Sentimos las molestias’ se estrena el próximo 30 de marzo de 2023 en Movistar Plus+. Lo hará al completo, con sus seis nuevos episodios.

Sinopsis temporada 2 de ‘Sentimos las molestias’

En la segunda temporada, Rafa (Miguel Rellán) ha entrado en una depresión porque el cáncer de próstata le ha cambiado la vida, tiene problemas de impotencia y se ve como el viejo que nunca quiso aceptar. En este contexto, le pide a Müller (Antonio Resines) que cumpla su parte del trato: que le ayude a morir como acordaron. Müller se niega, pero es incapaz de convencerlo y Rafa lo sigue intentando hasta que colma su paciencia. Müller decide que Rafa lo tendrá que acompañar a todo lo que tenga que hacer para vigilarlo. Pero Müller tiene sus propios problemas. Siente amenazado su puesto en la orquesta por Lombardo (Peter Vives), ve cómo Gloria (Fiorella Faltoyano) rehace su vida y teme que su relación secreta con Irene (María Miguel) pueda costarle su amistad con Rafa.



'Sentimos las molestias' Temporada 2

Antes de tocar fondo, conocerán a Alejandro (Manuel Galiana), un intelectual prejubilado que se convertirá en el guía de su nuevo viaje hacia la vejez. Alejandro logra impresionar a Müller, pues además de culto y polifacético, es admirador suyo. Rafa, en su estado cenizo, no opina lo mismo. Alejandro solo le parece un pesado, pero es más que probable que lo que realmente sienta son celos. Alejandro organizará una excursión a Torremolinos en la que los Rafas, junto a otros compañeros de viaje –entre los que se encuentran Fernando (Fernando Colomo) y Carmen (Carmen Arévalo)– descubrirán una nueva forma de ver la vida.

El elenco de la serie

El reparto de esta temporada 2 de ‘Sentimos las molestias’ lo completan Fiorella Faltoyano, Melina Matthews, Peter Vives, Olga Hueso y Guillermo Montesinos. Además, entre los nuevos fichajes para esta temporada se encuentran a Manuel Galiana, Javier Pereira, Carmen Arévalo y Fernando Colomo.

Por otro lado, Bernardo Fuster y Luis Mendo, del grupo ‘Suburbano‘, vuelven como miembros del grupo ficticio Cuidado con el perro que lidera Rafa. Joan Valent se encarga de nuevo de la música en esta temporada 2 de ‘Sentimos las molestias’.

verTele!

Noticias Programación TV Audiencias Lo más visto en TV Series Vídeos Críticas

FECHA DE ESTRENO

Movistar Plus+ pone fecha de estreno a la temporada 2 de 'Sentimos las molestias' y desvela sus nuevos fichajes

La plataforma de streaming desvela la fecha de lanzamiento de la segunda temporada de 'Sentimos las molestias', su ficción protagonizada por Antonio Resines y Miguel Rellán que suma nuevos fichajes como el de Manuel Galiana y Fernando Colomo



Antonio Resines y Miguel Rellán en 'Sentimos las molestias'

Redacción verTele 23 de febrero de 2023 13:19h

Movistar Plus+ anuncia la fecha de estreno de la segunda temporada de Sentimos las molestias, la ficción protagonizada por Antonio Resines y Miguel Rellán. La nueva tanda de capítulos llegará a la plataforma de streaming el próximo jueves 30 de marzo.

Compuesta por 6 episodios, la continuación de la ficción suma nuevos fichajes a su elenco, entre los que destacan nombres como los de Manuel Galiana, Javier Pereira, Fernando Barona, Carmen Arévalo y Fernando Colomo.

Estos completan un reparto liderado por Antonio Resines y Miguel Rellán, y compuesto, entre otros, por Fiorella Faltoyano, Peter Vives, María Miguel, Melina Matthews, Olga Hueso, Clairet Hernández, José Ramón Pardo, Guillermo Montesinos y Tito Valverde.

Con unos episodios de una duración aproximada de 30 minutos, la nueva temporada pretende que los personajes se "enfrenten definitivamente a la realidad de su propia decadencia", comentan sus creadores Álvaro Fernández-Armero y Juan Cavestany. "Para ayudarnos a contar ese viaje a la aceptación de la vejez decidimos crear un personaje nuevo, Alejandro [Manuel Galiana], que actuará como cicerón en ese nuevo mundo de la vejez. Alejandro es culto, buen conversador y a la vez una persona que no reniega de su edad ni de sus circunstancias y será la guía que necesitan nuestros protagonistas para perder ese pudor o ese prejuicio que hasta ahora han tenido", añaden.



Así es la temporada 2 de 'Sentimos las molestias' en Movistar Plus+

Rafa (Miguel Rellán) ha entrado en una depresión porque el cáncer de próstata le ha cambiado la vida, tiene problemas de impotencia y se ve como el viejo que nunca quiso aceptar. En este contexto, le pide a Müller (Antonio Resines) que cumpla su parte del trato: que le ayude a morir como acordaron. Müller se niega, pero es incapaz de convencerlo y Rafa lo sigue intentando hasta que colma su paciencia. Müller decide que Rafa lo tendrá que acompañar a todo lo que tenga que hacer para vigilarlo. Pero Müller tiene sus propios problemas. Siente amenazado su puesto en la orquesta por Lombardo (Peter Vives), ve cómo Gloria (Fiorella Faltoyano) rehace su vida y teme que su relación secreta con Irene (María Miguel) pueda costarle su amistad con Rafa.

Antes de tocar fondo, conocerán a Alejandro (Manuel Galiana), un intelectual prejubilado que se convertirá en el guía de su nuevo viaje hacia la vejez. Alejandro logra impresionar a Müller, pues además de culto y polifacético, es admirador suyo. Rafa, en su estado cenizo, no opina lo mismo. Alejandro solo le parece un pesado, pero es más que probable que lo que realmente sienta son celos. Alejandro organizará una

excursión a Torremolinos en la que los Rafas, junto a otros compañeros de viaje –entre los que se encuentran Fernando (Fernando Colomo) y Carmen (Carmen Arévalo)– descubrirán una nueva forma de ver la vida.

El Espoiler
STREAMING & TV



‘Sentimos las molestias’ vuelve en marzo a Movistar Plus+ con su segunda temporada

En esta nueva entrega, Rafa y Müller deben enfrentarse definitivamente a la realidad de su propia decadencia.

Besay García Benítez 23 de febrero de 2023

Movistar Plus+ ha anunciado que el próximo jueves 30 de marzo estrenará la segunda temporada de ‘Sentimos las molestias’, la comedia sobre la vejez escrita y dirigida por Álvaro Fernández-Armero y Juan Cavestany (Vergüenza).

En la segunda temporada, Rafa ha entrado en una depresión porque el cáncer de próstata le ha cambiado la vida, tiene problemas de impotencia y se ve como el viejo que nunca quiso aceptar. En este contexto, le pide a Müller que cumpla su parte del trato: que le ayude a morir como acordaron. Müller se niega, pero es incapaz de convencerlo y Rafa lo sigue intentando hasta que colma su paciencia. Müller decide que Rafa lo tendrá que acompañar a todo lo que tenga que hacer para vigilarlo. Pero Müller tiene sus propios problemas. Siente amenazado su puesto en la orquesta por Lombardo, ve cómo Gloria rehace su vida y teme que su relación secreta con Irene pueda costarle su amistad con Rafa.

Antes de tocar fondo conocerán a Alejandro, un intelectual prejubilado que se convertirá en el guía de su nuevo viaje hacia la vejez. Alejandro logra impresionar a Müller, pues además de culto y polifacético, es admirador suyo. Rafa, en su estado cenizo, no opina lo mismo. Alejandro solo le parece un pesado, pero es más que probable que lo que realmente sienta son celos.



Alejandro organizará una excursión a Torremolinos en la que los Rafas, junto a otros compañeros de viaje –entre los que se encuentran Fernando y Carmen– descubrirán una nueva forma de ver la vida.

La nueva temporada de 6 episodios está protagonizada por Antonio Resines y Miguel Rellán, a los que acompañan Fiorella Faltoyano, Peter Vives, María Miguel, Melina Matthews, Olga Hueso, Clairet Hernández, José Ramón Pardo, Guillermo Montesinos y Tito Valverde. Además, entre las nuevas incorporaciones encontramos a Manuel Galiana, Javier Pereira, Fernando Barona, Carmen Arévalo y Fernando Colomo.



PRNoticias

LA SERIE LLEGARÁ COMPLETA A LA PLATAFORMA EL PRÓXIMO 30 DE MARZO

Movistar Plus+ pone fecha de estreno a la segunda temporada de 'Sentimos las molestias'

CON ANTONIO RESINES Y MIGUEL RELLÁN COMO DÚO PROTAGONISTA

por Daniel Pueblas — 23/02/2023 en Televisión



Compartir en Facebook Compartir en Twitter

La serie incorpora a su reparto a los actores Manuel Galiana, Javier Pereira, Fernando Barona, Carmen Arévalo y Fernando Colomo

Antonio Resines y Miguel Rellán volverán a Movistar Plus+ con la segunda temporada de *Sentimos las molestias*. La serie se estrenará completa (seis episodios) en el próximo jueves 30 de marzo. "En esta segunda temporada, hemos partido de un concepto muy claro, nuestros personajes se tienen que enfrentar definitivamente a la realidad de su propia decadencia", comentan sus creadores Álvaro Fernández-Armero y Juan Cavestany.

Al reparto de la serie se incorporan Manuel Galiana, Javier Pereira, Fernando Barona, Carmen Arévalo y Fernando Colomo. Esta segunda temporada se ha grabado en localizaciones tan variopintas como El Escorial o Málaga. En Torremolinos se alojarán en el hotel Pez Espada, el mítico lugar de encuentro de numerosas celebrities de la Costa de Sol de los años 60, y en Mijas se perderán por sus calles a pie o motorizados con sus scooter, lo que hace esta temporada más dinámica y llena de acontecimientos.



Los nuevos episodios llegan a la plataforma de Telefónica casi un año después del estreno de la primera temporada. Rafa (Miguel Rellán) ha entrado en una depresión porque el cáncer de próstata le ha cambiado la vida, tiene problemas de impotencia y se ve como el viejo que nunca quiso aceptar. En este contexto, le pide a Müller (Antonio Resines) que cumpla su parte del trato: que le ayude a morir como acordaron.

Müller se niega, pero es incapaz de convencerlo y Rafa lo sigue intentando hasta que colma su paciencia. Müller decide que Rafa lo tendrá que acompañar a todo lo que tenga que hacer para vigilarlo. Pero Müller tiene sus propios problemas. Siente amenazado su puesto en la orquesta por Lombardo (Peter Vives), ve cómo Gloria (Fiorella Faltoyano) rehace su vida y teme que su relación secreta con Irene (María Miguel) pueda costarle su amistad con Rafa.

“Para ayudarnos a contar ese viaje a la aceptación de la vejez decidimos crear un personaje nuevo, Alejandro, que actuara como cicerón en ese nuevo mundo de la vejez. Alejandro es culto, buen conversador y a la vez una persona que no reniega de su edad ni de sus circunstancias y será la guía que necesitan nuestros protagonistas para perder ese pudor o ese prejuicio que hasta ahora han tenido”, explican los creadores de *Sentimos las molestias*.

Seguiremos Informando…

neeo 23 de febrero de 2023



La segunda temporada de 'Sentimos las molestias', con Antonio Resines y Miguel Rellán, se estrena el 30 de marzo en Movistar Plus+

23 de febrero de 2023

La segunda temporada de 'Sentimos las molestias', la serie original Movistar Plus+ producida en colaboración con Cuidado con el perro TV, se estrenará completa (seis episodios) en Movistar Plus+ el jueves 30 de marzo.

«En esta segunda temporada, hemos partido de un concepto muy claro, nuestros personajes se tienen que enfrentar definitivamente a la realidad de su propia decadencia», comentan sus creadores Álvaro Fernández-Armero y Juan Cavestany. «Para ayudarnos a contar ese viaje a la aceptación de la vejez decidimos crear un personaje nuevo, Alejandro, que actuara como cicerón en ese nuevo mundo de la vejez. Alejandro es culto, buen conversador y a la vez una persona que no reniega de su edad ni de sus circunstancias y será la guía que necesitan nuestros protagonistas para perder ese pudor o ese prejuicio que hasta ahora han tenido».

Vuelven los Rafas, ahora más mayores que nunca

En la segunda temporada, Rafa (Miguel Rellán) ha entrado en una depresión porque el cáncer de próstata le ha cambiado la vida, tiene problemas de impotencia y se ve como el viejo que nunca quiso aceptar. En este contexto, le pide a Müller (Antonio Resines) que cumpla su parte del trato: que le ayude a morir como acordaron. Müller se niega, pero es incapaz de convencerlo y Rafa lo sigue intentando hasta que colma su paciencia. Müller decide que Rafa lo tendrá que acompañar a todo lo que tenga que hacer para vigilarlo. Pero Müller tiene sus propios problemas. Siente amenazado su puesto en la orquesta por Lombardo (Peter Vives), ve cómo Gloria (Fiorella Faltoyano) rehace su vida y teme que su relación secreta con Irene (María Miguel) pueda costarle su amistad con Rafa.

Un viaje que les cambiará la vida

Antes de tocar fondo, conocerán a Alejandro (Manuel Galiana), un intelectual prejubilado que se convertirá en el guía de su nuevo viaje hacia la vejez. Alejandro logra impresionar a Müller, pues además de culto y polifacético, es admirador suyo. Rafa, en su estado cenizo, no opina lo mismo. Alejandro solo le parece un pesado, pero es más que probable que lo que realmente sienta son celos. Alejandro organizará una excursión a Torremolinos en la que los Rafas, junto a otros compañeros de viaje –entre los que se encuentran Fernando (Fernando Colomo) y Carmen (Carmen Arévalo)– descubrirán una nueva forma de ver la vida.

El equipo

Escrita y dirigida por Álvaro Fernández-Armero y Juan Cavestany ('Vergüenza'), regresan Antonio Resines y Miguel Rellán. Junto a ellos, entre otros, Fiorella Faltoyano, Peter Vives, María Miguel, Melina Matthews, Olga Hueso, Clairet Hernández, José Ramón Pardo, Guillermo Montesinos y Tito Valverde.

Entre los nuevos fichajes para esta temporada encontramos a Manuel Galiana, Javier Pereira, Fernando Barona, Carmen Arévalo y Fernando Colomo.

La música

Joan Valent se encarga de nuevo de la música en esta segunda temporada. Bernardo Fuster y Luis Mendo, del grupo Suburbano, vuelven como miembros del grupo ficticio Cuidado con el perro que lidera Rafa. En esta ocasión han compuesto un nuevo tema: 'Morir con las botas puestas'.

«Dentro de la noria emocional que acompaña habitualmente a Rafa, en uno de los capítulos, poseído por el romanticismo dramático de los viejos rockeros, piensa que lo mejor que le podría ocurrir es morir en un escenario mientras las guitarras de sus compañeros le mecen en la despedida: un reencuentro en el más allá con John Lennon, Janis Joplin o Jimy Hendrix», comentan Luis Mendo y Bernardo Fuster. «Inspirados en este personaje y en su manera de ver la vida, compusimos una canción titulada 'Morir con las botas puestas', uniendo el rock and roll de los 70 con un texto que reflejase la rebeldía, las dudas y los sueños de gloria de nuestro protagonista».

Las localizaciones

Además del Madrid de los Austrias, en esta segunda entrega se suman nuevas localizaciones como El Escorial. Además, el viaje que emprenden los Rafas les lleva a visitar Málaga. En Torremolinos se alojarán en el hotel Pez Espada, el mítico lugar de encuentro de numerosas celebrities de la Costa de Sol de los años 60, y en Mijas se perderán por sus calles a pie o motorizados con sus scooter, lo que hace esta temporada más dinámica y llena de acontecimientos.



Movistar Plus+ renueva 'Todos mienten' y anuncia la fecha de regreso de 'Sentimos las molestias'

La plataforma de Telefónica da luz verde a nuevos episodios del thriller y ubica el retorno de la comedia en el calendario.



Movistar Plus+ renueva 'Todos mienten' y anuncia la fecha de regreso de 'Sentimos las molestias'©Movistar Plus+

Por Alejandro Rodera | Publicado: Jueves 23 Febrero 2023

Más de un año después de su estreno, finalmente ha salido a la luz la decisión de Movistar Plus+ con respecto al futuro de 'Todos mienten'. El thriller creado por Pau Freixas fue una de las primeras producciones propias de las plataformas en 2022, pero desde entonces se ha mantenido un silencio sepulcral acerca de su posible continuidad con un nuevo misterio. Sin embargo, desde El Televisero se adelanta, y desde FormulaTV también lo podemos confirmar, que la ficción desarrollada en colaboración con Filmax tendrá segunda temporada.

De esta manera, regresaremos a la urbanización costera para resolver otra intriga. Y ese retorno se puede producir antes de lo esperado, ya que, según apunta el medio citado previamente, está previsto que el rodaje de la nueva tanda arranque en las próximas semanas, antes incluso de que acabe el mes de marzo. El rodaje de la segunda entrega se desplegará entre Barcelona, Berga y Blanes, por lo que se volverá a circunscribir a diversas localizaciones de Cataluña, como ya hiciera la primera temporada.



Natalia Verbeke e Irene Arcos en 'Todos mienten'Natalia Verbeke e Irene Arcos en 'Todos mienten'

El reparto volverá a contar entre sus filas con Irene Arcos, Natalia Verbeke, Miren Ibarguren, Juan Diego Botto, Leonardo Sbaraglia, Ernesto Alterio, Eva Santolaria, Amaia Salamanca y Jorge Bosch, que se volverán a poner bajo las órdenes de un Freixas que durante la promoción de la primera entrega ya nos avisaba de que la continuación estaba sobre la mesa: "Tengo una opción de segunda temporada que hila con esta, pero la primera tiene una resolución clara". Finalmente, esa opción se ha materializado, y verá la luz próximamente en Movistar Plus+.

Más mayores que nunca

Sin salir de los márgenes de Movistar Plus+, también se ha anunciado que la segunda temporada de 'Sentimos las molestias' llegará el 30 de marzo. Así pues, se mantiene el hábito de lanzar las series originales los jueves y, como viene siendo habitual, al completo, ya que los seis episodios estarán disponibles de golpe. En esta nueva tanda, los Rafas, interpretados por Miguel Herrán y Antonio Resines, tienen que enfrentarse a amenazas letales como el cáncer y lidiar con cuestiones laborales y sentimentales, que les seguirán desafiando en el ocaso de sus vidas.

ttv Originals

A LA PANTALLA

Sentimos las molestias anuncia fecha de estreno de segunda temporada

La segunda temporada de Sentimos las molestias, la serie original Movistar Plus+ producida en colaboración con Cuidado con el perro TV, se estrenará completa (seis episodios) en Movistar Plus+ el jueves 30 de marzo.

Por **ttvOriginals** 23/02/2023



Producida en colaboración con Cuidado con el perro TV, la segunda temporada de Sentimos las molestias se estrenará el 30 de marzo en Movistar Plus+. La serie ha sido escrita y dirigida por Álvaro Fernández-Armero y Juan Cavestany (Vergüenza), está protagonizada por Antonio Resines y Miguel Rellán.

«En esta segunda temporada, hemos partido de un concepto muy claro, nuestros personajes se tienen que enfrentar definitivamente a la realidad de su propia decadencia», comentan sus creadores Álvaro Fernández-Armero y Juan Cavestany. «Para ayudarnos a contar ese viaje a la aceptación de la vejez decidimos crear un personaje nuevo, Alejandro, que actuara como cicerón en ese nuevo mundo de la vejez. Alejandro es culto, buen conversador y a la vez una persona que no reniega de su edad ni de sus circunstancias y será la guía que necesitan nuestros protagonistas para perder ese pudor o ese prejuicio que hasta ahora han tenido».

En la segunda temporada, Rafa (Miguel Rellán) ha entrado en una depresión porque el cáncer de próstata le ha cambiado la vida, tiene problemas de impotencia y se ve como el viejo que nunca quiso aceptar. En este contexto, le pide a Müller (Antonio Resines) que cumpla su parte del trato: que le ayude a morir como acordaron. Müller se niega, pero es incapaz de convencerlo y Rafa lo sigue intentando hasta que colma su paciencia. Müller decide que Rafa lo tendrá que acompañar a todo lo que tenga que hacer para vigilarlo. Pero Müller tiene sus propios problemas. Siente amenazado su puesto en la orquesta por Lombardo (Peter Vives), ve cómo Gloria (Fiorella Faltoyano) rehace su vida y teme que su relación secreta con Irene (María Miguel) pueda costarle su amistad con Rafa.

Antes de tocar fondo, conocerán a Alejandro (Manuel Galiana), un intelectual prejubilado que se convertirá en el guía de su nuevo viaje hacia la vejez. Alejandro logra impresionar a Müller, pues además de culto y polifacético, es admirador suyo. Rafa, en su estado cenizo, no opina lo mismo. Alejandro solo le parece un pesado, pero es más que probable que lo que realmente sienta son celos. Alejandro organizará una excursión a Torremolinos en la que los Rafas, junto a otros compañeros de viaje –entre los que se encuentran Fernando (Fernando Colomo) y Carmen (Carmen Arévalo)– descubrirán una nueva forma de ver la vida.

El equipo

Escrita y dirigida por Álvaro Fernández-Armero y Juan Cavestany (Vergüenza), regresan Antonio Resines y Miguel Rellán. Junto a ellos, entre otros, Fiorella Faltoyano, Peter Vives, María Miguel, Melina Matthews, Olga Hueso, Clairet Hernández, José Ramón Pardo, Guillermo Montesinos y Tito Valverde.

Entre los nuevos fichajes para esta temporada encontramos a Manuel Galiana, Javier Pereira, Fernando Barona, Carmen Arévalo y Fernando Colomo.

La música

Joan Valent se encarga de nuevo de la música en esta segunda temporada. Bernardo Fuster y Luis Mendo, del grupo Suburbano, vuelven como miembros del grupo ficticio Cuidado con el perro que lidera Rafa. En esta ocasión han compuesto un nuevo tema: ‘Morir con las botas puestas’.

«Dentro de la noria emocional que acompaña habitualmente a Rafa, en uno de los capítulos, poseído por el romanticismo dramático de los viejos rockeros, piensa que lo mejor que le podría ocurrir es morir en un escenario mientras las guitarras de sus compañeros le mecen en la despedida: un reencuentro en el más allá con John Lennon, Janis Joplin o Jimy Hendrix», comentan Luis Mendo y Bernardo Fuster. «Inspirados en este personaje y en su manera de ver la vida, compusimos una canción titulada ‘Morir con las botas puestas’, uniendo el rock and roll de los 70 con un texto que reflejase la rebeldía, las dudas y los sueños de gloria de nuestro protagonista».

Cultura en Cadena

Jueves, 23 Febrero 2023 12:11 Email Imprimir

SENTIMOS LAS MOLESTIAS 2 temporada estreno en Movistar Plus, en marzo de 2023: ¡Vuelven "los Rafas" Miguel Rellán y Antonio Resines!

Escrito por Cítrico TV Publicado en Estrenos series Movistar Plus 2022-2023



¡OFICIAL!

El estreno de la 2ª temporada de **'Sentimos las molestias'**, la serie original Movistar Plus+, será el jueves 30 de marzo.

"En esta segunda temporada, hemos partido de un concepto muy claro, nuestros personajes se tienen que enfrentar definitivamente a la realidad de su propia decadencia", comentan sus creadores Álvaro Fernández-Armero y Juan Cavestany. "Para ayudarnos a contar ese viaje a la aceptación de la vejez decidimos crear un personaje nuevo, Alejandro, que actuara como cicerón en ese nuevo mundo de la vejez. Alejandro es culto, buen conversador y a la vez una persona que no reniega de su edad ni de sus circunstancias y será la guía que necesitan nuestros protagonistas para perder ese pudor o ese prejuicio que hasta ahora han tenido".

Vuelven los Rafas, ahora más mayores que nunca

En la segunda temporada, Rafa **(Miguel Rellán)** ha entrado en una depresión porque el cáncer de próstata le ha cambiado la vida, tiene problemas de impotencia y se ve como el viejo que nunca quiso aceptar. En este contexto, le pide a Müller **(Antonio Resines)** que cumpla su parte del trato: que le ayude a morir como acordaron. Müller se niega, pero es incapaz de convencerlo y Rafa lo sigue intentando hasta que colma su paciencia. Müller decide que Rafa lo tendrá que acompañar a todo lo que tenga que hacer para vigilarlo. Pero Müller tiene sus propios problemas. Siente amenazado su puesto en la orquesta por Lombardo **(Peter Vives),** ve cómo Gloria **(Fiorella Faltoyano)** rehace su vida y teme que su relación secreta con Irene **(María Miguel)** pueda costarle su amistad con Rafa.

Un viaje que les cambiará la vida

Antes de tocar fondo, conocerán a **Alejandro (Manuel Galiana),** un intelectual prejubilado que se convertirá en el guía de su nuevo viaje hacia la vejez. Alejandro logra impresionar a Müller, pues además de culto y polifacético, es admirador suyo. Rafa, en su estado cenizo, no opina lo mismo. Alejandro solo le parece un pesado, pero es más que probable que lo que realmente sienta son celos. Alejandro organizará una excursión a Torremolinos en la que los Rafas, junto a otros compañeros de viaje –entre los que se encuentran **Fernando (Fernando Colomo) y Carmen (Carmen Arévalo)–** descubrirán una nueva forma de ver la vida.

La serie está producida en colaboración con Cuidado con el perro TV

La segunda temporada de ‘Sentimos las molestias’ ya tiene fecha de estreno

Cultura en Serie 23 febrero, 2023

Escrita y dirigida por Álvaro Fernández-Armero y Juan Cavestany (‘Vergüenza’), está protagonizada por Antonio Resines y Miguel Rellán.



La segunda temporada de ‘Sentimos las molestias’, la serie original Movistar Plus+ producida en colaboración con Cuidado con el perro TV, se estrenará completa (seis episodios) en Movistar Plus+ el jueves 30 de marzo.

“En esta segunda temporada, hemos partido de un concepto muy claro, nuestros personajes se tienen que enfrentar definitivamente a la realidad de su propia decadencia”, comentan sus creadores Álvaro Fernández-Armero y Juan Cavestany. “Para ayudarnos a contar ese viaje a la aceptación de la vejez decidimos crear un personaje nuevo, Alejandro, que actuara como cicerón en ese nuevo mundo de la vejez.

Alejandro es culto, buen conversador y a la vez una persona que no reniega de su edad ni de sus circunstancias y será la guía que necesitan nuestros protagonistas para perder ese pudor o ese prejuicio que hasta ahora han tenido”.

Vuelven los Rafas, ahora más mayores que nunca

En la segunda temporada, Rafa (Miguel Rellán) ha entrado en una depresión porque el cáncer de próstata le ha cambiado la vida, tiene problemas de impotencia y se ve como el viejo que nunca quiso aceptar.

En este contexto, le pide a Müller (Antonio Resines) que cumpla su parte del trato: que le ayude a morir como acordaron.

Müller se niega, pero es incapaz de convencerlo y Rafa lo sigue intentando hasta que colma su paciencia.

Müller decide que Rafa lo tendrá que acompañar a todo lo que tenga que hacer para vigilarlo.

Pero Müller tiene sus propios problemas. Siente amenazado su puesto en la orquesta por Lombardo (Peter Vives), ve cómo Gloria (Fiorella Faltoyano) rehace su vida y teme que su relación secreta con Irene (María Miguel) pueda costarle su amistad con Rafa.

Un viaje que les cambiará la vida

Antes de tocar fondo, conocerán a Alejandro (Manuel Galiana), un intelectual prejubilado que se convertirá en el guía de su nuevo viaje hacia la vejez. Alejandro organizará una excursión a Torremolinos en la que los Rafas, junto a otros compañeros de viaje –entre los que se encuentran Fernando (Fernando Colomo) y Carmen (Carmen Arévalo)– descubrirán una nueva forma de ver la vida.

El equipo

Escrita y dirigida por Juan Cavestany y Álvaro Fernández-Armero ('Vergüenza'), regresan Antonio Resines y Miguel Rellán. Junto a ellos, entre otros, Fiorella Faltoyano, Melina Matthews, Peter Vives, Olga Hueso y Guillermo Montesinos.

Entre los nuevos fichajes para esta temporada encontramos a Manuel Galiana, Javier Pereira, Carmen Arévalo y Fernando Colomo.

La música

Bernardo Fuster y Luis Mendo, del grupo Suburbano, vuelven como miembros del grupo ficticio Cuidado con el perro que lidera Rafa. Joan Valent se encarga de nuevo de la música en esta segunda temporada.

Regió7 MANRESA

PAÍS: España
PÁGINAS: 37
AVE: 232 €
ÁREA: 99 CM² - 11%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 4199
OTS: 20000
SECCIÓN: CULTURES

24 Febrero, 2023

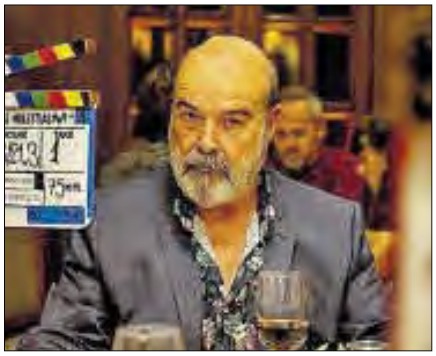


La segona temporada de «Sentimos las molestias» ja té data d'estrena a Movistar

▶ La sèrie protagonitzada per Antonio Resines i Miguel Rellán arribarà a la plataforma el pròxim dijous 30 de març

DDG. GIRONA

■ La segona temporada de *Sentimos las molesties*, la sèrie original Movistar Plus+ protagonitzada per Antonio Resines i Miguel Rellán, s'estrenarà el dijous 30 de març. «Hem partit d'un concepte molt clar, els nostres personatges s'han d'enfrontar definitivament a la decadència», comenten els creadors Álvaro Fernández-Armero i Juan Cavestany, en un comunicat de la plataforma. En els nous episodis, Rafa ha entrat en una depressió perquè el càncer de pròstata li ha canviat la vida, té problemes d'impotència i es veu vell. En aquest context, demana a Müller que compleixi la seva part del tracte: que l'ajudi a morir com van acordar.



Antonio Resines MOVISTAR +

Diari de Girona

PAÍS: España
PÁGINAS: 37
AVE: 311 €
ÁREA: 123 CM² - 11%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 3637
OTS: 28000
SECCIÓN: CULTURA

24 Febrero, 2023

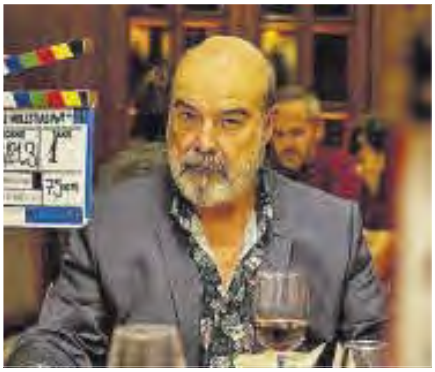


La segona temporada de «Sentimos las molestias» ja té data d'estrena a Movistar

▶ La sèrie protagonitzada per Antonio Resines i Miguel Rellán arribarà a la plataforma el pròxim dijous 30 de març

DDG. GIRONA

■ La segona temporada de *Sentimos las molesties*, la sèrie original Movistar Plus+ protagonitzada per Antonio Resines i Miguel Rellán, s'estrenarà el dijous 30 de març. «Hem partit d'un concepte molt clar, els nostres personatges s'han d'enfrontar definitivament a la decadència», comenten els creadors Álvaro Fernández-Armero i Juan Cavestany, en un comunicat de la plataforma. En els nous episodis, Rafa ha entrat en una depressió perquè el càncer de pròstata li ha canviat la vida, té problemes d'impotència i es veu vell. En aquest context, demana a Müller que compleixi la seva part del tracte: que l'ajudi a morir com van acordar.



Antonio Resines. MOVISTAR +

Noticias de Bizkaia
Deia

PAÍS: España
PÁGINAS: 54
AVE: 725 €
ÁREA: 105 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6539
OTS: 47000
SECCIÓN: AISIA

24 Febrero, 2023



'Sentimos las molestias' estrenará nueva temporada en marzo

VUELVEN LOS RAFAS – Movistar Plus+ estrenará el próximo 30 de marzo la segunda temporada de la serie *Sentimos las molestias*, protagonizada por Antonio Resines y Miguel Rellán. En el camino de los personajes hacia la vejez, aparece Alejandro (Manuel Galiana), un intelectual prejubilado que se convertirá en el guía de Rafa y de Müller en su nuevo viaje hacia la vejez. – ***NTM***



Diario Noticias de Álava

24 Febrero, 2023

PAÍS: España
PÁGINAS: 61
AVE: 544 €
ÁREA: 119 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2338
OTS: 16000
SECCIÓN: MIRARTE



'Sentimos las molestias' estrenará nueva temporada en marzo

VUELVEN LOS RAFAS – Movistar Plus+ estrenará el próximo 30 de marzo la segunda temporada de la serie *Sentimos las molestias*, protagonizada por Antonio Resines y Miguel Rellán. En el camino de los personajes hacia la vejez, aparece Alejandro (Manuel Galiana), un intelectual prejubilado que se convertirá en el guía de Rafa y de Müller en su nuevo viaje hacia la vejez. – ***NTM***



Movistar Plus+ renueva por sorpresa ‘Todos Mienten’ dos años después

Por Redacción TVienes -23 febrero 20230



‘Todos Mienten’, la serie de Pau Freixes, contará con una segunda temporada en Movistar Plus+ dos años después de la primera.

‘Todos Mienten‘ tendrá segunda temporada en Movistar Plus+. La plataforma apuesta por la continuidad de sus series y sorprende con la renovación de la ficción de Pau Freixes (‘Sé quién eres’, ‘Cites’), que se estrenó hace más de dos años.

Según ha publicado en exclusiva El Televisero, ‘Todos Mienten’ tiene previsto arrancar el rodaje de su segunda temporada durante el mes de marzo. Una nueva tanda que se grabará en localizaciones de Barcelona, Berga y Blanes. Además, mantendrá a su elenco encabezado por Irene Arcos, Natalia Verbeke, Miren Ibarguren, Leonardo Sbaraglia, Juan Diego Botto, Ernesto Alterio, Eva Santolaria, Amaia Salamanca y Jorge Bosch, junto con los jóvenes Lucas Nabor, Carmen Arrufat, Berta Castañé, Marc Balaguer y Lu Colomina.

Por lo que respecta a la trama, continuará la historia narrada en la primera temporada. Recordamos que ‘Todos mienten’ es un thriller con toques de suspense, drama y humor negro, con personajes imprevisibles e impulsivos y con muchos conflictos por resolver, incluido un crimen. Mentiras, secretos, alianzas o crisis matrimoniales y vitales, son algunas de las piezas que forman este complejo puzle.

Así fue la primera temporada de la serie

Macarena se acuesta con el hijo de su mejor amiga y alguien sube el vídeo a internet. Ese día se pone patas arriba la vida de Belmonte, una apacible urbanización de clase alta. A partir de ahí una frenética cadena de consecuencias hace que todos sus habitantes se enfrenten a sus miserias y secretos más profundos.



Amigas que se odian, hijos con vidas paralelas, matrimonios con forma de estafa, amantes inesperados, cuchillos japoneses que cambian de mano, crisis matrimoniales, y para complicarlo todo un poco más, un terrible asesinato. Un misterio que no será sencillo desentrañar porque, preguntes a quien preguntes, todos mienten.



culturaenserie

Decisión inesperada: Movistar+ renueva 'Todos mienten' por una segunda temporada

Cultura en Serie-23 febrero, 2023

Movistar+ continúa apostando por sus series. Además de 'Rapa' o 'El Inmortal', 'Todos mienten' tendrá una segunda temporada, un anuncio que llega más de un año después de su estreno.



Creada y dirigida por Pau Freixas, producida por Movistar+ en colaboración con Filmax, estrenó sus primeros seis capítulos el pasado 288 de enero.

La serie cuenta con un reparto de lujo formado por Irene Arcos, Leonardo Sbaraglia, Miren Ibarguren, Natalia Verbeke, Juan Diego Botto, Ernesto Alterio, Amaia Salamanca, Eva Santolaria y Jorge Bosch. Junto a ellos cinco jóvenes actores completan el elenco principal: Lucas Nabor, Berta Castañé, Carmen Arrufat, Marc Balaguer y Lu Colomina.

'Todos mienten' tiene dosis de suspense, drama y humor negro, y con unos personajes imprevisibles e impulsivos, con muchos conflictos por averiguar… incluido un crimen. La serie es un puzle por resolver, compuesto de mentiras, secretos, alianzas y crisis matrimoniales y vitales.

Así es 'Todos mienten'

Macarena se acuesta con el hijo de su mejor amiga y alguien sube el vídeo a internet. Ese día se pone patas arriba la vida de Belmonte, una apacible urbanización de clase alta. A partir de ahí una frenética cadena de consecuencias hace que todos sus habitantes se enfrenten a sus miserias y secretos más profundos.

Amigas que se odian, hijos con vidas paralelas, matrimonios con forma de estafa, amantes inesperados, cuchillos japoneses que cambian de mano, crisis matrimoniales, y para complicarlo todo un poco más, un terrible asesinato.

Un misterio que no será sencillo desentrañar porque preguntes a quien preguntes, todos mienten.

Reparto completo de 'Todos mienten'

Irene Arcos ('El Embarcadero', 'Vis a Vis') como Macarena y Natalia Verbeke ('El otro lado de la cama', 'Doctor Mateo') como Ana lideran el reparto de esta ficción junto al ganador del Goya, Leonardo Sbaraglia ('Felix', 'Dolor y Gloria') como Néstor y Ernesto Alterio ('Un mundo normal', 'Perfectos desconocidos', 'Narcos') como Diego.

Miren Ibarguren ('Supernormal','Arde Madrid', 'Aída') como Maite; Juan Diego Botto, ('Los Europeos', 'Martín Hache', 'White Lines', 'Buena conducta'), como Sergio; Eva Santolaria ('Sé quién eres', 'Compañeros') como Yolanda; Amaia Salamanca ('Velvet', 'Sin tetas no hay paraíso') como Sofía; Jorge Bosch ('Periodistas', 'La caza. Monteperdido') como Arturo; y los jóvenes Lucas Nabor ('Skam España') como Iván; Carmen Arrufat ('La Inocencia') como Natalia; Berta Castañé ('La valla') como Lucía, Marc Balaguer ('Pulseras rojas', 'Cites') como Óscar y Lu Colomina ('Com si fos ahir') como Iris, completan el reparto principal.

verTele!

FICCIÓN NACIONAL

Movistar Plus+ apuesta por la continuidad de sus series y renueva también 'Todos mienten'

Se une a las renovaciones de otras ficciones originales estrenadas en 2022 como 'Rapa', 'El Inmortal' y 'Sentimos las molestias', y también tendrá segunda temporada



Juan Diego Botto e Irene Arcos, en 'Todos mienten' Daniel Escale / Movistar Plus+

Redacción verTele 23 de febrero de 2023

Movistar Plus+ sigue apostando por dar continuidad a su series españolas de 2022. Tras las renovaciones de Rapa, El Inmortal y Sentimos las molestias, que ya tiene fecha de regreso, la plataforma ha encargado una temporada 2 de Todos mienten.

El thriller creado por Pau Freixas (Sé quien eres, Cites) iniciará el rodaje de los nuevos capítulos en las próximas semanas, según adelanta El Televisero. Irene Arcos, Natalia Verbeke, Miren Ibarguren, Leonardo Sbaraglia, Juan Diego Botto, Ernesto Alterio, Eva Santolaria, Amaia Salamanca y Jorge Bosch se mantendrán al frente del reparto en esta segunda tanda, que se grabará en localizaciones de Barcelona, Berga y Blanes.

A falta de conocer la sinopsis de la siguiente temporada, sí ha trascendido que las nuevas tramas seguirán girando alrededor del suspense y el drama. Se prevé que el punto de partida enlace con el final de la primera temporada, dando continuidad a la historia principal.

Sobre 'Todos mienten'

En la temporada 1, la vida de los vecinos de Belmonte, una apacible urbanización de clase alta, se ve alterada cuando trasciende que una de las habitantes más ilustres, Macarena, se acuesta con el hijo de su mejor amiga y también vecina.

A partir de ahí una frenética cadena de consecuencias hace que todos sus habitantes se enfrenten a sus miserias y secretos más profundos. Amigas que se odian, hijos con vidas paralelas, matrimonios con forma de estafa, amantes inesperados, cuchillos japoneses que cambian de mano, crisis matrimoniales, y para complicarlo todo un poco más, un terrible asesinato.



woman madame TIGARO

Miren Ibarguren: "Me parece guay que una actriz pueda trabajar estando embarazada"

Ha convertido la comedia en un arte. Ahora podemos disfrutarla, por partida doble, en la segunda temporada de 'Supernormal' (Movistar Plus+) y 'La novia de América' (en cines).



La actriz acaba de tener su primer hijo, Rocco, a sus 42 años

Ester Aguado - 23/2/2023, 10:06

Nos recibe, encantadora, al otro lado del teléfono y nos avisa de que igual nos interrumpe un momento: está esperando la llegada de Loles León, con la que comerá hoy en casa. Es maja de modo natural, pausado, sin imposturas. Y muy graciosa, aún sin proponérselo, porque la mayor parte del tiempo es seria. Lleva 28 años actuando, porque siempre lo llevó en la sangre. Bendita sea.

W | Te voy a poner en un aprieto: ¿a qué personaje te ha divertido más dar vida, a Patricia Picón ('Supernormal') o a Yolanda Morcillo ('La novia de América')?

¡Uy! Es que son tan distintos... Y me lo he pasado tan bien en los dos... Mira, con Patricia estaba súper cómoda: además de que la serie es muy fácil de hacer, como estaba embarazada (es madre de un niño), me ponían siempre sentada y trabajar así es una maravilla, la verdad (risas). Y, por otro lado, rodar en México la película fue un placer, porque eran todo estímulos nuevos... No sabría decirte.

W | Lo de grabar embarazada es algo valiente: muchas mujeres no viven su mejor momento físico porque estás hinchada, no duermes bien, cambias de talla... ¿En ningún momento pensaste en retrasar el rodaje?

Pues no, me pareció muy guay. Cuando me dieron ya las fechas definitivas del rodaje de 'Supernormal T2', pensé: 'Uf, tengo que decirles ya que estoy embarazada, igual no se lo toman bien...'. También es verdad que la primera temporada acababa cuando yo me quedaba embarazada, así que por 'raccord' les iba bien. Vamos, que había hecho los deberes que te cagas (risas). Y luego me dijeron que era más adelante, así que lo querían tapar... y todo lo que me ofrecieron fueron ayudas. Así que parece guay que una mujer pueda trabajar estando embarazada. Es verdad que hay un estigma de esconder: que si tienes el pie gordo, los tobillos jónicos, que si no puedes con tu alma... pero se puede trabajar, porque no estás enferma. Me parece estupendo que apuesten por actrices que están embarazas, claro, ¡cómo no!



Miren Ibarguren y Alexandra Jiménez en 'Supernormal 2'

W | En esta segunda temporada, tu personaje ha evolucionado, está más relajada y es menos combativa. ¿Qué Patricia te gusta más a ti: la guerrera o la madura?

Las dos tienen su encanto. La primera me divirtió hacerla porque no paraba de tener aventuras y yo estaba en otra fase. Ahora, por cercanía, la segunda ha sido más cómoda de hacer. En las segundas partes, el espectador y los actores ya conocen a los personajes, así que entras de otra manera a trabajar, estás más relajada.

W | 'La que se avecina' sigue siendo la serie más vista hoy en día en España -algo que sorprende con la enorme oferta que hay ahora-. Tú has estado seis años trabajando en ella. ¿Te llama la atención?

No, porque es una genialidad en cuanto a guiones. Y, en nuestro trabajo, es la base del éxito. Ahí lo tienes, llevan 13 años en emisión y la gente no deja de verlo. Incluso los capítulos repetidos. Hay incluso niños que se saben los diálogos, es una pasada. Ahora estamos a punto de empezar a rodar la 14 temporada. Estoy deseando volver a encontrarme con Yoli, mi personaje. Por cierto, mi última temporada también la rodé estando embarazada...

W | Como espectadora, ¿qué consumes, comedia o drama?

Me gustan mucho los asesinatos, los asesinos en serie y no sé por qué... Bueno, ahora que soy madre, veo poco, leo poco, no tengo tiempo para mí (risas). Pero intento ver a ratos en Netflix una serie japonesa que se llama 'Makanay: la cocinera de las Maiko', súper tibia y súper bonita sobre comida, tradiciones y felicidad del mundo de las geishas.



La actriz vasca acaba de participar en su primera película de terror, 'Fenómenas'. / Movistar Plus +

W | Cuesta mucho que premien a una comedia en este país: ¿los Goya deberían tomar nota de los Emmy?

No se explica muy bien, porque la comedia tiene un público muy fiel, sobre todo en España, que es una sociedad que se ríe mucho de sí misma, algo que se ve reflejado en el gran número de espectadores que tiene. Supongo que es hora de dar un paso más.

W | ¿Es más complicado hacer reír que llorar?

Bueno, ambas cosas lo son. Aunque a mí me cuesta muy poco llorar y mucho reírme...

W | ¿Te ves haciendo una peli de terror, ya que te gusta tanto verlo?

Mira, era uno de mis sueños y Carlos Theron, el director de 'Operación Camarón', me ofreció hacer un papel pequeño, también embarazada, en 'Fenómenas', su última película de Netflix basada en el caso real de unas investigadoras paranormales, con Belén Rueda, Toni Acosta y Gracia Olayo. Y me lo pasé muy bien. El otro día fui a doblarla y verme en una cinta con toda la música, todo el ambiente de terror me ha encantado. Pero aún me queda por hacer acción, drama, musical... un montón de cosas, ¡si acabo de empezar!

W | Llevas 28 años en esto... ¿Qué te ahorrarías?

Las inseguridades. Todos esos momentos malos que he vivido, seguramente por mi culpa. De todo se aprende, pero de algún casting con personas mal encaradas, alguna mala gestión de palabras malsonantes... sí que me ahorraría a gente. Han cambiado mucho las cosas desde cuando yo empecé. Ahora se cuida todo mucho más.

W | ¿Alguna vez te has sentido discriminada por ser mujer?

Pues sí, por ser mujer, por no estar suficientemente buena.

W | ¿Cómo te tratan los 40?

Me siento con más energía, físicamente. Mi cuerpo ha cambiado, después del parto, cosa que no me importa para nada... Ahora me asumo mejor, ´sí. Los 40 me han dado más seguridad en mí misma.

W | Tú no tienes 'haters', ¿verdad? Todo el mundo te quiere...

No te creas, he tenido que bloquear en redes a varias personas. Es verdad que no me conocen de verdad, claro. Pero no sé si eso es cierto: nadie en una entrevista dice lo mal que le cae otra persona (risas). Yo me veo, como nos vemos casi todos... regulera. Salvo en Instagram, donde todos mostramos lo mejor, incluso lo que no eres, todos nos menos con muchas cosas que mejorar, por aprender... Hay días que me levanto y me doy cuenta de que no sé nada de nada... pues ¡qué menos que ser amable!

W | ¿Te has vuelto a encontrar a ti misma después de ser madre?

Me lo estoy tomando con calma. Es verdad que sobre la maternidad no hay mucha información de verdad. Siempre hay tres o cuatro tips y, como cada embarazo es muy personal, un postparto también lo es. Yo prefiero no juzgarme mucho y dejarme estar: sí salgo a cenar... y poquito a poco vas recuperando tu vida como la conocías antes. Pero parece que cuando nace tu hijo te dan un carnet de culpa y todo lo que haces como madre está mal: si sales, porque sales; si te quedas, porque te quedas... Estoy lidiando con eso ahora.

W | De tus próximos proyectos: ¿cuál te ilusiona más?

Volver a 'La que se avecina', porque me río lo que no está escrito allí... Y la segunda temporada del thriller 'Todos mienten' (Movistar Plus +), de Pau Freixa. Me encanta ese director, es que me flipa trabajar con él. Esas cosas me ilusionan mucho.

Señal News

SEÑAL NEWS > EVENTOS > LANZAMIENTOS 22 FEB 2023

MOVISTAR PLUS+ LLEVA SU SERIE ORIGINAL "LA UNIDAD KABUL" AL FESTIVAL DE MÁLAGA

Los seis episodios de esta ficción constaron de 10 semanas de rodaje en los que hubo locaciones en Pakistán, Almería y Madrid.

por Señal News news@senalnews.com



La edición 26 del Festival de Málaga será el escenario donde Movistar Plus+ presente el primer episodio de su serie "La Unidad Kabul". El estreno de la producción original, realizada por Buendía Estudios, será en la sección Pantalla TV. Creada por Dani de la Torre y Alberto Marini, la producción se estrenará en la plataforma en mayo de 2023.

Nathalie Poza, Marian Álvarez, Michel Noher y Fariba Sheikan encabezan el reparto que cuenta también con Mehdi Regragui, Shabnam Rahimi y Reyhane Noori, entre otros. La acción de esta nueva y trepidante misión del equipo de la Unidad se sitúa en los días de la toma de Kabul por los talibanes y la posterior evacuación.

La nueva entrega de la exitosa ficción tuvo su fin de rodaje en Pakistán, donde culminaron las 10 semanas de grabación que también llevaron al equipo a localizaciones de Almería y Madrid. Los seis episodios de “La Unidad Kabul” contaron de nuevo con un despliegue de producción a la altura de esta ambiciosa serie, con un equipo de rodaje conformado por 300 artistas y técnicos. Participaron en el rodaje en torno a 130 actores y extras. Las espectaculares escenas de acción incluyeron a 40 especialistas, entre ellos 28 jinetes.

En una nueva misión, varios agentes de La Unidad se encuentran en Afganistán unos días antes de que Kabul sea tomada por los talibanes y España inicie la evacuación de civiles y colaboradores. Su objetivo es verse con un infiltrado que tiene información acerca de un posible atentado en Europa, pero se ven sorprendidos por los enfrentamientos entre muyahidines, talibanes y fuerzas del ISIS K y acaban envueltos en una situación peligrosa.



HACE 19 HORAS

‘La Unidad Kabul’ se presentará en el Festival de Málaga



La Unidad Kabul, creada por Dani de la Torre y Alberto Marini, se presentará en la sección Pantalla TV del Festival de Málaga con la proyección del primer episodio el martes 14 de marzo. La serie se compone de 6 episodios y se estrenará en Movistar Plus+ en mayo.

La grabación tuvo lugar en Pakistán, Almería y Madrid, y contó con un equipo de 300 artistas y técnicos, así como 130 actores y extras, incluyendo a Nathalie Poza, Marian Álvarez, Michel Noher y Fariba Sheikan.

La trama sigue a varios agentes de La Unidad en Afganistán, tratando de encontrar información sobre un posible atentado en Europa, pero se ven envueltos en una situación peligrosa debido a los enfrentamientos entre distintos grupos. La Unidad Kabul es una producción de Buendía Estudios para Movistar Plus+ y se estrenará en la plataforma en la primavera de 2023.

Señal News

SEÑAL NEWS > CONTENT > DISTRIBUTION 16 FEB 2023

BETA CLOSES A BUNDLE OF GLOBAL SALES FROM THE MOVISTAR PLUS+ SLATE



"Rapa"

Beta has closed a bundle of international sales from its Movistar Plus+ slate, including deals for the crime drama series “Rapa” to ProSiebenSat.1’s German private broadcaster Seven.One Entertainment Group, recent Spanish hot seller “You Shall Not Lie” to Canada’s national public broadcaster Radio-Canada for their online streaming platform ICI Tou.tv Extra, and the dramedy “Supernormal” to RTP for Portugal, among others.

Last year’s most watched show on Movistar Plus+, from the makers of Hierro, “Rapa” was also sold to Streamz for Belgium. The first season follows hometown cop Maite and cranky high school teacher Tomás after their hometown’s mayor is murdered. They become unlikely allies obsessed with solving the case. The duo is back for season two of the show, this time investigating two cases in the harbor city Ferrol. In Germany, “Rapa” will start at the end of 2023 on Sat.1 Emotions.

Streamz also acquired the rights for “You Shall Not Lie” for Belgium. Pau Freixas’ dramatic guessing game of fragile truths and hidden lies in posh, coastal Belmonte is produced by Movistar Plus+ in collaboration with Filmax, and has been sold to over 50 territories worldwide so far.

Moreover, Beta struck several deals for Greece and Cyprus, selling 2022’s Canneseries competition title “El Inmortal – Gangs of Madrid” to Antenna Group and the dramedy “Supernormal” to Nova. Starring multi-awarded Alex Garcia, “El Inmortal” is a deep dive into the single-handed shake-up of the 1990’s post-Franco Madrid. The eight-hour series, produced by Movistar Plus+ and Telemundo International Studios in collaboration with DLO Producciones, was also sold to TV3 Group Baltics for Estonia, Latvia, and Lithuania. “Supernormal” revolves around the smart, fun, loyal, generous, ambitious, and exhaustingly demanding Patricia, who juggles her private and work life. The 12x30’ comedy is produced by Movistar Plus+ in collaboration with Secuoya and was also picked up Portuguese public broadcaster RTP.

Lastly, Warner Bros. Discovery for Latin America and TV3 Group Baltics acquired the rights for the special ops thriller “La Unidad” (12x60’), with the stand-alone “La Unidad Kabul” (6x60’) currently in postproduction. Executed by an award-winning creative team, the series is not just the next shot at the task force genre, but a contemporary look at Spain’s National Police antiterrorist unit. Dani de la Torre’s 18-hour series is produced by Movistar Plus+ in collaboration with Buendia Estudios.

TBI Television Business International

Exclusive: ProSieben, Radio-Canada & RTP snag Beta's Movistar shows

By Richard Middleton | 7 days ago



Rapa

ProSiebenSat.1 in Germany, Radio-Canada's streamer ICI Tou.tv Extra and RTP in Portugal have picked up a raft of shows from Movistar Plus+, following its deal with German distributor Beta.

Sat.1 Emotions and Streamz in Belgium have picked up crime drama Rapa, whose first season follows a detective and a teacher who form an unlikely relationship after the mayor of their town is murdered. A second season is in the works.

Other deals include Streamz and ICI Tou.tv Extra picking up You Shall Not Lie, which is from Pau Freixas (Red Band Society) and has been produced by Movistar Plus+ in collaboration with Filmax.

Beta has also struck deals with RTP in Portugal and Nova for dramedy Supernormal, while El Inmortal – Gangs Of Madrid has been sold to Antenna Group.

The latter eight-hour series, produced by Movistar Plus+ and Telemundo Int. Studios in collaboration with DLO Producciones, was also sold to TV3 Group Baltics for Estonia, Latvia, and Lithuania. Both series have been greenlit for second seasons by Movistar Plus+.

Rounding out the deals, Warner Bros. Discovery for Latin America and TV3 Group Baltics have acquired special ops thriller La Unidad, which is produced by Movistar Plus+ in collaboration with Buendia Estudios.

Cinco Días

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,4
AVE: 10862 €
ÁREA: 948 CM² - 79%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 9576
OTS: 36000
SECCIÓN: PORTADA

24 Febrero, 2023



Telefónica defiende una fusión MásMóvil-Orange sin trabas

—P4-5

El presidente de Telefónica, José María Álvarez-Pallete, afirmó ayer que la fusión de Orange y MásMóvil debe ser aprobada por Bruselas sin condiciones o trabas mínimas, ya que el mercado español es diferente y cuenta con fuerte competencia en infraestructuras. La firma cerró 2022 con un beneficio neto de 2.011 millones de euros, en torno a un 75% menos por la ausencia de extraordinarios, si bien se situó por encima de las previsiones del mercado. —



José María Álvarez-Pallete.

Cinco Días

PAÍS: España
PÁGINAS: 5
AVE: 6600 €
ÁREA: 576 CM² - 48%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 9576
OTS: 36000
SECCIÓN: EMPRESAS

24 Febrero, 2023



Pallete: "La fusión de Orange y MásMóvil debe ser aprobada sin condiciones"

El plan estratégico de Telefónica, ratificado en 2019, "sigue vigente" y defiende la consolidación por países

S. MILLÁN
MADRID

El presidente de Telefónica, José María Álvarez Pallete, afirmó ayer en la rueda de prensa de presentación de las cuentas del grupo que la fusión de Orange y MásMóvil debe ser aprobada sin condiciones o mínimas, porque el mercado español es diferente y cuenta con fuerte competencia en infraestructuras. Además, resaltó que MásMóvil apenas cuenta con infraestructuras. "Voy a ser muy directo. Yo, personalmente, creo que la fusión tiene que ser aprobada con mínimos remedios o sin remedios, porque uno analiza el impacto de las redes con quien compite, y lo que se pone de manifiesto es que el mercado español ya es distinto", dijo el ejecutivo, quien añadió que la transacción es emblemática para el conjunto de Europa. Y abogó por la consolidación por países, ante las dificultades en las transacciones transfronterizas, como la gestión y propiedad del espectro.

Pallete se refirió a la consulta pública impulsada por Thierry Breton, comisario europeo de Mercado Interior, para decidir si se obliga a las *big tech* a pagar por el uso de red. El ejecutivo recordó que seis compañías generan el tráfico de las redes y, sin embargo, no contribuyen financieramente al despliegue de las infraestructuras, que deben ser ampliadas continuamente por el aumento del tráfico.

Pallete indicó que Europa debe definir su política industrial, aspecto clave para su autonomía estratégica, criticando la excesiva regulación que ha provocado una competencia artificial. Según el directivo, la regulación ha penalizado a las acciones de las telecos europeas en Bolsa. El presidente de Telefónica criticó la regulación vigente, que se implantó antes de que apareciesen los teléfonos móviles. En su opinión, en España hay que cambiar todo porque ya no es una red de cobre de un monopolio, sino que hay al menos tres redes de fibra en las grandes ciudades.



El presidente de Telefónica, José María Álvarez-Pallete, ayer, en la presentación de las cuentas anuales del grupo correspondientes a 2022. PABLO MONGE

Operaciones

▶ Compras. Pallete destacó que, en 2023, la compañía no espera grandes operaciones corporativas. Laura Abasolo indicó que la compañía está negociando la creación de un vehículo de fibra en Perú, y estudia un movimiento similar en Argentina, donde ha iniciado conversaciones.

▶ Tech. Ángel Vilá afirmó que la teleco tiene que estudiar el momento idóneo para dar entrada a un socio en Tech, y añadió que está generando mucho interés entre los inversores. El ejecutivo se refirió a CTIL, que agrupa las torres de Virgin O2 y Vodafone en Reino Unido, destacando que es un activo muy atractivo. Vilá dijo que es de las pocas torreras que quedan en Europa para una posible consolidación, y añadió que Telefónica mantiene "todas las opciones abiertas". Vilá no descartó la posible adquisición de operadores de fibra alternativos.

Pallete exigió el fin de la regulación que obliga a Telefónica a prestar servicios mayoristas de fibra en varias zonas, porque hay competencia, mientras que el consejero delegado, Ángel Vilá, criticó los precios fijados por los reguladores para acceder a la red y los ductos, considerando que son bajos. "Estamos subvencionando a los competidores porque vendemos por debajo de costes", señaló. A su vez, el secretario general, Pablo de Carvajal, reclamó la eliminación de la regulación de televisión de pago, recordando que, desde la aparición de las OTT, Telefónica ya no tiene una posición dominante.

Plan estratégico

Pallete resaltó que la compañía ha cumplido con sus compromisos con los mercados con sus cuentas de 2022. Además, destacó que el plan estratégico aprobado en 2019 "sigue vigente".

El ejecutivo señaló que se seguirán impulsando los cinco pilares del plan estratégico, especialmente en la transformación del modelo operativo. Pallete recordó que, desde 2019, la compañía ha movido 65.000 millones de euros entre adquisiciones, fusiones y ventas de activos, para reforzarse en los mercados estratégicos, como la fusión de Virgin Media y O2 en Reino Unido, las compras de Oi y Prosegur Alarmas en Brasil y España, respectivamente; y la venta de las torres de Telxius a American Tower. "Estamos comprometido con este plan", dijo.

En relación a la entrada de Liberty Global, su socio en Reino Unido, en el capital de Vodafone, con la compra de casi un 5%, Vilá recordó que el mercado británico es estratégico, insistiendo en la buena sintonía con su socio. El ejecutivo explicó que, a partir de 2024, cuando se cumple el tercer año desde el inicio de las operaciones, ambos socios tienen la opción de iniciar la salida de Virgin Media O2, a través de una OPV. "Reino Unido es un mercado clave, que genera un dividendo muy fuerte, esencial para la generación de caja del grupo", indicó.

La *joint venture* abonará en 2023 un dividendo entre 1.800 y 2.000 millones de libras (entre 2.044 y 2.271 millones de euros).

Cinco Días

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,4
AVE: 10862 €
ÁREA: 948 CM² - 79%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 9576
OTS: 36000
SECCIÓN: PORTADA

24 Febrero, 2023



Telefónica espera mejorar ingresos este año tras crecer en 2022 en todos sus mercados

Reduce beneficio hasta 2.011 millones pero eleva un 72% el flujo de caja

SANTIAGO MILLÁN
MADRID

Telefónica cerró 2022 con un beneficio neto de 2.011 millones de euros, en torno a un 75% menos, por la ausencia de extraordinarios, si bien se situó por encima de las previsiones del mercado. El año 2021 había estado marcado por las ganancias récord y las plusvalías derivadas de la fusión de O2 y Virgin Media en el Reino Unido así como por la venta de las torres de Telxius. En el cuarto trimestre, Telefónica ganó 525 millones, frente a las pérdidas de 1.198 millones del mismo periodo de 2021, derivadas del impacto del plan de bajas voluntarias (PSI) en España.

Los ingresos reportados del grupo crecieron por primera vez desde 2015, con avances en todos los mercados donde Telefónica tiene presencia. Así, crecieron un 1,8%, hasta 39.993 millones de euros, mientras que, en el cuarto trimestre, aumentaron un 5,4%, hasta 10.200 millones.

El resultado operativo antes de amortizaciones (oibda) se situó en 12.852 millones de euros a diciembre de 2022, con variaciones interanuales afectadas por los costes de reestructuración o las citadas plusvalías registradas en el ejercicio anterior, entre otros. En el cuarto trimestre, el oibda alcanzó los 3.259 millones, más del doble que en 2021.

La evolución de los tipos de cambio en 2022 ha resultado favorable para el grupo. En el conjunto del ejercicio, su contribución en los ingresos ascendió a 1.748 millones de euros y en el oibda en 660 millones.

La compañía afirmó que ha superado los objetivos financieros anunciados para el ejercicio de 2022, al registrar un incremento orgánico de los ingresos del 4% y del oibda del 3%. Al mismo tiempo, la ratio de inversiones sobre ventas se ha situado en el 14,8%, también dentro de lo establecido.



Ángel Vilá (CEO de Telefónica), José María Álvarez-Pallete (presidente) y Laura Abasolo (directora de Hispam). P. M.

De cara a 2023, la compañía prevé un crecimiento orgánico de un rango "alto del crecimiento de un dígito bajo" en ingresos y de un rango "medio-alto del crecimiento de un dígito bajo" en oibda, así como una ratio de inversión sobre ventas en el entorno del 14%, por debajo de los últimos años.

El flujo de caja libre ascendió a 2.093 millones de euros en el cuarto trimestre del año, muy por encima de los 1.177 millones registrados en el mismo periodo de 2021. La cifra correspondiente al conjunto del año se ha situado en 4.566 millones, un 72,5% más. "Con estas cifras, el flujo de caja por acción ha alcanzado los 0,80 euros, con lo que cubre de manera holgada el dividendo de 0,30 euros por título de 2022", dijo Telefónica.

Deuda

La deuda financiera neta finalizó 2022 en 26.687 millones de euros, con un descenso de casi 2.000 millones de euros en el cuarto trimestre, gracias al litigio fiscal en España y la venta de activos como el 45% de Bluevía Fibra. El ratio de apalancamiento ha pasado de 2,60 veces a final de 2021, a 2,54 veces al término de 2022 y 2,51 veces con los cierres de las últimas transacciones.

El grupo cerró el año con una posición de liquidez de 21.413 millones de euros que permite tener cubiertos los vencimientos de los tres próximos años. De igual forma, más del 80% de la deuda anclada a tipos fijos y una vida media de la deuda de 13,1 años.

Los ingresos de Telefónica España crecieron un 0,6% en 2022 y aumentaron entre octubre y diciembre por séptimo trimestre consecutivo. En el último parcial de 2022, los ingresos por servicio registraron un crecimiento interanual por primera vez en tres años. El ingreso medio por cliente (arpu) permanece por encima de los 90 euros, y la tasa de abandono (*churn*) bajó hasta el 1%, el nivel más bajo desde 2015. Telefónica Alemania, por su parte, elevó sus ingresos un 5,9% orgánico, por un 9,1% de Brasil y un 3,7% de Hispam. Telefónica cerró 2022 con un total de 383,1 millones de accesos, un 4% más que a diciembre de 2021.

"Estamos muy satisfechos con la transformación que está llevando a cabo la compañía y estamos bien posicionados para continuar con esta senda de crecimiento rentable", dijo ayer José María Álvarez-Pallete, presidente de Telefónica, quien destacó que Telefónica es una empresa "predecible".

Los ingresos reportados del grupo crecieron por primera vez desde 2015

La contribución de los tipos de cambio a la facturación llegó a 1.748 millones

Resultados de Telefónica en 2022

En millones de euros	2022 REPORTADO	2022 Var. interanual En %	4T 2022 REPORTADO	4T 2022 Var. interanual En %
Ingresos	39.993	1,8	10.200	5,4
Oibda	12.852	-41,5	3.259	139,2
Oibda subyacente	12.940	-0,6	3.419	6,0
Beneficio neto	2.011	-75,3	525	Nd
FCF*	4.566	72,5	2.093	77,7
Deuda financiera neta**	26.687	2,3		

(*) Incluidos pagos de principal de arrendamiento. (**) Excluidos arrendamientos.

Fuente: Telefónica

BELÉN TRINCADO / CINCO DÍAS

Dividendo de 0,30 euros por acción

▶ **Efectivo.** Telefónica confirmó el pago de un dividendo para 2023 de 0,30 euros por título, totalmente en efectivo. En el informe financiero remitido a la CNMV, la teleco explicó que dicha remuneración se abonará en dos pagos de 0,15 euros cada uno, el primero de los cuales tendrá lugar en diciembre de este año y el segundo, en junio de 2024. La compañía precisó que la generación de caja cubre el dividendo, e insistió en su compromiso con las agencias para mantener el rating con un grado de inversión fuerte.

▶ **Autocartera.** Además, la operadora propondrá a los accionistas la amortización del 0,4% del capital social existente en autocartera a 30 de junio de 2022. Durante el pasado ejercicio, Telefónica destinó algo más de 350 millones de euros durante 2022 a la recompra de acciones propias.

▶ **Bolsa.** Los mercados recibieron de forma positiva tanto las cuentas de 2022 como las previsiones de 2023, que incluyen una confirmación de las remuneraciones a los accionistas. Las acciones de Telefónica llegaron a subir un 4% en los primeros compases de la sesión, hasta los 3,96 euros. Con el paso de los minutos, las subidas se estabilizaron, y los títulos cerraron con una subida del 1,52%.

Expansión

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,5
AVE: 25069 €
ÁREA: 1341 CM² - 125%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 10890
OTS: 117000
SECCIÓN: PORTADA

24 Febrero, 2023



Telefónica crece en ventas y paga 0,30 euros de dividendo

Telefónica registró en 2022 un aumento de ingresos, algo que no ocurría desde 2015. Sus ventas se situaron en 39.993 millones, un 1,8% más, con una mejora en todos los mercados en los que está presente. Telefónica pagará un dividendo de 0,30 euros, cifra que Álvarez-Pallete no descarta que pueda incrementarse. "Si hay riesgo de algo en el dividendo, es que sea al alza", sentenció. P5/LA LLAVE

Álvarez-Pallete: "Si hay riesgo en el dividendo es que evolucione al alza"

Los resultados fueron bien acogidos por el mercado y la acción subió un 1,52%



Jose Luis Pindado

El presidente ejecutivo de Telefónica, José María Álvarez-Pallete, ayer en la presentación de resultados.

Expansión

24 Febrero, 2023

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,5
AVE: 25069 €
ÁREA: 1341 CM² - 125%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 10890
OTS: 117000
SECCIÓN: PORTADA



Telefónica blinda un dividendo de 0,30 euros tras crecer en todos sus mercados

PARA 2023/ La 'teleco' logra que los ingresos reportados crezcan por primera vez desde 2015. Pero el margen bruto y el beneficio caen drásticamente al compararse con las enormes plusvalías de 2021.

Ignacio del Castillo. Madrid

Telefónica anunció ayer que repartirá entre sus accionistas un dividendo de 0,30 euros en efectivo por acción con cargo a 2023, la misma cantidad que anunció para 2022. Telefónica tiene 5.775 millones de acciones, lo que supone pagar 1.732 millones de euros.

Y además, este nivel de dividendo podría blindarse de cara a 2024, puesto que, aunque Telefónica no hace previsiones de dividendos a largo plazo –los anuncia al principio de cada año–, el presidente de la *teleco*, José María Álvarez-Pallete, señaló ayer que "las tendencias de mejoras de ingresos y de la generación de flujo de caja, anclan las expectativas de que este dividendo está bien cubierto, y que si hay algo es recorrido al alza. El principal objetivo es demostrar que este dividendo es sostenible y que, por lo tanto, si hay riesgo de algo, es al alza".

La compañía avanzó ayer unas previsiones prudentes para el conjunto del año, con un crecimiento orgánico de dígito bajo (por debajo del 5%) en los ingresos y el margen bruto de explotación (oibda) y un ratio de inversión sobre ventas en el entorno del 14%, es decir, continuista con el escenario previsto para 2022 que se ha superado con un crecimiento orgánico de ingresos del 4% y del 3% en el caso del oibda y una inversión sobre ventas del 15%.

Este nivel de dividendo se basa en la evolución de la operadora en 2022, en el que la *teleco* ha logrado que, por primera vez desde 2015, los ingresos reportados crezcan, incrementándose en un 1,8%, hasta 39.993 millones de euros. En el cuarto trimestre aumentaron un 5,4%, hasta los 10.200 millones.

Incremento coral

Además, para lograr este crecimiento, todos los negocios importantes han aportado aumentos de ingresos en el cuarto trimestre: Brasil (+10,1%); Alemania (+6,6%); Hispam (+2,8%); Reino Unido (+0,4%) y España (+0,2%) a los que se suma Telefónica Tech, que crece un 34%.

Sin embargo, el margen bruto de explotación (oibda) se ha situado en 12.852 millones, lo que supone un descenso del 41,5% frente a los 21.983 millones de 2021, un año que registró unas enormes plusvalías que inflaron el oibda en el primer semestre –debido a las ventas de las torres de Telxius y al impacto de la fusión por la que se creó Virgin Media O2 en Reino Unido– y una fuerte provisión para el ERE (denominado PSI) en el cuarto. De esta forma, en el cuarto trimestre, el oibda alcanzó los 3.259 millones de euros, más del doble –un 139%– que en el mismo periodo de 2021.

Al beneficio neto le ocurre lo mismo, puesto que se situó en 2.011 millones de euros, lo que supone un descenso del 75,3% frente a los 8.137 millones del ejercicio anterior, que también se vieron muy inflados por las plusvalías mencionadas anteriormente.

A diferencia de otros años, en 2022 la evolución de los tipos de cambio –especialmente del real brasileño– ha resultado favorable para la operadora. En el conjunto del ejercicio, la contribución en los ingresos ha ascendido a los 1.748 millones de euros y en el oibda se ha situado en los 660 millones de euros.

El flujo de caja libre ha ascendido a 2.093 millones de euros en el cuarto trimestre del año, muy por encima de los 1.177 millones registrados en el mismo periodo de 2021. La cifra correspondiente al conjunto del año se ha situado en 4.566 millones de euros, un 72,5% superior a la caja generada en 2021.

Más deuda

Con estas cifras, el flujo de caja por acción ha alcanzado los 0,80 euros, con lo que cubre de manera holgada el dividendo de 0,30 euros por título de 2022.

La deuda financiera neta ha finalizado 2022 en los 26.687 millones de euros, con un descenso de casi 2.000 millones de euros en el cuarto trimestre –que se debe fundamentalmente a los ingresos por la venta de Bluevía, la filial de fibra rural en España, que le reportó 1.021 millones, y a la sentencia favorable por la que ha recuperado impuestos ya pagados–, aunque se sitúa un 2,5% por encima de los 26.032 millones de deuda neta con que cerró 2021.

La compañía señaló que el fortalecimiento de la posición financiera de la operadora se refleja en una sólida posición de liquidez de 21.413 millones de euros que permite tener cubiertos los vencimientos de los tres próximos años, más del 80% de la deuda anclada a tipos fijos y una vida media de la deuda de 13,1 años.

Clientes

Telefónica logró un volumen total de accesos (líneas) de 383 millones en todos sus territorios a finales de 2022, un 3,8% más, gracias, sobre todo, a la incorporación de los clientes móviles de Oi en Brasil. Con todo, lo que crece es la parte más sana, es decir, los clientes de contrato, que llegaron a 126,24 millones, un 7,5% más. El segmento que sigue en una tendencia decreciente en los últimos años es el de los usuarios de televisión de pago, con pérdidas de clientes trimestre tras trimestre. El grupo contaba a finales de 2022 con 10,58 millones de clientes de TV de pago, lo que representa una caída interanual del 4,7%.

La Llave / Página 2

MENOS SUELDO

Pallete percibió en 2022 un total del **6,78 millones**, un **22,2% menos** que en 2021, y el CEO, Ángel Vilá, **5,01 millones**, un **24,5% menos**, ya que en 2021 ambos lograron un bonus extraordinario por cerrar dos grandes operaciones.

Se quiere demostrar que el dividendo de 0,30 euros es sostenible y que "si hay un riesgo es al alza"



José Luis Pindado

José María Álvarez-Pallete, presidente ejecutivo de Telefónica ayer durante la presentación de resultados.

Transformar el negocio para monetizar mejor las redes

I.C. Madrid

Álvarez-Pallete explicó ayer que la compañía –y en realidad todo el sector *teleco*– está trabajando en transformar el modelo de negocio. De una parte, vía la regulación, ya que ayer mismo, el comisario europeo Thierry Breton, presentó una consulta pública de la CE, prevista para provocar un cambio en las relaciones entre los actores del mundo digital, con una potencial nueva regulación, prevista para 2024, en la que todos –incluyendo a las grandes tecnológicas– aporten fondos para las redes. Pallete señaló esta iniciativa, bautizada como *Fair Share* (contribución justa) como un debate acerca de qué tipo de redes necesita Europa y si quiere ser líder como ocurría en los noventa o estar retrasada, como ahora. Esta iniciativa desatará una feroz batalla de *lobbys* en Bruselas entre las *telecos* y las tecnológicas y muy probablemente entre EEUU y Europa. Además, Pallete también defendió que la evolución tecnológica de las redes y su *softwarización* (que sus funciones sean determinadas por piezas de software llamadas API en vez de por hardware) permitirá abrir sus capacidades a terceros y cobrar por ello, abriendo una nueva vía de negocio, lo que requiere un gran esfuerzo de estandarización por parte de las operadoras, como adelantó EXPANSIÓN el pasado 3 de diciembre.

España, la gran preocupación de los inversores, mejora pero la TV sigue perdiendo clientes

España mejora y la competencia se enfría

Gran parte de la buena acogida que dio ayer el mercado a las cifras de la *teleco* (+1,52%, hasta 3,86 euros por acción, en máximos desde septiembre pasado) se debe a la razonable marcha de la filial española, vaca lechera del grupo, que ha concentrado en el pasado muchos temores de los analistas. Telefónica España registró un trimestre de resultados sólidos, teniendo en cuenta lo competido del mercado español y los resultados de otros operadores, puesto que creció en ingresos totales (incluyendo la venta de móviles) en un 0,6% en 2022, hasta alcanzar los 12.497 millones, y entre octubre y diciembre elevó sus ventas totales por séptimo trimestre consecutivo, con un aumento del 0,2%, hasta 3.214 millones. Además, en el último trimestre de 2022, los ingresos por servicios, que es la métrica que mejor registra la evolución, aumentaron por primera vez en tres años, con una subida del 0,6% hasta 3.079 millones, aunque en el conjunto del ejercicio los ingresos por servicios cayeron un 0,6% hasta 11.948 millones. Además, los directivos de Telefónica explicaron que existe un nuevo clima competitivo "más racional" en el que ha bajado "muchísimo" el nivel de promociones y el *churn* –la pérdida de clientes–, que está en niveles históricamente bajos. El gran problema es la imparable caída de clientes de TV (-5% interanual), que no cesa desde hace muchos años.

Expansión

PAÍS: España
PÁGINAS: 2
AVE: 10414 €
ÁREA: 612 CM² - 57%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 10890
OTS: 117000
SECCIÓN: EDITORIAL

24 Febrero, 2023



Telefónica alinea crecimiento y regulación

Telefónica presentó ayer unos resultados de 2022 con crecimientos de ingresos en todos sus grandes mercados, especialmente destacados en Alemania, Brasil y Telefónica Tech, –la nueva filial digital del grupo–, y esperanzadores en España. La única sombra es que en el caso español los buenos datos de clientes de fibra y de móvil se ensombrecen por el declive, parece que imparable, del negocio de televisión de pago, que es uno de los pilares en que se asienta su diferenciación, con la que retiene a los mejores clientes del mercado. La *teleco* logró crecimientos de ingresos reportados de casi el 2% hasta casi 40.000 millones, por primera vez desde 2015, y, además, sus ingresos son cada vez más eficientes, puesto que el flujo de caja libre llegó a 4.566 millones, un 72% más que el año anterior. Esa cifra supone una caja por acción de 0,80 euros, que cubre más que holgadamente los 0,30 euros de dividendo que la operadora anunció para este ejercicio, repitiendo la misma retribución que en 2022 y con algún guiño a una posible subida en el futuro. Además, el clima regulatorio parece estar cambiando en Bruselas, principalmente a la hora de regular que las grandes tecnológicas (como Google o Meta) tengan que contribuir a la financiación de las redes de las *telecos*, lo que supondría un antes y un después para el sector, que acogería una medida de este tipo –que no va a ser sencilla de lograr, por la cerrada oposición de las tecnológicas y de su principal defensor, EEUU– con una nueva perspectiva para toda la industria. Como, además, también hay una cierta esperanza acerca de que la CE cambie de una vez su rígida oposición a las fusiones de *telecos* dentro de un mismo país –cambio que tendrá que demostrarse con las condiciones que se impongan a la fusión de Orange y MásMóvil, de las que va a estar pendiente toda Europa–, las operadoras de telecomunicaciones, que han sido la oveja negra de las cotizaciones desde hace varios años, han empezado a recoger esas esperanzas. Telefónica sube un 19% desde octubre.

La reforma eléctrica dispara la tensión

La reforma eléctrica que plantea el Gobierno español está disparando la tensión en el sector. El Ejecutivo se adelantó al resto de países en enero, cuando planteó a Bruselas una reforma del mercado mayorista de la electricidad, el polémico *pool*. Quiso hacer un alarde de iniciativa, sobre todo de cara a tranquilizar a los usuarios en relación con la escalada de precios de la luz, al plantear esa remodelación aludiendo a la bajada de tarifas que iba a suponer. Pero ese alarde de iniciativa le está saliendo caro. Se ha puesto innecesariamente en el foco de las críticas de las empresas y multitud de asociaciones. Hubiera sido más sensato esperar a escuchar al sector, dialogar con diferentes países y plantear ideas de forma simultánea con otros gobiernos. Esta semana, el ministerio de Transición Ecológica está manteniendo una serie de encuentros con diversas asociaciones energéticas. Es una iniciativa loable, pero debería haberse hecho hace tiempo. Sobre todo, antes de lanzar la propuesta de reforma del sector. Afortunadamente, todos los mensajes que se lanzan desde los diferentes interlocutores son educados y mesurados. Se acepta el diálogo como parte esencial de la reforma. Dicho esto, las posiciones, por muy políticamente correctas que aparenten ser, son diametralmente opuestas. El Gobierno quiere intervencionismo y las empresas reclaman mercado. Entre uno y otro planteamientos hay una brecha gigantesca. La pregunta es si será posible achicarla.

Dia saca partido a la proximidad

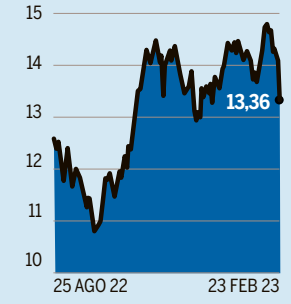
La cadena de supermercados Dia ha centrado su estrategia en la distribución alimentaria de proximidad y de barrio, y el progreso en 2022 ha sido notable, con ingresos de 7.286 millones (+9,6% y +5,7% a superficie comparable), ebitda ajustado de 200 millones (+61%) y pérdida atribuida de 124 millones (-52%). El grupo cerró 2022 con deuda neta de 544 millones, equivalente a 2,7 veces el ebitda, y en un contexto difícil por la inflación, mejoró el margen ebitda hasta el 2,8% (+0,90 puntos), completando la reforma de 1.070 tiendas (809 en España, equivalentes al 88% de la red de proximidad) y culminando así su reposicionamiento comercial. Asimismo, Dia realizó dos operaciones estratégicas, todavía pendientes de ejecución. La primera, la venta de las 265 tiendas de gran formato y dos almacenes a Alcampo por 267 millones. La segunda es también la venta de la cadena de perfumerías Clarel, que cuenta con 1.014 tiendas, por 60 millones. Actualmente, Dia está presente en cuatro países: España, que contribuye el 61% de los ingresos, Argentina (el 19%), Brasil (el 12% y en pérdidas operativas) y Portugal (el 8%). Los siguientes pasos en la reestructuración del grupo son la posible venta del negocio de Portugal, donde opera bajo la enseña Minipreço y en la que ya estaría trabajando Société Générale, y la reestructuración de las operaciones brasileñas. La cadena de distribución capitaliza 1.010 millones de euros y la cotización ha subido un 89% desde el mínimo de doce meses.

Eni dispara el resultado por el alza de los hidrocarburos

La petrolera italiana Eni presentó ayer sus resultados que, como en la mayoría del sector, se saldaron con récords. Con una producción de 1,6 millones de barriles equivalentes de petróleo por día (-4%) en 2022, multiplicó por 3,1 veces su beneficio neto ajustado a coste de reposición, hasta 13.311 millones de euros, y ejecutó inversiones netas de 8.423 millones. El grupo ya ha reducido el 50% de sus compras de gas ruso y prevé eliminarlas totalmente en 2025, aumentando las compras a Argelia, Egipto, Mozambique, Congo y Catar. Eni ha puesto en marcha un modelo corporativo que denomina "satélite", consistente en filiales independientes para cada negocio, tales como Plenitude en energías renovables, la filial de Movilidad Sostenible, Azule Energy (sociedad mixta con BP para exploración y producción en Angola) y la cotizada noruega Vår Energi. Con ello, pretende que estos negocios tengan acceso independiente a capital. Es una tendencia seguida también por otros grupos energéticos como Repsol e Iberdrola. Eni es ya un actor potente en renovables, con 7.000 GWH en funcionamiento y construcción, y un ebitda anual de 200 millones que espera subir a 800 millones en 2026. Con una plantilla de 32.000 personas, el grupo acaba de cumplir 70 años en febrero, capitaliza 47.700 millones y está controlado por el Estado italiano, con una participación del 30,6%. La actual rentabilidad por dividendo es del 6,5%.

> EN BOLSA

Eni, en euros.



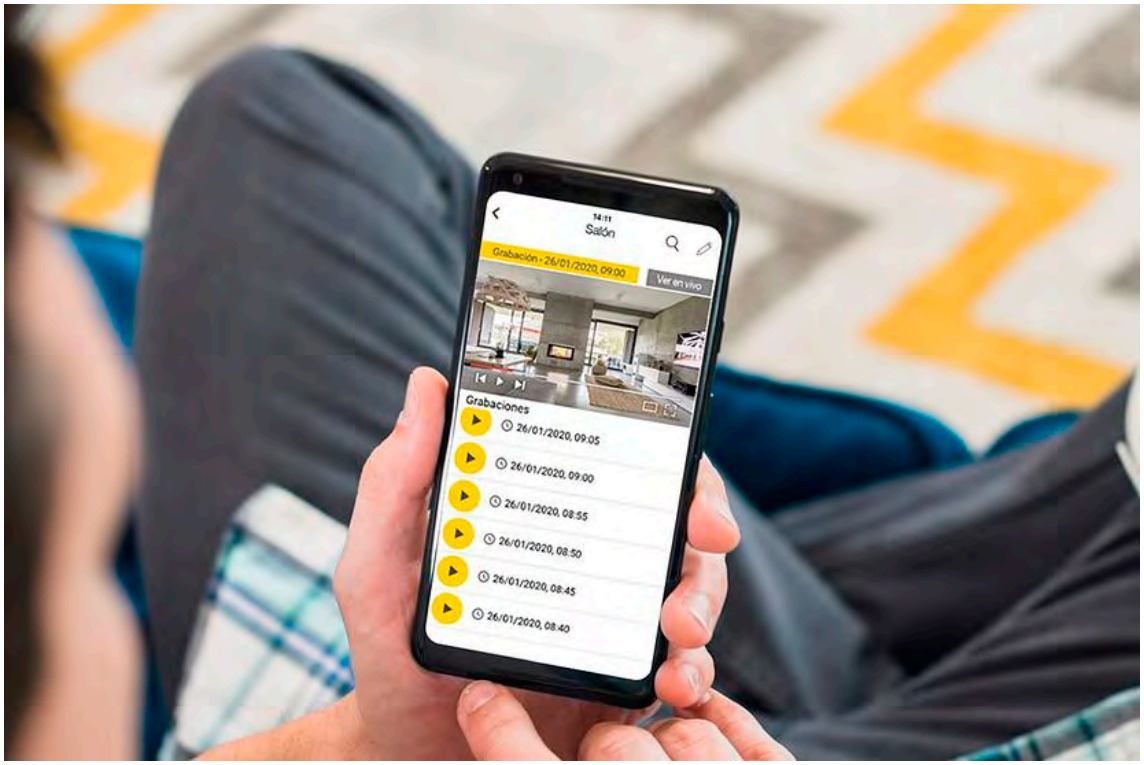
Expansión Fuente: Bloomberg

Expansión

EMPRESAS TECNOLÓGICAS

Telefónica eleva los clientes totales a 383 millones, un 4% más, pero sigue perdiendo en TV

IGNACIO DEL CASTILLO @naciocastillo 23 FEB. 2023 - 08:53



Telefónica ha logrado un aumento del 3,8% en el volumen total de accesos (líneas) ya sean fijas, de banda ancha, móviles o de TV de pago, hasta situarlos en 383,1 millones.

Telefónica alcanzó un volumen total de accesos (líneas) de 383,1 millones en todos sus territorios a finales de 2022, lo que supone un aumento del 3,8% respecto al mismo periodo del año anterior. La mayor parte de ese crecimiento se produjo en las líneas minoristas de telefonía móvil, que se situaron en 292,1 millones, un 5,2% más que en 2021, debido, fundamentalmente a la suma de clientes en Brasil al adquirir parte del negocio de su competidor local Oi. Con todo, de este negocio lo que crece es la parte más sana, es decir, los clientes de contrato -que tienen una mayor vinculación con la operadora, lo que se traduce

en un consumo más alto y menos bajas (churn)- que se situaron en 126,24 millones, con un aumento del 7,5%. Mientras, los clientes de prepago, menos fieles y con menos consumo, se situaron en 129,68 millones, una cifra muy similar a la de 2021, aunque su tendencia es claramente a la baja, ya que en junio de 2022, tras la suma de los clientes de Oi, se situaban en 135,5 millones.

Crece el FTTH y cae la TV

Los accesos minoristas de banda ancha fija, que llegaron a 26,3 millones, un 1,8% más, crecen gracias a las redes de fibra FTTH, que suponen ya 14,27 millones de clientes, un 16,6% más, pero este crecimiento se ve moderado por las pérdidas de clientes en las redes antiguas de ADSL.

El segmento que sigue en una tendencia decreciente en los últimos años es el de los usuarios de televisión de pago, con pérdidas de clientes trimestre tras trimestre. El grupo contaba a finales de 2022 con 10,58 millones de clientes de TV de pago, lo que representa una caída interanual del 4,7%.

elEconomista.es

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,12
AVE: 8454 €
ÁREA: 544 CM² - 53%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 6131
OTS: 54000
SECCIÓN: PORTADA

24 Febrero, 2023



Telefónica crece en ingresos anuales por primera vez en siete años

España genera el 27% de las ventas del grupo

El Grupo Telefónica ha crecido en ingresos anuales por primera vez desde 2015, con una facturación reportada de 39.993 millones de euros, un 1,8% más que el curso anterior. PÁGS. 12 y 13

Resultados 2022

Telefónica

Nº de accionistas
1,2 millones

Recomendación

elEconomista.es

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,12
AVE: 8454 €
ÁREA: 544 CM² - 53%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 6131
OTS: 54000
SECCIÓN: PORTADA

24 Febrero, 2023



Telefónica crece en ingresos anuales por primera vez en siete años

Supera las previsiones tras ganar 2.011 millones, un 75% menos por los atípicos

Resultados 2022

Telefónica

Nº de accionistas **1,2 millones**

Recomendación

Antonio Lorenzo MADRID.

El Grupo Telefónica ha crecido en ingresos anuales por primera vez desde 2015, con una facturación reportada de 39.993 millones de euros, un 1,8% más que el curso anterior, con repuntes en las ventas en todos sus mercados. El beneficio neto alcanzó los 2.011 millones de euros, un 75% menos debido a los atípicos de 2022, un curso marcado por las plusvalías de la venta de las torres de telefonía móvil de Telxius y la compensación extraordinaria por la joint venture británica de Telefónica O2 y Liberty Media. Estas contingencias contables afectan las comparaciones interanuales sobre un resultado que ha superado las previsiones de los analistas, al igual que ha sucedido con el resto de las principales magnitudes.

En términos orgánicos e interanuales, los ingresos del grupo aumentaron el 4%, con un resultado operativo antes de amortizaciones del 3%. En este caso, el *oibda* se ha situado en 12.852 millones de euros, con una variación interanual desfavorable del 41,5%, provocado por las citadas ventas de las torres de telefonía de Telxius y las plusvalías propinadas por la fusión británica con Virgin Media. Sin embargo, en el cuarto trimestre del año, el oibda fue de 10.200 millones de euros, un 5,4% más que en idéntico periodo del año anterior, en este caso por los costes de reestructuración laboral realizados en 2021.

Los tipos de cambio fueron balsámicos para el grupo, una vez que permitieron incrementar los ingresos en 1.748 millones de euros y en 660 millones de euros del *oibda*. El margen *oibda* en términos orgánicos se reduce apenas en tres décimas porcentuales, hasta 32,9%, mientras que en el trimestre se rebaja apenas en una décima porcentual hasta el 33,4%.

La multinacional ha generado un flujo de caja récord de 4.566 millones de euros en 2022, un 72,5% superior a la de 2021. En el cuarto trimestre, dicha magnitud supera los 2.093 millones de euros, el 77,7% más que el año anterior, incluidos 790 millones de devolución de impuestos en España. Este vigor del negocio permite al grupo confirmar el dividendo para este ejercicio de 0,30 euros por acción totalmente en efectivo. De hecho, el flujo de caja por acción ha alcanzado los 0,80 euros, con lo que cubre con creces el citado dividendo. Como es tradicional, la retribución al accionista se realizará en dos entregas, la primera de 0,15 euros en diciembre de este año y otro tanto en junio de 2024. Asimismo, la compañía propondrá en la próxima junta de accionistas reducción de capital social mediante amortización de 139 millones de acciones propias la compañía y la amortización del 0,4% del capital social existente en autocartera a finales de junio de 2022.

Tras cumplir los compromisos marcados en junio de 2022, a pesar del complejo entorno económico y competitivo, la compañía se compromete ahora a revisar al alza sus objetivos para este curso. Eso incluye el crecimiento orgánico en los próximos meses, tanto en ingresos como en *oibda*.

Radiografía contable de la 'teleco'

Telefónica

Datos no auditados (Millones de euros)

CONCEPTO	ENERO - DICIEMBRE 2022	ENERO - DICIEMBRE 2021	VAR. (%) REPORTADO
Importe neto de la cifra de negocios	39.993	39.277	1,8
Otros ingresos	2.065	12.673	−83,7
Gastos por operaciones	29.082)	−29.500	−1,4
Pérdidas por deterioro y venta de activos	−124	−467	−73,4
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA) Subyacente	12.940	13.023	−0,6
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	12.852	21.983	−41,5
Margen OIBDA	32,1 %	56,0 %	23,8 p.p.
Amortizaciones	−8.796	−8.397	4,8
Resultado operativo (OI)	4.056	13.586	−70,1
Participación en resultados de inversiones puestas en equivalencia	217	−127	c.s.
Resultados financieros	−1.313	−1.364	−3,7
Resultado antes de impuestos	2.960	12.095	−75,5
Impuesto sobre beneficios	−641	−1.378	−53,5
Resultado del periodo	2.319	10.717	−78,4
Atribuido a los acci. de la Sociedad Dominante	2.011	8.137	−75,3
Atribuido a intereses minoritarios	308	2.580	−88,0

Fuente: Telefónica. elEconomista

Principales hitos del año pospandémico

Dividendo de 0,30 euros en efectivo
Confirma la retribución con dos entregas de 15 céntimos, una en diciembre y otra en junio de 2024.

Flujo de caja récord de 4.566 millones
La generación de caja aumentó el 72,5%, incluido los 790 millones devueltos por el fisco español.

Mejora ventas en todos los mercados
La *teleco* consigue que España, Alemania, Brasil, Reino Unido e Hispam reporten ingresos al alza.

Sin compras relevantes a la vista
La compañía no tiene previsto realizar adquisiciones relevantes que pudieran amenazar el dividendo

Cumple objetivos y los revisa al alza
La teleco acumula seis años de cumplimiento de sus previsiones

Ya suma 383,1 millones de líneas
Aumenta los accesos el 3,8%, con 292 millones de clientes de móviles.

Cinco Días

PAÍS: España
PÁGINAS: 6
AVE: 3025 €
ÁREA: 264 CM² - 22%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 9576
OTS: 36000
SECCIÓN: EMPRESAS

24 Febrero, 2023



Bruselas abre a consulta sobre si plataformas como Google, Meta o Netflix deben financiar la red

CINCO DÍAS
MADRID

La Comisión Europea abrió ayer a una consulta pública sobre si las grandes plataformas de creación de contenido, como Google, Meta, Netflix o Amazon, entre otras, deben pagar a los operadores nacionales de telecomunicaciones para garantizar que todos los agentes contribuyan de manera "justa y equitativa" a las inversiones de las infraestructuras.

De este modo, Bruselas responde a la reclamación de algunas de las principales operadoras europeas, entre ellas Telefónica, que pedían que las multinacionales tecnológicas asumiesen parte de los costes de la infraestructura, ya que también disfrutan de sus beneficios. "Lo que estamos discutiendo hoy es mucho más importante que la pelea entre operadores y plataformas", dijo ayer el comisario de Mercado Interior y Servicios, Thierry Breton, antes de aclarar que lo que busca es "garantizar un paisaje equitativo" que repercuta en beneficios para el usuario final.

Según explicó el comisario, en una época de "grandes trastornos tecnológicos", la Unión Europea está haciendo "todo lo posible por construir un Mercado Único para la década digital", atendiendo también a las posibles ventajas de un mercado de frecuencias integrado. "Esperamos que esta consulta sea lo más amplia posible e invitamos a todos los interesados a que respondan, ya que esta consulta es muy valiosa para nosotros y queremos implicar a todos aquellos que tienen un papel que desempeñar", afirmó Breton.

La UE estudiará la reclamación de las grandes operadoras de telecos

El objetivo es recabar opiniones sobre el cambio tecnológico y de mercado y cómo puede afectar al sector de las comunicaciones electrónicas, en particular, para determinar los tipos de infraestructura necesarios para que Europa se mantenga a la vanguardia de desarrollos tecnológicos transformadores y liderar la transición digital en los próximos años. La consulta también recabará la opinión de las partes interesadas sobre cómo garantizar que las inversiones necesarias para desplegar tales infraestructuras se movilicen oportunamente en toda la UE. El paquete de políticas de conectividad presentado por Bruselas incluye un impulso a la infraestructura de la fibra, que pretende reducir los costes para el despliegue más rápido de estas redes en conexiones de hasta 1 gigabit por segundo (Gbps).

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 48
AVE: 10469 €
ÁREA: 215 CM² - 19%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 53721
OTS: 758000
SECCIÓN: ECONOMIA Y TRABAJO

24 Febrero, 2023



Bruselas abre la puerta a que las grandes tecnológicas paguen por el uso de las redes

La Comisión plantea que las compañías contribuyan a las inversiones de las infraestructuras

MANUEL V. GÓMEZ, **Bruselas**

La Comisión Europea empieza a prestar oídos a las plegarias de las operadoras telefónicas europeas. Ha abierto la puerta a que las grandes tecnológicas paguen por el uso de las redes al lanzar una consulta pública que "aborda la posible necesidad de que todos los actores que se beneficien de la transformación digital contribuyan equitativamente a las inversiones necesarias", en uno de los documentos presentados ayer para impulsar la conectividad en la Unión Europea. Las grandes operadoras continentales (Telefónica, Orange, Deutsche Telekom, Telecom Italia, KPN) llevan tiempo reclamando que se dé este paso empujadas por la caída de su rentabilidad en los últimos años.

Bruselas parece dispuesta a abrir un nuevo frente con las grandes compañías tecnológicas, que son principalmente estadounidenses (Alphabet, Meta, Amazon, Apple, Twitter, Microsoft) y alguna china (ByteDance, matriz de Tik Tok). Esas empresas, con las que el Ejecutivo Europeo suele tener disputas judiciales a cuenta de resoluciones de Competencia y de impuestos, generan buena parte del tráfico de internet, el 57% en 2021, según Sanvine, una consultora digital. Empresas como Telefónica abrieron esta batalla hace bastantes años. En 2010, lo hizo el anterior presidente de la gran operadora española, César Alierta: "Lo que es evidente es que los buscadores de internet utilizan nuestra red sin pagar nada, lo cual es una suerte para ellos y una desgracia para nosotros. Esto no puede seguir. Las redes las ponemos nosotros; los sistemas los hacemos nosotros; el servicio postventa lo hacemos nosotros, lo hacemos todo. Esto va a cambiar, estoy convencido".

Atendiendo a esto, el comisario europeo de Mercado Interior, el francés Thierry Breton, ha lanzado una consulta pública "sobre el sector de la conectividad y sus necesidades de infraestructura". "Esta consulta exploratoria pretende abrir el debate para mantener una conversación más exhaustiva con todas las partes interesadas y recabar datos adicionales. La consulta exploratoria también aborda la posible necesidad de que todos los agentes que se beneficien de la transformación digital contribuyan equitativamente a las inversiones necesarias", anuncia. Aunque en el mismo comunicado aclara: "Se trata de una cuestión compleja que requiere una comprensión profunda de los hechos y cifras subyacentes".

europa press

Bruselas estudiará si Google o Netflix deben pagar un peaje a operadores como Telefónica



European Union Internal Market Commissioner Thierry Breton

EUROPA PRESS 23 feb, 2023 13:06

La Comisión Europea ha abierto este jueves una consulta pública en la que plantea que grandes plataformas tecnológicas como Google, Netflix o Amazon paguen una parte de la red de telecomunicaciones.

La propuesta del ejecutivo comunitario da respuesta a una vieja demanda de importante teleoperadores como Deutsche Telekom, Orange o la propia Telefónica, las cuales consideran que estas compañías utilizan y necesitan unas infraestructuras por las que no pagan.

"Lo que estamos discutiendo hoy es mucho más importante que la pelea entre operadores y plataformas", ha señalado el comisario europeo de Mercado Interior y Servicios, Thierry Breton, en rueda de prensa. El mandatario también ha aclarado que el objetivo de Bruselas es "garantizar un paisaje equitativo" cuyos beneficios disfrute el usuario final.

Según un comunicado de la Unión, esta consulta forma parte de “un diálogo abierto con todas las partes interesadas sobre la posible necesidad de que todos los agentes que se beneficien de la transformación digital contribuyan equitativamente a las inversiones en infraestructuras de conectividad”. “Se trata de una cuestión compleja que requiere un análisis exhaustivo de los hechos y cifras subyacentes, antes de decidir sobre la necesidad de adoptar nuevas medidas. La Comisión está firmemente comprometida con la protección de un internet neutral y abierto”, añaden.

La consulta estará abierta durante 12 semanas que, una vez pasadas, empujará al Ejecutivo comunitario a plantear una propuesta legislativa que necesitará el apoyo de los Veintisiete, así como del Parlamento Europeo para su entrada en vigor. La fecha límite para que los actores participen en esta consulta es el 19 de mayo.

“Esperamos que esta consulta sea lo más amplia posible e invitamos a todos los interesados a que respondan, ya que esta consulta es muy valiosa para nosotros y queremos implicar a todos aquellos que tienen un papel que desempeñar”, ha aseverado Breton, quien espera que este proceso concluya antes de finales de año, ya que en mayo de 2024 se celebran las próximas elecciones europeas.

Asimismo, el comisario de Mercado Interior ha destacado que la Declaración de derechos y principios digitales establece que “todos los agentes del mercado que se beneficien de la transformación digital deben asumir sus responsabilidades sociales y hacer una contribución justa y proporcionada a los bienes, servicios e infraestructuras públicos, en beneficio de todos los europeos”.

GOOGLE RESPONDE

La respuesta de los colosos tecnológicos no ha tardado en llegar. Google ha reivindicado que permite ahorrar “miles de millones de dólares” a las empresas de telecomunicaciones en costes de red, asegurando que sus proveedores cubren “el 99% del trayecto que hace llegar el contenido a los usuarios”.

Según han revelado fuentes de la compañía a ‘Europa Press’, la firma multinacional ha defendido que la relación entre los operadores de telecomunicaciones y los proveedores de contenidos y aplicaciones es “simbiótica”, pues “se necesitan unos a otros”.

Por otra parte, el gigante de Mountain View ha puesto de manifiesto que estos proveedores de contenido como Amazon o Netflix han invertido más de 882.000 millones de dólares (832.000 millones de euros) en infraestructuras de red durante la última década, según un informe de la consultora Analysys Mason.

Google también ha señalado que las inversiones de las empresas de telecomunicaciones se centran en el tráfico de última milla y la infraestructura móvil, cuyo coste pueden reportarlo a los clientes en forma de cuota mensual. Además, la compañía ha apuntado que existe un fondo público-privado “significativo” para cubrir estas inversiones.

Por otra parte, la compañía ha insistido en negar que el tráfico en Internet esté creciendo a un ritmo exponencial, indicando que este se incrementó alrededor de un 35% en 2021, frente al aumento medio del 65% que se registró en 2018.

Además, han defendido que los costes de red que asumen las empresas de telecomunicaciones no están relacionados con la evolución del tráfico en Internet, anotando que la mayoría de operadores con los que han tenido contacto no considera que el crecimiento del uso de Internet esté “empeorando la conectividad ni el ecosistema de la red”.

Expansión

24 Febrero, 2023

PAÍS: España
PÁGINAS: 8
AVE: 6760 €
ÁREA: 397 CM² - 37%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 10890
OTS: 117000
SECCIÓN: EMPRESAS



Mediaset y Atresmedia mantienen ventas pese a la caída publicitaria

EN 2022/ Los dos grupos audiovisuales limitan al 1,3% su reducción de ingresos en un mercado que ha caído un 4,6%.

J. M. Madrid

En un complicado entorno económico, marcado por el impacto de la guerra en Ucrania y la fuerte inflación, Mediaset y Atresmedia, los dos grupos que dominan el negocio audiovisual en España, redujeron un 1,3% sus ingresos en 2022, idéntico porcentaje, con un mercado publicitario de televisión que se contrajo un 4,6% durante el pasado año, según datos de Infoadex. Tanto Atresmedia como Mediaset compensaron parte de la caída de sus ingresos televisivos con el impulso de otros negocios.

Para sumar unos ingresos de 950 millones de euros, Atresmedia se apoyó en su negocio radiofónico, con Onda Cero como cadena de referencia, que creció un 6,9%, hasta lograr 75 millones de euros. Las ventas de publicidad digital aumentaron un 12,2% y otros ingresos, que incluyen principalmente eventos, licencias y derechos editoriales, alcanzaron los 39,9 millones, con un crecimiento del 12,5%.

Mediaset España disparó un 29% sus ingresos digitales hasta superar los 90 millones, principalmente a través de sus web y de Mitele, y elevó un 48% las ventas de publicidad de terceros para obtener unos ingresos totales de 865 millones. Las ventas por publicidad en televisión, el grueso del negocio, cayeron un 4,1%, hasta 799 millones.

Durante el pasado ejercicio, Mediaset aumentó un 3,3% sus costes totales, hasta 654 millones de euros, lo que dejó el resultado bruto de explotación (ebitda) del grupo en 211 millones, un 13,1% menos que en 2021. El beneficio neto del grupo alcanzó 178 millones, un 1,3% menos. La posición financiera neta de Mediaset, que se integrará este año en el hólding MFE, alcanzó 477 millones, un 79% más.

Atresmedia, por su parte, logró reducir sus costes de explotación y mantener en 172 millones su ebitda, con un beneficio neto de 112 millones de euros, un 4,7% menos. El grupo propietario de Antena 3 y La Sexta repartirá un dividendo complementario de 0,22 euros por acción, que se suma a los 0,18 euros a cuenta.



Borja Prado, presidente de Mediaset.

MEDIASET
Mediaset España obtuvo una facturación de 865 millones en 2022, con un ebitda de 211 millones y un margen del 24,4%.



Javier Bardají, consejero delegado de Atresmedia.

ATRESMEDIA
Atresmedia logró unos ingresos de 950 millones con un ebitda de 172 millones, con un margen de rentabilidad del 18,2%.

Cinco Días

PAÍS: España
PÁGINAS: 18
AVE: 3162 €
ÁREA: 276 CM² - 23%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 9576
OTS: 36000
SECCIÓN: EMPRESAS

24 Febrero, 2023



Los menores ingresos por publicidad recortan un 5% el beneficio de Atresmedia

AGENCIAS
MADRID

Atresmedia registró un beneficio neto de 112,9 millones de euros en 2022, cifra un 4,7% inferior a la de 2021, cuando sus ganancias superaron los 118 millones de euros, según informó ayer el grupo audiovisual y de radio a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

El resultado bruto de explotación (ebitda) de la compañía alcanzó los 172,8 millones de euros el año pasado, un 0,2% más que en 2021, mientras que el resultado neto de explotación (ebit) avanzó un 0,5%, hasta los 155,3 millones de euros.

Los ingresos netos de Atresmedia sumaron un total de 950,8 millones de euros, con un retroceso del 1,3% sobre el ejercicio 2021, tras aumentar un 6,9% sus ingresos por el negocio de radio, hasta los 75,6 millones de euros, y descender en un 1,9% los de su división de audiovisual, hasta los 884,2 millones de euros. La deuda financiera neta del grupo alcanzó a cierre de 2022 los 23,7 millones de euros frente a los 13,3 millones de finales de 2021, lo que supone un repunte del 78,4%.

En relación con el negocio audiovisual, el grupo de comunicación destacó que los ingresos de publicidad de televisión decrecieron un 2,9%, alcanzando en el periodo de enero a diciembre de 2022 los 698,9 millones de euros, mientras que los ingresos de publicidad digital alcanzaron los 75,3 millones de euros frente a los 67,1 millones de euros obtenidos en el acumulado a diciembre de 2021, lo que supone un crecimiento del 12,2%. Asimismo, los ingresos de producción y distribución de contenidos se situaron en los 70,9 millones de euros, frente a los 79 millones del año anterior. "En este año 2022 no se incluyen los ingresos de Buendía Producción SL, que ha pasado a integrarse en los estados financieros consolidados mediante el método de puesta en equivalencia. Sin este efecto, los ingresos hubieran sumado 15 millones de euros más en el periodo", explicó la compañía.

La facturación neta global sumó 951 millones en 2022

Finalmente, los otros ingresos, que incluyen principalmente eventos, licencias y derechos editoriales, alcanzaron los 39,9 millones de euros, frente a los 35,5 millones de euros de 2021, lo que supone un crecimiento del 12,5%.

elEconomista.es

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,15
AVE: 5423 €
ÁREA: 349 CM² - 34%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 6131
OTS: 54000
SECCIÓN: PORTADA

24 Febrero, 2023



RESULTADOS ANUALES

Atresmedia logra 113 millones en 2022, un 4,75% menos

La televisión, su principal negocio, cayó un 4,6% en los países en los que el grupo tiene mayor presencia

Resultados 2022
ATRESMEDIA
Nº de accionistas
La compañía no lo hace público
Recomendación

Judith Arrillaga MADRID.

Atresmedia cerró 2022 con un beneficio neto de casi 113 millones de euros. La cifra supone un descenso del 4,75% si se compara con los 118,5 millones que registró en 2021, según los datos que comunicó ayer a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

La cifra de negocio de la dueña de *Antena 3* se ha situado en los 950,7 millones, en línea con los ingresos de 2021, que fueron 693,2 millones, o lo que es lo mismo, un 1,3% menos.

El *ebitda* (resultado bruto de explotación) acumulado a diciembre de 2022 también se mantiene estable y mejora ligeramente con respecto a 2021 pasando de 172,5 millones a superar los 172,7 millones.

La televisión es el negocio principal de Atresmedia, sin embargo, se trata de una industria que está perdiendo peso frente a la radio y el digital. En los mercados en los que opera Atresmedia, la televisión ha caído un 4,6% mientras que en la radio y el digital ha crecido un 7,7% y un 8,4% respectivamente, un factor al que Atresmedia resta importancia. "Innovar y apostar por nuevos negocios no dependientes de la publicidad tradicional nos hace más fuerte como grupo empresarial", destacó Javier Bardají, consejero delegado de Atresmedia en una carta a los inversores.

Para adaptarse a la caída del mercado publicitario, Atresmedia ha ajustado los costes en programación.

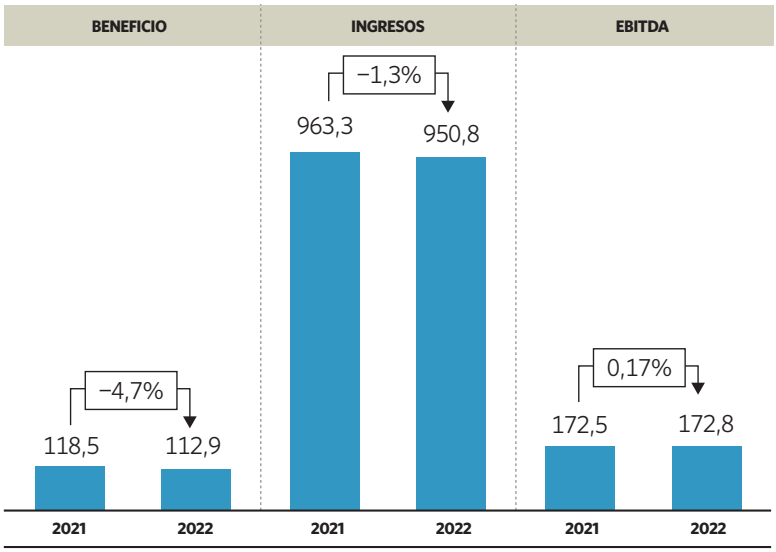
En lo que respecta al endeudamiento, a cierre de diciembre el pasivo del grupo era de 23,7 millones frente a los 13,3 millones que registraba a cierre del ejercicio anterior.

Durante el primer trimestre, Atresmedia formalizó la venta de las filiales de Smartclip en Latinoamérica y se procedió a integrar Buendía Producción, S.L. en los estados financieros consolidados mediante el método de puesta en equivalencia.

Pago de dividendo

El Consejo de Administración de Atresmedia ha propuesto la distribución de un dividendo complementario de 0,22 euros brutos por acción. La cuantía se liquidará el próximo 22 de junio de 2023 sumándose a los 0,18 euros que ya fueron abonados el 14 de diciembre de 2022.

Principales resultados presentados por Atresmedia
Millones de euros



Fuente: Atresmedia. elEconomista

Remuneración del Consejo de Administración

Atresmedia también comunicó la remuneración de los consejeros. Silvio González, quien hasta junio ostentó el cargo de consejero delegado, se embolsó 1,9 millones, prácticamente lo mismo que en el año anterior. Javier Bardají, el nuevo CEO, ganó 1,3 millones, un 23% más que en 2021, cunado el sueldo ascendió hasta los 1,1 millones. Por último, José Creuheras, presidente del grupo, ganó 771.000 euros, un 9,6% más. El año anterior recibió un salario de 703.000 euros.

Cinco Días

PAÍS: España
PÁGINAS: 18
AVE: 4538 €
ÁREA: 396 CM² - 33%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 9576
OTS: 36000
SECCIÓN: EMPRESAS

24 Febrero, 2023



Mediaset redujo sus ganancias un 1,5% en 2022, hasta 178 millones

Prevé abonar un finiquito de 6 millones a Pablo Vasile en reconocimiento a su labor al frente de la empresa

CINCO DÍAS
MADRID

Mediaset obtuvo un beneficio neto de 178,3 millones de euros en 2022, cifra un 1,5% inferior a la de 2021, según informó ayer el grupo a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). El resultado bruto de explotación (ebitda) de la compañía totalizó 211,2 millones de euros en 2022, cifra que representa un descenso del 13,1%, mientras que el resultado neto de explotación (ebit) retrocedió un 14,6%, hasta sumar 192,3 millones de euros. Los ingresos de Mediaset bajaron un 1,3% el año pasado, hasta los 865,3 millones de euros, pese a "la buena evolución del negocio digital" y la partida de otros ingresos.

En línea con las expectativas de la compañía, los costes totales del grupo se incrementaron un 3,3% en 2022, hasta los 654,2 millones de euros. La compañía espera que la fusión entre Media For Europe (MFE) y Mediaset España, actualmente en proceso, sea aprobada por las respectivas juntas extraordinarias de accionistas el próximo 15 de marzo. El grupo audiovisual desveló en paralelo el informe de retribuciones a los consejeros. Y en él explica que al ex consejero delegado Pablo Vasile se le aseguró en abril de 2022 una compensación económica en caso de que se produjera su salida de la compañía, extremo que efectivamente se llevó a cabo a finales del pasado año.

Esa compensación debía "premiar y reconocer la magnífica labor realizada durante 23 años al frente de la sociedad". Por ello, la comisión de retribuciones del consejo decidió incluir en su contrato una cláusula que reconociera en su favor un pago de tres anualidades de su salario, que en ningún caso podría ser inferior a 6 millones de euros. En el detalle de las retribuciones, el informe asegura que Vasile percibió 1,84 millones de euros en 2022, en el que fue su último año en el cargo tras hacerse efectiva su salida el pasado 31 de diciembre.

Mediaset España informó que, de momento, no ha abonado ninguna cantidad a Vasile ligada a la finalización de su mandato. En sustitución de Vasile, el consejo de administración de Mediaset aprobó nombrar a Alessandro Salem y Massimo Musolino como consejeros delegados de la sociedad desde el 1 de enero de 2023.

En el caso de Musolino, el nuevo consejero delegado del grupo cobró 929.000 euros (un 2,5% menos) en 2022, cuando ostentaba el cargo de director general.

De ellos, 548.000 euros correspondieron a su sueldo; 215.000 euros, a remuneración variable; 75.000 euros, a fija; 52.000 euros, a dietas, y 39.000 euros, a otros conceptos. Como consejeros delegados, Mediaset España pagará 987.615 euros a Salem y 640.048 euros a Musolino de retribución fija.



Pier Silvio Berlusconi, CEO de Mediaset. GETTY IMAGES

1,57 millones para Borja Prado

El presidente de Mediaset España, Borja Prado, percibió 1,57 millones de euros tras acceder al puesto en abril pasado, en sustitución de Alejandro Echevarría. Prado cobró 1,389 millones como salario, cantidad a la que sumó una remuneración fija de 75.000 euros, 104.000 euros en dietas y 3.000 euros en otros conceptos. Así, Mediaset España desembolsó 6,4 millones a sus consejeros ejecutivos y externos.

elEconomista.es

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,15
AVE: 3668 €
ÁREA: 236 CM² - 23%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 6131
OTS: 54000
SECCIÓN: PORTADA

24 Febrero, 2023



Mediaset premia a Vasile con seis millones por su "magnífica gestión"

Resultados 2022
MEDIASETespaña.
Nº de accionistas
La compañía no lo hace público
Recomendación

Judith Arrillaga MADRID.

A Paolo Vasile le ha salido rentable despedirse de la que ha sido su casa durante 23 años. El directivo renovó como consejero delegado de Mediaset el pasado 20 de abril. Entonces su salida ya estaba en el aire y la Comisión de Nombramientos y Remuneraciones acordó una compensación para reconocer su "magnífico trabajo". Su adiós tiene un precio de seis millones de euros.

La millonaria cláusula establece que Vasile tiene derecho a recibir una compensación por finalización de su mandato como consejero delegado de tres anualidades de la retribución que hubiera percibido durante el último año, no inferior a seis millones de euros. Una cantidad que desde Mediaset consideran "justa, proporcionada y merecida".

El grupo de comunicación ha querido reconocer la labor de Vasile en la exitosa salida a bolsa en el año 2004, los más de 3.600 millones de euros de beneficio obtenidos bajo su mandato o la adquisición de Cuatro, entre otras cosas.

Durante el ejercicio de 2022, Vasile recibió 1,8 millones de euros, un 4,36% menos que en 2021 cuando su sueldo ascendió hasta los 1,9 millones de euros. De esta forma, tres anualidades suponen 5,4 millones, por lo que la indemnización ascenderá a seis millones.

El grupo dueño de *Telecinco* ha comunicado a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) que todavía no ha abonado los seis millones a Vasile. Está previsto que la compensación sea abonada después de la próxima junta de accionistas. Vasile no es el único mandamás de Telecinco que dijo adiós en 2022. Alejandro Echevarría abandonó la presidencia tras 26 años en enero de 2022, una salida que se hizo efectiva meses después en junta de accionistas. En su caso, se acordó una gratificación extraordinaria de dos millones.

Cae el beneficio

Mediaset presentó ayer los últimos resultados de la era Vasile. La dueña de *Telecinco* ganó en 2022 181 millones de euros, un 1,5% menos si se compara con los 178,3 millones de 2021. Una caída en línea a la de los ingresos. El grupo de comunicación facturó 865,3 millones, frente a los 876,3 millones de 2021, o lo que es lo mismo, un 1,3% menos.

181
MILLONES DE EUROS
Ganó el grupo de comunicación en 2022. Se trata de un 1,5% menos que en 2021.

Mayor ha sido el recorte del *ebitda* (resultado bruto de explotación) que ha caído algo más de un 13% pasando de 243 millones a 211,2 millones.

El negocio de Mediaset se ha visto muy afectado por la caída del mercado publicitario, que en 2022 ha sufrido un recorte del 4,6%. Este sector sufrió mucho entre abril y septiembre. En el segundo trimestre se desplomó un 6,9% y en el tercer trimestre un 10,4%.

Esto se tradujo en que los ingresos netos por publicidad se recortaran un 4,3% pasando de casi 800 millones en 2021 a los actuales 762 millones. El 88% de los ingresos que recibe el grupo son vía publicidad.

VARIETY

Feb 21, 2023 11:00pm PT

Alex de la Iglesia, Carolina Bang Look to ‘Go Bigger’ at Pokeepsie Films

By **Liza Foreman**



Alex de la Iglesia, Carolina Bang

In 1995, Alex de la Iglesia directed his second feature, “The Day of the Beast,” which marked a milestone in Spanish cinema, yoking full-on U.S. genre tropes – a bloody against-the-clock search for an Antichrist – with a bathetic but very grounded Spanish reality, featuring a downbeat boarding house, a local metalhead and the tawdry star of an occult-themed trash TV show.

The film opened the floodgates for other directors, weened on VHS binging, to mix U.S. and Spanish realities. Now nearly 30 years later, De la Iglesia is at it again. A showreel of movies and series made by Pokeepsie Films, the shingle he founded with Carolina Bang in 2009, dazzled at a Next from Spain showcase panel on Monday at Berlinale Series Market. Standouts included the sheer visual boldness of excerpts, their pop out tones, – such as in Eduardo Casanova’s lush pink in “La Pietá” – or mixture of gore, high-production values and comedy, as in HBO Max series “30 Coins.”

Goya-nominated for best new actress for Venice winner “The Last Circus” and starring in “Witching & Bitching,” another big De La Iglesia title which helped take Spanish VFX to a next level, Bang, Pokeepsie CEO, already led a slew of productions including “The Heroes of Evil,” “Skins,” and “The Bar,” producing 17 movies or series since 2009 through to the Banijay acquisition.

With Banijay Iberia taking an equity position in Pokeepsie , announced in April 2022, Pokeepsie's ambition is to "go bigger," De la Iglesia said at the panel.

That cuts several ways. Backed by Banijay, De la Iglesia aims to continue to make movies and shows which yoke a European sense of auteurist voice with a scale and production ambition not so common on the continent, making premium horror and fantasy or comedy, or fiction which mixes both at one and the same time.

Pokeepsie is also branching out from its hallmark core, producing "Headless Chickens," a soccer world dramedy presented on Feb. 21 in the Next from Spain strand at the Berlinale Series Market.

Variety caught up with the duo following the panel at which they spoke, Spanish Fiction Contents: New Releases & Financial Opportunities, part of Next from Spain.

Getting on for a year after the partnership with Banijay Iberia, what is the state of play at Pokeepsie?

De la Iglesia: For the first time in my life, I feel that I can control my job and have time to prepare. We can grow at an amazing speed. It was always an obstacle to produce. I love to write scripts and shoot. With Carolina as CEO, I feel safe. She's so organized. I know things are working. We fix things. It's not a drama. With Pokeepsie, I now know what I'm doing.

Bang: My focus is making sure that Alex can work really well.

What are your ambitions for Pokeepsie?

De la Iglesia: We are making fun films for adults. Not just teenagers and kids. If you work in Europe, you are doing something totally different to the U.S. Why don't we make something from Europe but keeping it fun? Not just for kids. There shouldn't be just intelligent movies for intelligent people or superhero films. We want to make something in the middle.

What are the benefits of working in Spain?

People work there with real passion. We are living an amazing moment. The industry is growing. Talent is growing. We are beginning to see many beautiful things. Something is being born.

What do you like about working with horror?

De la Iglesia: Its lack of prejudice. Horror is where you can be like Fritz Lang or Murnau. It's free. People might think twice before watching an Italian comedy. In horror, it doesn't matter if the film is from Australia or wherever.

Notably "Headless Chickens," which you produce but isn't written or directed by Alex, isn't horror but weighs in more as a belated coming of age story.

Bang: It's important to keep talent in our company. But we don't want to put them in a box like that they can only do comedies with us. We want to let them grow.

Scannapieco (LaLiga Tech): “Somos un player’ agnóstico para aportar nuestra propuesta de valor”

El nuevo consejero de LaLiga Tech asegura que la prioridad pasa por crear un ecosistema de soluciones tecnológicas flexibles que se puedan adaptar a todo tipo de organizaciones deportivas. Además, se incorporarán nuevos productos y tecnologías.



Alejandro Scannapieco

2Playbook 24 de febrero de 2023

LaLiga Tech inicia una nueva fase tras ser adquirida por Globant. El gigante tecnológico compró el 51% del brazo tecnológico de LaLiga, aunque la operación no se cerró hasta el 23 de diciembre, cuando las autoridades españolas dieron luz verde a la compra. Alejandro Scannapieco se ha situado al frente del proyecto y, en entrevista con Sports, Inside, el podcast de *2Playbook*, reconoce que “Globant es la clave en la aceleración y expansión global de las soluciones de LaLiga Tech y para llegar a otras organizaciones con distinto grado de desarrollo deportivo, económico, con otros retos y necesidades”.

¿Cuáles son los objetivos prioritarios de LaLiga Tech en esta fase?

La entrada de Globant es un cambio sustancial en la visión de la compañía y la percepción global de LaLiga Tech. Nuestro objetivo con el proyecto es, claramente, acelerarlo y evolucionarlo hasta ser un referente mundial en la reinvención del deporte y el entretenimiento. Queremos especializarlo en las experiencias de los aficionados, sobre todo a través de lo que se denomina *data driven*, para aumentar audiencias, agilizar las competiciones y maximizar la monetización.

¿Cómo va a ser la nueva propuesta que elabore Globant para LaLiga Tech?

El proyecto parte de lo que construyó LaLiga con su brazo tecnológico. Lo que queremos aportarle nosotros es esta visión de ecosistema. LaLiga Tech tiene productos robustos, probados, que ya está utilizando, y ahora hay que evolucionarlos. De esa manera podemos tener una propuesta única en el mercado que nos permita interconectar todos los activos digitales, las capas de datos, que en última instancia nos den *insights* que nos abran más oportunidades de monetización.

“En LaLiga Tech quiere ser un referente mundial en la reinvención del deporte y el entretenimiento”

¿Cómo va a cambiar la propuesta de LaLiga Tech al ofrecer sus servicios a terceros?

Ahí hay un componente que es muy relevante y es que LaLiga Tech construyó sus soluciones para dar servicio a LaLiga como cliente. Pero la realidad es que ahora es global. Para eso no sólo hay que pensar a mayor escala para llegar a ese mercado, sino también entender que hay distintos tipos de madurez y *players* en este mercado. Parte *core* de lo que va a ser LaLiga Tech es en cómo adaptarse a distintos tipos de organizaciones que tengan distintos presupuestos, distintos grados de desarrollo, y que no tengan los mismos objetivos estratégicos. Hay que empezar a ser más diversos y flexibles, es el *core* de la estrategia.

Javier Tebas dijo recientemente que habían diseñado un Ferrari para cada necesidad de LaLiga, pero que para llegar a otros mercados había que diseñar un Seat. ¿Cómo será ese trabajo de adaptación y cómo de ágil será?

Estoy de acuerdo con la visión de Javier y es compartida desde los inicios de este acuerdo. Las soluciones, para adaptarse, requieren de una serie de *imputs* que luego deben trasladarse al *roadmap* de evolución de los productos. Esto es la prioridad y en lo que estamos trabajando hoy. Esto se dará en dos velocidades. El primero viene dado por la demanda de LaLiga y en cómo trabajar para acelerar el proceso de madurez digital para la organización y sus clubes con base en sus necesidades. El segundo es cómo acelerar el *roadmap* para ponerlos al alcance de diferentes organizaciones y que esos Ferraris se adecúen a estas otras necesidades.

¿Qué papel va a jugar Globant en esta transformación?

El nivel de aceleración se lo va a dar el músculo de Globant. Cómo nos ayuda con el *expertise* de sus más de 35 estudios. Es una compañía nativa digital, y es fundamental, porque es mucho más ágil, entiende las necesidades y los procesos de desarrollo. Globant nos permite conectar con todas sus divisiones comerciales, que están en contacto permanente con sectores de deporte y entretenimiento, y capturan por dónde pasan las necesidades y el conocimiento. De hecho, ya hemos abierto esos canales de comunicación para incorporar más soluciones y tecnologías emergentes a LaLiga Tech.

Y, en tu caso, ¿cuál es la función como nuevo consejero delegado?

En mi caso, tengo 15 años de experiencia en Globant, conozco bien la oferta, los recovecos y mi labor es ser ese enganche entre ambas organizaciones.

"Parte *core* de lo que va a ser LaLiga Tech es en cómo adaptarse a distintos tipos de players; hay que ser flexible y diverso"

¿El objetivo a futuro es abrir nuevos verticales además de los que ya existen o la prioridad es definir la cartera de servicios en estas tres áreas?

La visión es tener un ecosistema de soluciones modulares y flexibles que se adapten a organizaciones con distinto nivel de desarrollo. Ese es el postulado básico. El objetivo prioritario de los próximos doce meses es consolidar los productos que ya hay.

Vemos cuatro retos que afectan por igual a todas las organizaciones: cómo reinventar la experiencia del fan, con todo el universo que conlleva; cómo atraer audiencias globales y crear marcas globales; cómo aprovechar los activos digitales, que es donde está la mayor oportunidad de desarrollo; y cómo diversificar sus fuentes de ingresos más allá de la venta de derechos audiovisuales y el patrocinio.

¿Y dónde están las principales oportunidades?

Todo lo relacionado con bienestar tiene una oportunidad gigante tanto de los jugadores como del ecosistema que los rodea, pero también como mejorar el rendimiento con datos en tiempo real, o generar experiencias inmersivas para los aficionados.

¿Qué ventajas y desventajas tiene ir a vender a otras propiedades deportivas?

Hay una potencialidad en la asociación que es particular y única como un líder en la industria del deporte como LaLiga, que inició su proceso de transformación digital hace muchos años y saca varios cuerpos de ventaja al resto. La tecnología exige reinventarte a pasos acelerados casi cada año y LaLiga lo sigue haciendo. Y aliarse con una compañía líder en tecnología sólo

robustece la alianza. Nos cuesta ver una asociación similar en la industria deportiva. Dicho esto, la clave está en cómo LaLiga Tech pueda desarrollar su autonomía y evolución en poco tiempo a escala global. En la mayoría de las veces va a jugar a favor, salvo casos concretos de ligas que vean a la española como competidora. Pero todo es información pública sobre quién controla LaLiga Tech y cómo funciona. Vamos a ser un *player* agnóstico y es cuestión de tiempo que los clientes lo empiecen a ver.

LaLiga Impulso estimaba que se facturarían 100 millones esta temporada y 300 millones en 2023. ¿Qué va a determinar que se alcancen estos objetivos?

La transacción entre Globant y LaLiga requirió de un profundo entendimiento tecnológico, de negocio... Hemos trazado un plan de negocio a diez años compartido por ambas organizaciones. Apenas llevamos dos meses desde que se cerró la operación el 23 de diciembre, es muy temprano para hablar de resultados, pero Globant es una empresa pública, todo va a quedar registrado en sus cuentas y documentos.

Expansión

24 Febrero, 2023

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,50
AVE: 16846 €
ÁREA: 901 CM² - 84%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 10890
OTS: 117000
SECCIÓN: PORTADA



El fan, un negocio de 850 millones para el fútbol

TECNOLOGÍA La explotación de la vía digital aportaría ingresos millonarios a los clubes.

Estela S.Mazo. Madrid

Los grandes equipos de fútbol también compiten fuera del campo, donde las ventajas competitivas chocan con oportunidades comerciales desaprovechadas: los clubes de las grandes ligas dejan de ingresar más de 750 millones de libras (850 millones de euros) anuales por no optimizar jugosas líneas de negocio basadas en la relación con los aficionados, sobre todo a través de la vía digital. Así lo concluye el estudio *Fan MoneyBall* de CLV Group, que hace sus estimaciones para una docena de equipos (Real Madrid, Barça, AC Milan, Arsenal, Corinthians, Flamengo, Inter Milan, Juventus, Manchester City, United, PSG y Spurs) en los que detecta oportunidades relacionadas con las transmisiones en directo, las experiencias virtuales del día del partido, los tokens o los programas de membresía. Con este tipo de vías, el Real Madrid ingresaría 126 millones más y el Barça, 86 millones.

"Los clubes se empeñan en recopilar datos sobre jugadores, pero no se puede decir lo mismo cuando se trata de comprender a sus fans", apunta el estudio, que propone comenzar a construir una imagen detallada similar de su base de fanáticos a través del uso del Big Data.



FCB

El acuerdo del Barça con Spotify abre nuevas vías de negocio.

● **Directo**. "En muchos países, el mercado para los servicios de la transmisión en directo ya es grande, pero nuestros datos sugieren un apetito creciente entre los hinchas por pagar por otros servicios de un club específico, como el acceso exclusivo a los audios de un equipo, imágenes de vídeo a demanda, entrevistas a jugadores, mostrar lo que pasa detrás de la escena y la preparación previa al partido. En el caso concreto de España, los ingresos potenciales anuales serían de casi 45 millones para el Real Madrid y algo más de 32 millones para el Barça, para el informe que destaca la alianza con Spotify. Junto a los derechos de nombre del estadio y el patrocinio de las camisetas, el contrato incluye iniciativas como listas de reproducción recopiladas por los jugadores. Para los clubes analizados, serían en total 266 millones.

● **Experiencias virtuales**. "Las que se ofrecen en el día del partido son todavía una tecnología embrionaria pero tienen el poder y el potencial de traer todo un nuevo nivel de compromiso para los hinchas que no pueden ir al campo", apunta el estudio. "Pueden brindar una atmósfera de partido, la capacidad de crear un espacio común con amigos, contenido exclusivo y un asiento virtual en el mismo partido desde el confort del propio hogar", agrega. Según sus datos, el 77% de los aficionados españoles estaría dispuesto a probar esta alternativa. Como oportunidad de negocio, en un mercado donde Meta y Apple se perfilan como protagonistas, suponen unos 38,3 millones de libras para la entidad merengue y 26,6 millones para los blaugranas. En este capítulo, un paso incipiente son las segundas pantallas al consumir contenidos deportivos, que utilizan un 84% de los fans españoles. Dos de cada cinco lo hacen durante el partido, un tercio en el descanso y uno de cada cinco como parte de la experiencia prepartido. En total, esta potencial fuente de ingresos suma 246 millones en Europa.

Las experiencias relacionadas con el metaverso elevarían los ingresos en 245 millones

El informe destaca la fuerte presencia de Socios.com, con tokens que fortalecen la relación con el fan

● **Web 3.0**. El principal activo en este campo son los tokens. Destaca el liderazgo de Socios.com dada su amplia presencia en el mercado con clubs como el Barça, Juventus, PSG, Inter o Milan, si bien tienen también actividad en otros deportes como UFC o Nascar. Entre otras ventajas, estos tokens permiten a los aficionados participar en determinadas decisiones del club, como sucedió en el caso del Valencia, donde la afición decidió el diseño de la camiseta con la que el equipo se estrenó en la Copa del Rey. Casi el 60% del público español está interesado en estos activos y pagarían hasta 23 libras mensuales por un programa de membresía digital. El volumen total de esta oportunidad de negocio difiere según clubes pero oscila entre los 43 millones para un equipo del tamaño del Real Madrid a los 27 millones el Barça. En global, son 244 millones en Europa.

● **EEUU**. Junto a estas vías, el informe resalta en otro capítulo el potencial del público estadounidense interesado en ligas europeas o brasileñas, que podría aportar otros 320 millones extra de libras a las arcas del fútbol.

elPeriódico

Plataformas de 'streaming'

La nueva oferta de DAZN para ver MotoGP en 2023 (tras la lluvia de críticas)

El Periódico Barcelona 23 de febrero del 2023. 13:24



Hace unas semanas saltaba la noticia de que DAZN había subido las cuotas de todas sus tarifas, llegando a alcanzar costes de 300 euros al año en el paquete 'Total'. Este incremento se tradujo en multitud de críticas hacia la plataforma de contenidos deportivos, cuyos precios habían aumentado dos veces en apenas medio año. Asimismo, muchos usuarios tomaron la decisión de darse de baja, sobre todo en aquellos casos en que la contratación del servicio se había llevado a cabo solo para ver la Moto GP o la Fórmula 1.

La caída masiva de suscriptores ha obligado a la filial de Acces Industries a tomar cartas en el asunto, lanzando repentinamente una promoción para recuperar clientes. Así pues, tras el revuelo vivido en redes sociales, aquellas personas que quieran volver a contratar el servicio podrán obtener el pack 'Esencial' (Moto GP, Fórmula 1, Euroliga, Premier League y toda la programación de 'DAZN Victoria') por 9,99 euros durante los primeros tres meses. Cabe destacar que los nueve meses restantes de la tarifa anual se pagarán en mensualidades de 12,99 euros.

Ahorro de 80 euros

En el anuncio de esta última oferta, DAZN detalla la siguiente información: "Tres primeros meses a 9,99 euros/mes, nueve meses a 12,99 euros/mes. Coste total 146,88 euros. Permanencia de 12 meses. Ahorro de 80 euros anuales con respecto al plan mensual de 'DAZN Esencial'. Oferta disponible hasta el 1 de marzo de 2023".

Así pues, todos aquellos clientes que quieran beneficiarse de esta oportunidad para recuperar su cuenta en la aplicación podrán hacerlo durante la próxima semana.

COMPETICIONES

Reino Unido estrecha el cerco sobre la Premier League y crea un órgano de control financiero

El Ejecutivo británico analizará la economía de los clubes, investigará de forma detallada a los potenciales compradores y evitará la incorporación de los equipos ingleses a otras competiciones como la Superliga.



La Premier League asegura que los aficionados podrán vetar a los propietarios que quieran cambiar el escudo o los colores de un equipo.

Palco23
23 feb 2023 - 11:00

El Gobierno británico inspeccionará la economía de la Premier League. El Ejecutivo ha anunciado la creación de un órgano independiente de control financiero que “velará sobre el buen funcionamiento del fútbol y volverá a poner a los aficionados en el centro de la gestión”.

Con las nuevas medidas aprobadas, Reino Unido analizará de forma más detallada a quien quiera comprar clubes de la competición y controlará la solvencia y el modelo financiero de cada uno de los equipos para evitar la quiebra de las entidades. Además, incluirá una medida que evite que los clubes se unan a nuevas competiciones como la Superliga

https://www.palco23.com/competiciones/reino-unido-estrecha-el-cerco-sobre-la-premier-league-y-crea-un-organo-de-control-financiero

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

.

Para aumentar el control económico sobre las entidades deportivas, el órgano otorgará una licencia a los clubes para poder competir desde la Premier hasta la National League y deberán demostrar que tienen un modelo de negocio sostenible. De lo contrario, se les denegará la participación.

Además, los aficionados podrán vetar que los propietarios puedan cambiar el nombre, el escudo o los colores de un equipo. El presidente de la federación inglesa de fútbol (FA), ha respaldado la medida, asegurando que respaldaba "el compromiso de mejorar la sostenibilidad financiera y la gobernanza de los clubes profesionales".

> **La Premier League asegura que los aficionados podrán vetar a los propietarios que quieran cambiar el escudo o los colores de un equipo**

Rishi Sunak, primer ministro británico, ha declarado que "estos nuevos planes salvaguardarán el fútbol para las generaciones futuras de los desafíos que amenazan la estabilidad de los clubes".

Ante los rumores de la creación del nuevo órgano, la Premier ya se mostró reticente. "Apreciamos el compromiso del Gobierno para proteger el éxito continuo de la Premier, pero es vital que la regulación no dañe el torneo o su capacidad para atraer inversiones", declaró la competición en un comunicado la semana pasada.

Pese a ello, la competición ha mostrado su compromiso a la Federación, asegurando que están "comprometidos en ofrecer una solución para abordar problemas clave como las distribuciones y controles financieros".

Hace dos semanas, el fútbol británico también tembló, después de que la Premier League acusara al Manchester City, su vigente campeón, de infringir diversas reglas financieras. Dichas irregularidades estaban relacionadas con la información financiera sobre beneficios, la remuneración de entrenadores y jugadores, la regulación de la Uefa y la cooperación con las investigaciones de la Premier League.

Las supuestas infracciones del City habrían comenzado la temporada 2009-2010 y finalizarían en la campaña 2017-2018, lo que supondría que el club ***citizen*** habría infringido las normas en más de cien ocasiones.

https://www.palco23.com/competiciones/reino-unido-estrecha-el-cerco-sobre-la-premier-league-y-crea-un-organo-de-control-financiero

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Reino Unido fiscalizará directamente a la Premier para controlar su sostenibilidad económica

El Ejecutivo británico creará un regulador independiente que podrá dejar sin licencia a los clubes, aunque no detalla cómo será la fórmula de control. ¿El objetivo? Evitar quiebras de equipos y "proteger el fútbol". También podrá vetar jugar la Superliga.



2Playbook 23 de febrero de 2023

El Gobierno de Reino Unido avanza en su plan estratégico para regular la Premier League y el fútbol inglés. Siguiendo con los mensajes ya emitidos durante la pandemia, y pese al cambio de primer ministro del país, el Ejecutivo británico ha publicado un libro blanco en el que anuncia la puesta en marcha de un proyecto de "transformación radical de las normas que rigen la gestión del fútbol en Inglaterra". La principal medida será la creación de un regulador independiente que fiscalizará directamente a los clubes y tendrá derecho a veto de licencias. ¿El objetivo? Evitar quiebras y concursos de acreedores como el reciente del histórico Derby County.

El Ejecutivo asegura que su entrada como controller del fútbol se realiza para garantizar la sostenibilidad económica de los clubes y proteger a los aficionados, a los que también dará una mayor participación en la gestión de los clubes. Y ligado a ello, el control de nombres, escudos y estadios, que no podrán ser cambiados sin una aprobación previa de su masa social.

El nuevo organismo tendrá el objetivo de aprobar que los clubes cuentan con "modelos comerciales y financieros sólidos, y un buen gobierno corporativo", destaca el informe. Si bien, no dan más detalles sobre el modelo a seguir. En un informe previo apuntaron a que las pérdidas continuadas y generales del fútbol inglés serán permitidas mientras la propiedad de sus clubes garanticen la caja con ampliaciones de capital y operaciones, como la reciente de la familia tailandesa Srivaddhanaprabha, dueña del Leicester City, que ha liquidado 220 millones de deuda que mantenía el club con su grupo empresarial.

Relacionado con esto último, el Gobierno tiene intención de fiscalizar la riqueza y los planes financieros de los inversores que intenten comprar un club. Y casualmente, el informe se conoce pocos días después de que la realeza de Qatar haya presentado una oferta formal por el Manchester United.

Golpe a la Superliga, una "liga separatista impopular"

Por otro lado, el nuevo regulador "tendrá el poder de evitar que los clubes ingleses se unan a nuevas competiciones que no cumplan con los criterios predeterminados, en consulta con la Football Association y los aficionados". Y al tratar este asunto, el Gobierno británico hace referencia directa a la Superliga, que califica de "liga separatista impopular".

Y por último, el Ejecutivo también revisará el actual sistema de visas. El objetivo, "atraer a los mejores talentos mundiales mientras se mantiene un fuerte apoyo para que los jóvenes jugadores nacionales se desarrollen desde la base".

Reacciones de Premier League y EFL

El primer ministro Rishi Sunak ha destacado que "a pesar del éxito de este deporte tanto dentro como fuera de nuestras fronteras, sabemos que existen desafíos que amenazan la estabilidad de los clubes, tanto grandes como pequeños". Por ello, prosigue, la puesta en marcha de estos planes que "devolverán a los aficionados al centro del fútbol, protegerán el rico patrimonio y las tradiciones de nuestros queridos clubes y salvaguardarán el deporte rey para las generaciones futuras".

Por su parte, la Premier League ha emitido un comunicado en el que apunta que "estudiará detenidamente el plan para que Inglaterra se convierta en la primera gran nación en hacer del fútbol una industria regulada por el Gobierno". Entre otros aspectos, reconoce "la necesidad de un cambio en la gobernanza del fútbol y aplicar una regulación más sólida e independiente".

La Premier reconoce “la necesidad de un cambio en la gobernanza del fútbol y aplicar una regulación más sólida”

Sin embargo, defiende que ya viene modificando las normas de propiedad y recuerda que “ya estamos proporcionando 1.600 millones de libras (1.934 millones de euros)” en apoyo al resto del fútbol inglés en el actual ciclo de tres años. Además, le pide al Gobierno que la nueva regulación “no perjudique al juego que los aficionados adoran ver (...), ni a su capacidad para atraer inversiones y aumentar el interés por nuestro deporte”.

Desde las divisiones profesionales inferiores a la élite, controladas por la English Football League (EFL), se han mostrado satisfechos por el lanzamiento de este libro blanco. “El fútbol inglés necesita un reajuste financiero fundamental para que sea sostenible y para que todos los clubes puedan seguir sirviendo a sus seguidores y comunidades en el futuro”. Y añade que el plan del Gobierno representa “una oportunidad única para abordar los problemas sistémicos que el fútbol ha sido incapaz de resolver por sí mismo en los últimos 30 años”.

En su comunicado, la EFL no da detalles sobre el fuerte desequilibrio financiero en sus clubes con el objetivo único de ascender a la Premier, y que llevó a los clubes de Championship a perder 1.000 millones en los cinco años previos a la pandemia. Desde la FA, su director ejecutivo, Mark Bullingham, ha respaldado el “compromiso de mejorar la sostenibilidad financiera y la gobernanza de los clubes profesionales” recogido en el libro blanco.

VARIETY

HBO's Leading Man: Casey Bloys on Perfecting 'The Last of Us,' HBO Max Streaming Merger and Axing Shows

By Michael Schneider

Photographs by Adam Amengual

Casey Bloys was about four years into his tenure as a programming executive at HBO when he was driven to champion a project that was disliked by others at the network.

At first blush, the brilliantly raunchy Danny McBride comedy "Eastbound & Down" might have seemed out of place among the erudite offerings on HBO. When the series premiered in February 2009, HBO was still known for its New York-centric ("Sex and the City") and Hollywood-set ("Entourage") comedies. "Eastbound" revolved around Kenny Powers, a washed-up, foulmouthed, amoral former professional baseball player who heads home to North Carolina.

HBO brass weren't sure "Eastbound" fit their high-end brand. But Bloys, then the network's young head of comedy, knew McBride had something with the show. "I truly thought and continue to think the show is funny," Bloys says. "And it was at a point in my career where I was learning how to be an advocate for a show. How to explain to people why something is good, why we should put our name and our money behind something."

Six months after "Eastbound" debuted, Bloys got a promotion to senior VP. The experience of going against the grain for something he believed in helped solidify his view that the HBO brand was big enough to expand beyond its core strengths. It also set Bloys, now 51, on a path to becoming CEO of content for HBO and HBO Max, leading a loyal team that has defied the odds by delivering hit after hit in recent years despite never-ending turmoil in the TV industry at large and HBO in particular.



“He’s managing the jewel in the crown here, the single most important piece of real estate in media, which is HBO,” says Ari Greenburg, president of WME. “What they do at HBO sets the tone for the rest of the town.”

Through it all, Bloys has emerged as one of TV’s most respected executives. He’s impressed with a hot hand of shows — “The Last of Us,” “The White Lotus,” “House of the Dragon,” “Euphoria” and “Succession,” to name a few — that reflect his impeccable taste and strong programming instincts. He’s also well liked for being a straight shooter in making deals and for his ability to guide talent in a manner that’s not heavy-handed. Bloys’ deft touch has ensured that HBO remains a contender at a time of intense competition in TV. The premium network’s bespoke approach to developing and marketing content has only become more sought after amid the flood of new content and new platforms.

“It’s the most important job in media,” says Warner Bros. Discovery CEO David Zaslav. “He is the master class of nurturing and developing great creatives outside and inside HBO and curating amazing content. The result is the strongest HBO in history.”

Bloys is also at the forefront of the next big shift in streaming, as he oversees the programming on a new mega-service combining HBO Max and Discovery+ this spring. The name for the platform is TBD, although “Max” appears to be in the lead. (And if it does become “Max,” Bloys is fine with that. While some shows rolling into the combined service — think “Dr. Pimple Popper” — do what they do well, they probably shouldn’t be on an HBO-branded streaming service.)



“Especially if we’re going to have a lot more reality programming, lifestyle programming, how much more do we want the HBO brand to take on?” Bloys says. “That’s a legitimate concern. And that’s what we’re talking about right now. What I think we all agree on is that we need to do is preserve and protect the HBO brand.”

Richard Plepler, HBO’s long-serving CEO, who left the company in 2019 after the AT&T takeover of Time Warner, offers even higher praise for Bloys’ achievements since he took on oversight of HBO’s original programming in 2016: “I would go as far as to say that the best decision that I made as CEO was making Casey head of programming.”

Most recently, Bloys’ skill has been borne out with “The Last of Us,” the new HBO drama series that has become a rare example of a hit video game adaptation, embraced by both discerning HBO viewers and players of the game (originally written by Neil Druckmann, who also worked on the show). Bloys hadn’t heard of the Naughty Dog/Sony PlayStation game — nor had his head of drama programming, Francesca Orsi — before TV writer Craig Mazin brought it in to them as a prospect. But Mazin had just delivered HBO a surprise smash with the 2019 miniseries “Chernobyl,” and Bloys was confident he’d have another winner with whatever Mazin was most passionate about.

“I don’t even play video games, but we were betting on Craig, not the game,” Bloys says. “You want someone who is so invested in the world and knows why things happen, why they wouldn’t happen, so you can have a real conversation and a real back-and-forth. You want someone who’s got an unshakable knowledge of ‘Here’s the way we see the world, here are the themes we’re going for.’ The more he knows about it and the more excited he is, the better it is for us.”

“The Last of Us” takes place 20 years after a mass fungal pandemic wipes out much of the population — turning humans into grotesque, hungry zombies. Pedro Pascal stars as Joel, a smuggler who winds up on a journey with young teen Ellie (Bella Ramsey), who may harbor a potential cure. There’s plenty of action and horror, but the show’s relationships drive the narrative. That’s why initially, Bloys felt the first episode of “The Last of Us” was missing an emotional coda that would hook viewers.

“Casey said, ‘Hey, look, I’ve watched the first two episodes. And my audience gut is telling me we should turn this into one big one, because the ending of what was going to be the second episode is such a great ending, it will drive people forward,’” recalls Mazin.

Mazin’s first instinct was to panic at the note. But because the suggestion came from Bloys, he knew it was made for the right reasons. “This was heartfelt,” Mazin says. “It was ‘I think this will be better for the audience.’ And he was right. It was really a smart observation. He and I are cut from the same vaudevillian cloth. We want to make the audience feel things.”

Achievement unlocked. “The Last of Us” has quickly emerged as a bona fide success, with viewership growing each week (posting a new high with 7.5 million viewers for its fourth episode). That follows record ratings for “The White Lotus” as it finished its second season, and big numbers for the premiere of the “Game of Thrones” prequel “House of the Dragon.”



Add last year's Season 2 of "Euphoria," and "we have more shows doing higher numbers than we've ever had in the history of HBO," Bloys says. "And that goes back to when we had 'Six Feet Under,' 'The Sopranos' and 'Sex and the City.'"

Joe Cohen, CAA board member and head of scripted TV, credits Bloys with steering a strong team of executives and at the same time staying close to the creative process, in good times and bad.

"He's a terrific leader," Cohen says. "It's not an accident that they keep having the success that they have."

To many industry insiders, Bloys' record is impressive in part because he's pulled it off without the stereotypical bluster that often seems to come with the job.



The Last of Us, The White Lotus

"His voice might be quiet, but it's more powerful in the creative community than anyone's," Zaslav adds. Indeed, Bloys is known as one of the most measured, evenhanded and calm execs in the TV business. "I admire him," says Mazin. "He's way less of a mess than I am. Casey, to some extent, helps buffer the anxiety because he doesn't run around freaking out the way that I do. And he is very clever and very charming."

Amy Gravitt, who has worked with Bloys' for more than a decade and now heads the comedy department, still remembers the moment Bloys stuck his neck out for "Eastbound," a show he truly believed in. "To us, ['Eastbound'] was very clearly the future of HBO comedy. I think it speaks to Casey's creative instincts and his creative conviction, that he was able to stand by his gut and take that leap. because every show is a leap," she says. "And I think he has a strong gut for what story should be told next."

But here's something that Bloys' colleagues, and some of the writers and stars behind HBO's biggest shows, have also learned through the years: That cool, youthful exterior belies the exec's dry, often wicked wit. (All these years later, when asked which character from the HBO diaspora that he'd most like to hang out with, Bloys' answer comes back like a fast pitch: Kenny Powers of "Eastbound.")

"He has the darkest fucking sense of humor that I've encountered in Hollywood, and I love it," says Issa López, the executive producer behind HBO's upcoming fourth installment of anthology drama "True Detective." "I'm Mexican, and we have this culture rooted in finding humor in death and in misery. I've met very few people in show business in the U.S. that got that. And Casey's one of them."

Bloys reveals that much of his wit comes from growing up young, closeted and gay in the steel town of Bethlehem, Pa. Now, he's been married since 2004 to Alonzo Wickers, a First Amendment and media attorney, and together they're the parents of 16-year-old twins, a boy and a girl. But back in his youth, "developing a sense of humor was almost a matter of survival, as anybody who grew up closeted in the '80s knows," Bloys says. "I was not an athlete, so I had to develop some sort of survival skill. I was lucky and fortunate enough to make a career out of it."

Bloys grew up on a steady diet of TV comedy reruns — "Gilligan's Island," "Bewitched" and the Norman Lear catalog. He knew he wanted to work in television, but instead pursued a degree in economics at Northwestern University.

"My dad started a software company in 1970 and was a very successful businessman, so even at Northwestern, the idea that he would pay for college and then I could major in TV and film, it was just not an option," he says. "So economics seemed like a smart thing to do. And I will say, especially now, half my job is creative, but half is now dealing with budgets and finance. So the economic training does help."

After college, Bloys took a gig at advertising giant Ogilvy & Mather in New York, which led to a marketing job at Paramount in Los Angeles in 1996. He soon figured out that the secret to making it in TV was to become an assistant. Bloys was hired at CBS under current programming boss Laurie Zaks, and then began working for comedy head Gene Stein. When Stein moved to Disney/ ABC, Bloys followed. Then Stein and Nina Wass opened their own production shingle, bringing along Bloys to serve as a junior programming exec with a seat in writers' rooms. It was invaluable training.

"One of the things that was very helpful in my career was when I worked for Gene Stein and Nina Wass," Bloys recalls. "Nina came from Witt-Thomas, and they were producers that were in the writers' room. We did a sitcom at ABC called 'Less Than Perfect,' and I got to spend two seasons in the writers' room, not as a writer but as their development executive. I got to see how the writers on a 22-episode show would try to crack a story and do it quickly. What was really interesting, I remember [showrunner] Mitch Hurwitz was a consulting producer on the show. And the writers would be trying to figure out why a story doesn't work. As someone with an outside perspective, who'd come in a day or two a week, Mitch would go, Well, 'what if you did this?' And then it was just kind of like, 'Oh yeah!' It was interesting to see how you could help a writer unblock."

In 2004, Bloys was recruited as a director of development for HBO Independent Prods., an in-house studio that had been tasked with producing projects for outside networks like CBS ("Everybody Loves Raymond") and Fox ("Martin"). When that shut down, Bloys jumped over to the pay channel itself, working under then-programming boss Carolyn Strauss, a mentor who remains a close friend.

Besides "Eastbound," Bloys championed a new wave of shows that would become signature HBO comedies: "Flight of the Conchords," "Girls," "Enlightened," "Getting On" and "Silicon Valley." It was his stewardship of "Veep," and in particular his handling of a tricky showrunner transition when creator Armando Iannucci decided to

leave, that impressed Plepler. Bloys personally recruited Dave Mandel, and the show didn't miss a beat.

"It was Casey who called me and said, 'you know, Dave Mandel might be available,'" Plepler recalls. "Oh my God. Are you kidding? How's it possible? He said, 'I think we can do it. Let's go.'" Bloys' idea was serendipitous, as Mandel took over "Veep" and the Julia Louis-Dreyfus comedy continued to be an Emmy, ratings and pop culture juggernaut to the very end.

"I could give you 20 more examples where Casey had the right taste, judgment and temperament," Plepler says.

Bloys' big promotion came in 2016, after longtime HBO executive Michael Lombardo departed the company. "I was terrified," Bloys admits. "A network like HBO is a very special thing. It had a great track record, and you don't want to be the person who comes in and screws that all up."

Plepler wasn't worried. "His pride in HBO is transcendent. He's a great steward of quality and excellence. He's a rock star but always credits his team, who are also rock stars. He doesn't lead with his ego, he leads with the work. It's never about him. It's about the work."

That team includes Orsi as head of drama, Gravitt in comedy, Nina Rosenstein in late night and specials, Lisa Heller and Nancy Abraham in documentaries and also Sarah Aubrey at HBO Max. "We've all been working together for a long time and we all kind of understand how to work at HBO," Bloys says. "I'm really proud of all of them."

By then, Bloys had been around HBO long enough to know that he had to always have his antennae up for the next big thing that would keep the network the leader of the prestige-TV pack. He knew "Game of Thrones" was coming to a natural end and remembered how adrift the company seemed at times after previous juggernauts faded to black and before new ones came into view.

"I had been there through the end of 'Sopranos' — the 'What are they going to do?' That was a big moment," he says. "And you do realize, you make it through those times. It's hard in the moment to live up to those expectations, and I think everybody thought well, 'Boardwalk Empire' was going to be the next 'Sopranos.' Anytime anybody tries to tell you what the next whatever is, nobody knows."

Yet HBO's streak continued: "Big Little Lies," "Chernobyl," "Watchmen," "Mare of Easttown," "Insecure," "Barry" and the rest of HBO's recent hits. Bloys understands the pressure will never let up, however, and even offers his take on what the next headline will say.

"I'll write the article for you," he quips. "What is HBO going to do after 'Succession,' 'The Last of Us,' 'House of the Dragon' and 'The White Lotus'? There's always going to be something you have to kind of re-prove. That's the nature of the job."

And then there's the other burden of the beast: A seemingly perpetual level of upheaval at HBO's parent company over the past five years. When then-owner AT&T first announced plans to launch the HBO Max streaming platform, content oversight of

that channel was given to then-TNT/TBS head Kevin Reilly rather than HBO leaders. That was unsettling to the tight-knit team at the pay cabler.

“I have to admit that I was concerned,” Orsi says of the divide between HBO and HBO Max. “I wasn’t entirely sure in the beginning what were the markers of an HBO Max show, and there were certain things that they were buying that could have been right for us and vice versa.”

The acquisition of Time Warner by AT&T in 2018 began a tumultuous run at the company (soon rebranded as WarnerMedia), and HBO wasn’t left unscathed. An exodus of HBO lifers began, including Plepler in 2019. Bloys started reporting to entertainment chairman Bob Greenblatt, who was ousted a year later, along with Reilly, by new WarnerMedia CEO Jason Kilar. Bloys then reported to Warner Bros. chair/ CEO Ann Sarnoff and took on HBO Max and TNT/ TBS/TruTV content oversight.

The corporate structure was radically changed again barely three years later when WarnerMedia and Discovery merged in 2022. Kilar and Sarnoff were out, and Bloys doesn’t oversee the Turner networks anymore. But he now reports directly to Warner Bros. Discovery CEO Zaslav, who signed Bloys to a new five-year deal in October.

Whew. That’s a whirlwind Bloys doesn’t care to revisit. “I don’t think there’s any reason to go back there, but I will answer that by saying I feel really good about the current ownership and our future,” he allows when asked about those bumpy AT&T years.

When Bloys took over HBO Max originals in 2020, it had already been established with HBO-like product. But with cost-conscious Discovery coming in, it was clear that there would need to be more of a delineation. “The kind of shows they were going to were a little bit too HBO-adjacent,” Bloys says. “Now on the one hand, I’m thrilled because a good show is a good show. But from a business point, of view, what I want to make sure is if I’m spending a certain amount of money on HBO programming, any money I’m spending beyond that, I want to make sure that those shows have a job to do — which is to push out from the HBO programming.”

Moving forward, Bloys points to successful Max originals like “The Flight Attendant” and “The Sex Lives of College Girls” as great examples of shows that “broaden out from HBO.” And on the drama side, the push will be much more into popcorn and familiar franchises — inspired already by what James Gunn and Peter Safran did with their Max series “Peacemaker,” which was based on a character from the “Suicide Squad” films. Now, with Gunn and Safran overseeing the DC output at Warner Bros., HBO Max is a big part of their future plans.

Among announced projects in development, “Creature Commandos,” which Gunn has been writing for a while, is moving forward, while “Waller,” starring Viola Davis, is in active development. As for the others that Gunn and Safran have mentioned (“Lanterns,” “Paradise Lost,” “Booster Gold”), it will come down to first finding writers and then seeing where things go from there.



Bloys' formidable lineup includes "House of the Dragon," with Matt Smith (left) and "Euphoria," featuring Hunter Schafer and Zendaya.

"As I talked to James and Peter about it, we're going to develop these things and hopefully they're all great," Bloys says. "If they're not, we'll have other options and we'll see. But what's most exciting is that they've got a plan. Anything that James is excited about in terms of DC, I'm good with. I just want to make sure for Max that they're the best shows that we can do."

Another DC project already in the works is "The Penguin," a spinoff of "The Batman" movie, starring Colin Farrell, from writer-producers Matt Reeves and Dylan Clark. "The overlap of someone's creative vision with the IP is the sweet spot for us," says HBO Max head of originals Sarah Aubrey.

"The thing that Casey is so good at is he understands that it takes a long time to make something excellent," Aubrey adds. "And he creates space inside of our schedules for things to, frankly, not work or need more development time, to get just right."

Beyond DC, Bloys says good examples of the future of HBO Max include "Dune: The Sisterhood," a "Dune" prequel now in production, as well as a prequel to the hit film franchise based on Stephen King's "It." "I think there's a real opportunity for us to do big tentpole kind of shows, using Warner Bros. IP that maybe wouldn't necessarily make sense on HBO. So together, it feels like a really complementary offering," he says.

There have been plenty of learning curves for Bloys: Not everything based on established IP works out, as the "Gossip Girl" reboot proved. And refocusing HBO Max also came with some tough economic decisions, including the elimination of alternative and kids/family departments and a pullback in content, as previously renewed shows like "Minx" (now moving to Starz) were canceled and projects from mega-producers like Greg Berlanti and J.J. Abrams were scrapped.

“It has not been easy,” Bloys admits. “When I talk about it with the group here, it is somewhat cold comfort, but it is a fact that we’re not alone in trying to figure this out. If it was just us, I think you’d have people saying, ‘What the hell’s going on?’ But the entire industry, television and film, everybody is going through these really, really difficult, seismic changes.

“Historically, HBO has been incredibly profitable and made a lot of money. It allows us to take chances and take big swings. We’re all trying to figure out OK, in this new world, in a streaming environment, how do we do that?”

Adds Rosenstein, who oversees late night, news programs and specials: “I don’t think anyone’s looking through rose-colored lenses, but we still all feel like we can do the projects that we really feel passionate about and want to do.”

Talent reps say Bloys delivers the news, good or bad, in the classiest way imaginable. “He’s got really, really tough choices to make,” CAA’s Cohen says. “I believe that his intent is always to be straightforward, to cut right through and attempt to maintain good relations across the highest-end talent and also with us representatives. I think he’s terrific leader. It’s not an accident that they keep having the success that they have. Even if he disagrees or doesn’t like something he’s swift in all of his responses. He treats people with respect and reciprocity of spirit.”

Bloys has also been adept inside HBO at problem-solving to make projects work. When “House of the Dragon” co-showrunners Ryan Condal and Miguel Sapochnik had a falling out, Bloys figured out a way to keep Condal on board as showrunner and bring in “Thrones” vet Alan Taylor while moving Sapochnik to a development deal. When “The Idol” exec producers Sam Levinson and The Weeknd decided the show wasn’t working and they wanted a do-over, Bloys figured out a way to make it work financially in a cost-conscious climate. Insiders think it could be on its way to becoming a phenomenon in the vein of Levinson’s “Euphoria.”

“I’m a big believer in just being as straightforward as possible, even if it’s unpleasant,” Bloys says. “Everybody cares about the work. And I’d rather just have difficult conversations in the most responsible way. It doesn’t make it any more fun. But sometimes it can be more maddening if someone is not saying something and trying to talk around it. I’d rather be like, ‘Let’s just cut to the chase, have this conversation and try to figure it out.’”

Now that some of the tougher calls are out of the way, Bloys promises that even as HBO Max evolves, “HBO is going to stay HBO. Nothing has changed.”

And that even includes budget — with an asterisk. “The conversation was, what’s the right amount of money in streaming, so that means what’s the right amount of money for Max originals? And conversations about library, does every single library show that we have on HBO Max need to be exclusive to HBO Max? I would say no,” Bloys says. “People kind of forget the history of television was windows, DVDs. These are expensive shows to make. The idea that they’re going to sit in a library forever and ever for $15 a month, that’s never how TV has operated.”

That's where the idea came from to remove "Westworld" from HBO Max and instead sell it into the equivalent of off-network syndication: In this case, on the free-ad supported (FAST) outlets Roku and Tubi. Bloys said that decision was made after a conversation with "Westworld" executive producers Jonah Nolan and Lisa Joy.

"I think people sometimes forget there is a vast majority of the population that don't want to pay anything for a streaming service, not only here, but internationally," Bloys says. "In the same way that Netflix was a brand new thing, let's throw some shows up there and expose it to a new audience and see how it does. I think you have to kind of dip your toe in and see what's out there. I have no idea if FAST is going to be a huge business. But I do know that some people don't want to pay and are OK with getting ads. And that's a potentially very big audience and a new audience for a show. So that's something we're trying."

As Warner Bros. Discovery charts a new path with a combined HBO Max and Discovery+ streamer, Bloys has developed a strong working relationship with Zaslav. "Even before day one, I don't know if we were allowed to talk but he would tell me anyway, HBO was a huge priority for him," Bloys says. "The thing about David is, he's running this company. It's not like he's running a holding company. He's in it day to day with me with us. If there's any problem, any issue, he gets right in there with me, and we figure it out. He has made this transition very easy for us at HBO."

And like Bloys, and Zaslav is also quick to credit the team of Orsi, Gravitt, Rosenstein, Heller and Abraham, and Aubrey, all of who have seen their services secured for several years to come. "It's really a team of champions," Zaslav says. "It's a culture that Casey has really developed."

Although Bloys could always be poised for more oversight at WBD, he and Zaslav agree that the exec already has plenty on his plate. "This is what Casey was born to do," Zaslav says.

Bloys famously carries around grids that map out various programs and acquired theatrical movies and where they might be scheduled on both HBO and HBO Max. Those fluid plans are constantly changing, depending on how program development and production is faring.

"I like to think about what we're putting out as a slate," Bloys says. "When you look at this year, do we have enough shows that we're excited about? Are they similar or do we need something different? What kinds of shows are we missing? It makes people prioritize. What do you really love? What do you want to bet on? It's a way of focusing your thinking."

Aubrey calls it "the 3-D chess of scheduling. I truly think it is the secret sauce of HBO's success over the last several years. He always has his eye on. We don't want to rush something before it's ready, before it can be great. But at the same time, we have to keep a full schedule and so we need options. He's working with us to constantly assess where things are and what needs to shift. That keeps up the level of quality in a way that I think is very hard to replicate."

His HBO grids will be stuffed this year with the new (and potentially final) seasons of “Succession” and “Barry,” while upcoming are new installments of “The White Lotus,” “Euphoria” and “House of the Dragon” (likely in 2024).

As HBO forges its new path in the streaming landscape — after quietly marking its golden anniversary in 2022 — Bloys finds himself in a pretty good position, and it’s clearly not because of luck. As Kenny Powers once observed in “Eastbound & Down”: “There’s no better feeling than winning.”

VARIETY

Feb 22, 2023 8:30am PT

‘House of the Dragon’ Likely to Return Summer 2024 — Plus, HBO Boss on ‘Succession’ Spin-Off Odds and Killing ‘True Blood’ Reboot

By **Michael Schneider**



House of the Dragon Season 1 - Episode 7 Emma D'Arcy, Matt Smith Credit: Ollie Upton/HBO

There will be no dragons before it’s time. With production on Season 2 of the “Game of Thrones” prequel “House of the Dragon” just getting underway, HBO and HBO Max content CEO Casey Bloys confirms that sometime in 2024 “is a good guess” for the hit series’ return — although he’s mum on the exact time of year.

But, here’s a hint: Bloys also says it’s “a good guess” that the show won’t be eligible for the 2024 Emmy season (which ends its eligibility period on May 31, 2024) — so expect a likely return in summer 2024.

Is Bloys focused on one “Thrones” series at a time?

“My philosophy is a good script is number one priority,” he says. “I am not doing it based on wanting to have one a year, two a year. I want to do it based on the scripts that we’re excited about.”

But would the eventual plan be to have a steady stream of “Thrones” series to avoid these gaps?

“Remember to get ‘House of the Dragon’ following up from ‘Game of Thrones,’ we developed a lot of shows, shot a pilot, developed a bunch of scripts and we got ‘House of the Dragon,'” Bloys notes. “To do that again is going to take the same amount of effort. You have to develop a lot of things, try things. You never know what’s going to work. So we’re currently doing that. I’m not opposed to any number of shows. There’s probably a natural limit to how many fans want, but I’m open to any as long as we feel really good about the scripts and the prospects for a series.”

“It takes a while to get one that hits the mark,” he adds. “I know George [R.R. Martin] feels the same way. You want to do one that everybody’s really proud of and excited about.” Among potential spin-offs is one featuring Kit Harrington reprising his role as Jon Snow; Bloys says there’s nothing to report on that one, but it’s still in development.

“Game of Thrones” is obviously a franchise that has legs at HBO, but Bloys is cautious in going down that road too often — even as some of his competitors double- and triple-down on popular series. While “Mare of Easttown” was a breakout limited series success for the pay cabler in 2021, creator Brad Ingelsby — who has an exclusive overall deal at the network — is busy creating a new crime-centric show for HBO rather than a “Mare” sequel.

That means, should this upcoming season of “Succession” be its last, Bloys is not entertaining a spinoff.

“I don’t think so,” he says. “I always say ‘never say never.’ When we started talking about doing a ‘Thrones’ prequel that was something that HBO had historically never done. I had some people internally saying, ‘This is crazy. What are you doing?’ That said, I think that there’s something about the universe that George created that lent itself to [spin-offs]. There’s a huge history, a lot of different families, a lot of different wars and battles. It doesn’t seem to me that there’s something in ‘Succession’ where you would go, ‘Let’s follow just this kid’ or whatever. It doesn’t seem like a natural thing to me. But if [creator Jesse Armstrong] said I want to do this, then I would follow Jesse’s lead.”

Bloys offers the same answer when asked whether there would ever be another installment of the Emmy-winning “Watchmen.” He has no interest in bringing it back with anyone other than executive producer Damon Lindelof.

“‘Watchmen’ was so much his creation,” Bloys says. “If he doesn’t think there’s a story that he wants to put his heart and soul into, it’s hard for me to think that it would be worth doing. It was a very special limited series for us. I would put it in the pantheon of HBO greats. If Damon ever wants to revisit it, he knows that it’s an open door. But it is hard for me to imagine doing one without him.”

Also not in the cards are the rumored “Six Feet Under” revival, which Bloys said was never really in the works. A return to “True Blood” was considered, with HBO developing a few scripts, “but nothing that felt like it got there.”

Something still in development is director Bong Joon-ho’s TV adaptation of his Oscar-winning film “Parasite” — although there’s nothing new to report.

Projects under way include “The Palace,” starring Kate Winslet, Hugh Grant and Andrea Riseborough — yes, the Oscar nominee who was suddenly on everyone’s radar this winter. “I will tell you, I saw the first day of dailies with Kate and she just inhabits her character and is so good. So I’m excited about that,” Bloys says.

Meanwhile, one space Bloys is keeping an eye on is comedy, where he believes the industry will have to make a course correction. Half-hours have become too expensive, he says.

“Everybody knows that there’s been such an arms race in content in general. There’s been so much competition for actors, writers, directors, stage space and materials,” he says. “Everything has gotten so expensive. With a drama, even at that higher expense, they tend to move the needle a little bit more.”

Sometimes that’s because they perform better internationally, he notes, which is why comedies usually had smaller budgets than dramas. “Comedy budgets got a little bit out of whack compared to how they perform. You’re going to see some contraction there. Yu’re going to see, maybe, reining in some costs in comedy across the board as an industry.”

Bloomberg

TelevisaUnivision Adds 25 Million Streaming Customers — and Profits Rise

Under Viacom's former CFO, the leading Spanish-language broadcaster has turned its business around



By Lucas Shaw 23 de febrero de 2023, 12:50 CET

Wade Davis took over as chief executive officer of Univision Communications Inc. at a rough time for the largest Spanish-language broadcaster in the US. Its namesake TV network had lost some of its edge to its biggest rival, Comcast Corp.'s Telemundo, and was seeing younger viewers flock to video-streaming services and social media. The company had tried and failed to sell shares to the public, depriving its billionaire backers of a lucrative exit. Rather than try again, the private equity funds that owned Univision opted to sell the company for less than they paid 13 years before.

But then, after merging last year with the largest producer of TV shows in Mexico, Univision did something few traditional media companies in the US have accomplished in recent years: It grew its sales and profit. TelevisaUnivision Inc. boosted sales by 13% to $4.7 billion last year, including 22% in the final quarter, buoyed by a booming advertising business and wider distribution of its main TV network.



Wade Davis

It's also benefited from growing demand for the Spanish-language shows produced by Televisa, as well as the debut of its new streaming service, Vix, which now has more than 25 million monthly active users on its free tier alone. TelevisaUnivision has invested hundreds of millions of dollars in that streaming service without hurting the overall earnings of the company. Operating income before depreciation and amortization grew slightly to $1.69 billion last year, according to results released on Thursday. In the fourth quarter, profit rose 5% to $504.4 million.

That makes TelevisaUnivision an outlier at an otherwise dour time in media, as investors punish companies for losing billions of dollars on new streaming services in pursuit of Netflix Inc., the market leader. Davis has taken a more cautious approach, and the challenge is to prove that the company's turnaround can be sustained, potentially paving the way for the very outcome—an IPO—that its previous owners so desired.

"Univision had always been this powerhouse—it had been a market leader— but really it had never come close to its full potential," Davis said over breakfast at a hotel in West Hollywood, California. "We all had a vision for what this could be, which is really the first at-scale global media company serving the global Spanish-language audience. And I think two years later we've delivered a lot of that."

Davis joined Univision after witnessing up close the decimation of another once-great media company. He worked for more than 14 years at Viacom, the owner of MTV and Nickelodeon. Viacom was one of the most powerful media companies in the world thanks to its stable of cable networks popular among young viewers, channels that defined pop culture for the better part of three decades.

Yet the company failed to anticipate the damage wrought by the internet, and failed to reinvent itself before YouTube and Netflix stole its audience. When Davis left Viacom in 2019, the company was worth less than half what it was when he joined in 2005.

Univision appeared to be headed in the same direction. While the company had been the dominant player in Spanish-language television in the US for decades, it was losing young viewers to streaming services such as Netflix, as well as to rival Telemundo. Netflix and Telemundo offered programming that felt fresher than the telenovelas that had been Univision's mainstay. Telemundo invested in narco-dramas, serialized shows about drug kingpins that appealed to younger audiences.

Davis scored a lot of his early wins at TelevisaUnivision by overhauling the company's approach to advertising and distribution. The previous owners were selling ads at a discount, trying to lure marketers by charging less than English-language networks. Davis invested in the company's advertising technology and hired industry veteran Donna Speciale to take over sales. The company's advertising revenue increased 10% in 2022.



Univision also secured distribution on YouTube TV, the most popular of a new crop of online pay-TV providers and one with a younger audience than most cable companies. Viewership of Univision increased in 2021, one of the only linear TV networks that could make that claim.

Davis's most important asset is his alliance with Grupo Televisa SAB, the largest media company in Mexico. Emilio Azcárraga Vidaurreta founded the companies that would become Televisa in the middle of the 20th century, and his grandson, Emilio Azcárraga Jean, is chairman of Televisa's board. Grupo Televisa is the largest shareholder of closely held TelevisaUnivision with a 45% stake.

Though Televisa supplies most of Univision's most popular series, the two companies hadn't always seen eye to eye. When Davis joined forces with the private equity firm Searchlight to buy Univision, he made sure he had the support of Televisa, which already owned a large share of the business. Then they combined Univision with Televisa's studio operations to form one company.

"Everything starts with our studio in Mexico," said Davis, who has moved from New York to Miami, the unofficial capital of Spanish-language media in the US. "I would never have done this if we didn't share a vision." To appeal to younger viewers, Televisa has reinvented its programming with more action and comedy and shortened the length of the story arcs on some shows from 120 episodes to as few as 30 or 60.

If propping up the traditional TV network was Davis's first act, the future of this combined company is on the internet. The company introduced Vix last year as a free, advertising-supported streaming service. The $7-a-month paid version debuted in July. Customers can watch live news, sports talk, the occasional sporting match and the Televisa library for free. They must pay to watch the service's full complement of live soccer and dozens of original series.

It's too early to know if Vix is a success. The vast majority of its customers don't pay for the service, which has yet to launch officially in most of Latin America. It has only marketed itself in the US and Mexico. Among customers who do pay, the rate of cancellation, or churn, is elevated. Recent history is littered with local competitors that struggled to compete with global streaming services.

But Davis is confident he has the right strategy. The free tier appeals to the majority of potential customers in a region where people are used to watching TV for free and credit cards aren't ubiquitous. The paid tier appeals to diehard sports fans and wealthier customers willing to pay for original series. Vix received a boost in the final months of last year thanks to the World Cup, which it carries in Mexico, and the company will produce more than 60 original programs in its first year.

Unlike a service in Germany or South Korea, Vix can speak to more than 500 million Spanish speakers across more than 40 countries. Vix offers more than 300,000 hours of Spanish-language TV thanks to the Televisa library. "It's essentially the definitive Spanish language library in the world," Davis said.

Netflix is the only global streaming service investing in Spanish-language programming at a scale that compares to TelevisaUnivision and most of its programming is still in another language. "All we do is Spanish language," Davis said. "All we'll ever do is Spanish language."

ViX reporta 25 millones de usuarios activos mensuales



Wade Davis

TelevisaUnivision anunció este jueves sus resultados financieros correspondientes al cuarto trimestre del año pasado y al año completo finalizado el 31 de diciembre.

Y una de las principales revelaciones de la presentación fue que el plan gratuito de ViX, lanzado en marzo del año pasado, ya cuenta con 25 millones de usuarios activos mensuales.

Los suscriptores de ViX+, en tanto, no fueron detallados, aunque la compañía sí brindó algunas pistas.

Es que TelevisaUnivision detalló que los ingresos por *licensing* y suscripciones aumentaron un 20% en 2022, impulsados por la subventa de los derechos del Mundial de Qatar 2022 a otros territorios de América Latina y por "el lanzamiento del plan por suscripción de ViX".

Al considerar solo el cuarto trimestre del 2022 el crecimiento fue de 47%. Si además se excluyen los ingresos por la subventa de los derechos del Mundial, el crecimiento fue de 4% en Estados Unidos y 20% en México.

Dado todo lo anterior, Wade Davis, CEO de TelevisaUnivision, sigue convencido de que su plataforma de *streaming* alcanzará la rentabilidad a finales de este año.

A nivel de resultados financieros, la compañía reportó ingresos por 1.500 millones de dólares en el cuarto trimestre y de 4.700 millones en 2022, un 13% más que en 2021.

El OIBDA del 2022, en tanto, fue de 1.700 millones de dólares, cuatro millones de dólares más que en 2021 y "absorbiendo por completo las pérdidas del streaming".

Redacción Cveintiuno

23-02-2023

©cveintiuno

The Hollywood Reporter

BUSINESS NEWS

Streaming Services Are Raising Prices, So Why Is Netflix Dropping Them in 100-Plus Markets?

This service's price drop affects "more than 10 million," or more than 4 percent of the company's more than 230 million subscribers as of the end of 2022, Ampere Analysis estimated.

BY GEORG SZALAI FEBRUARY 23, 2023 6:43AM



Ted Sarandos

As Hollywood giants focus on making their streaming businesses profitable, they have started raising the subscription prices for the likes of Disney+ and HBO Max. In contrast, streaming giant Netflix is dropping some of its prices in more than 100 international markets.

“Effective immediately Netflix is to drop monthly subscription pricing in more than 100 territories globally,” but not in North America and Western Europe where average revenue per user is higher, Ampere Analysis research manager Toby Holleran wrote on Wednesday. “The SVOD incumbent’s basic tier will record the highest percentage drop across a large number of territories.

These territories, which span Central and South America, Sub-Saharan Africa, the Middle East and North Africa, Central and Eastern Europe and the Asia Pacific regions will see discounts for the basic tier range from 20 percent to nearly 60 percent, with the price drop kicking in instantly for new and existing subscribers."

This Netflix price drop affects "more than 10 million," or more than 4 percent of the company's more than 230 million subscribers as of the end of 2022, the expert estimated.

While Netflix didn't unveil the pricing changes in a big announcement, it communicated them locally. "Starting today, our Basic Plan in Malaysia is now RM28 per month for both new and existing members," the streamer tweeted in that country, for example. The 28 Malaysian Ringgit ($6.32) is down from 35 Ringgit ($7.90) previously.

Netflix executives have also signaled in recent years that the streamer would be flexible on pricing to ensure the company's service remains accessible to various types of consumers while management looks to optimize returns.

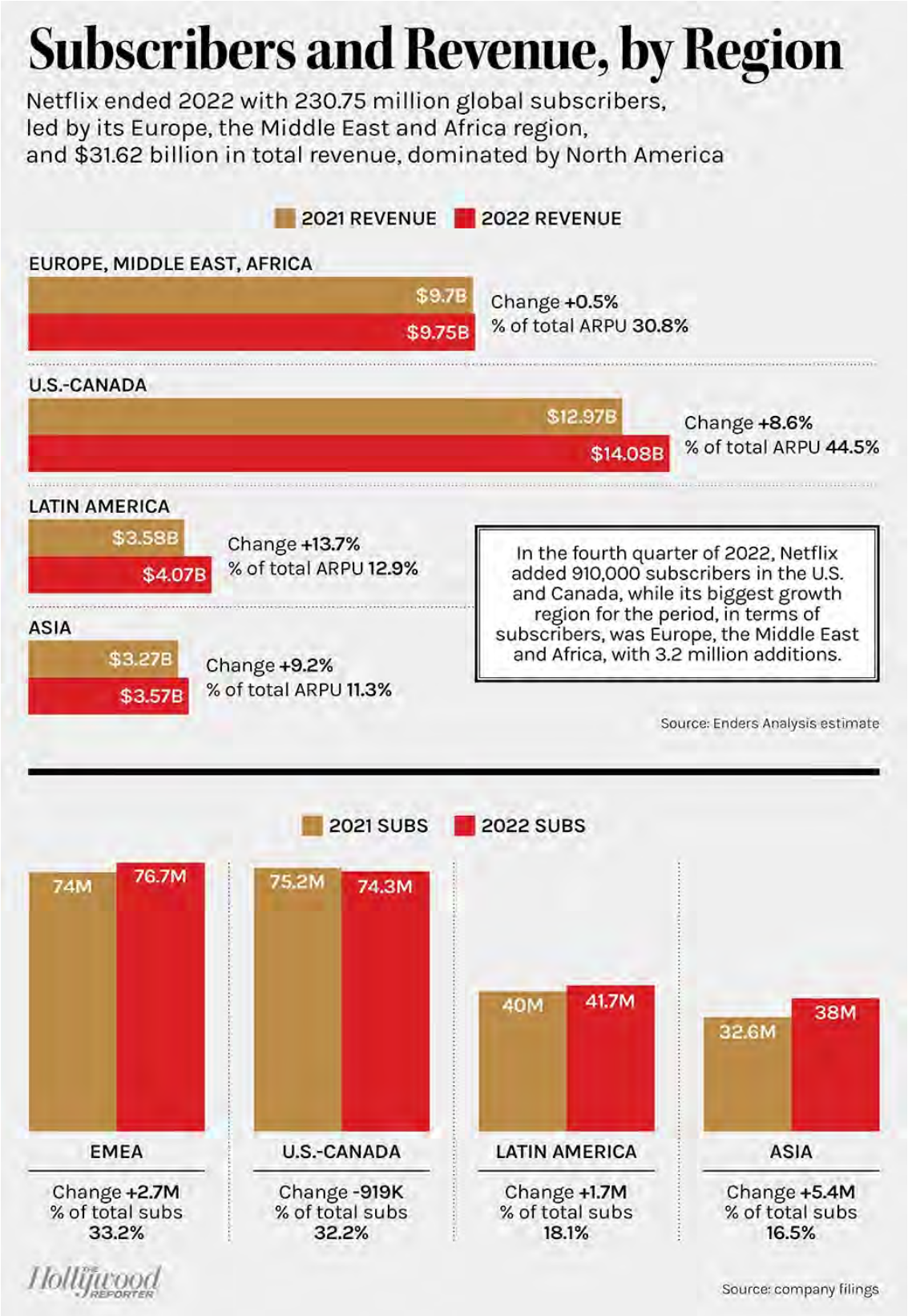
Ampere compared Netflix's current pricing to its pricing at the end of January to identify the changes across markets. "From our research, it seems that a batch of price drops occurred across the Americas and Central and Eastern Europe last week, with the Asia Pacific, Middle East and North Africa, and Africa price drops occurring this week," the firm explained.

Not all standard tier subscribers in markets receiving a discount to the basic tier will also get their price reduced. "Subscribers in Vietnam and Malaysia will miss out, whilst the remainder will receive discounts ranging from 13 percent (just in the Philippines) to almost 50 percent," Holleran noted. And the Philippines joins Vietnam and Malaysia in receiving no price cut to the premium tier, while "all other discounted markets will receive a price drop of between 17 percent and 43 percent."

But why is the streaming pioneer going counter to broader market trends? It surely doesn't hurt that Netflix has been profitable, with its net income reaching $4.49 billion in 2022 after $5.12 billion in 2021. The move should also help soften the blow of the company's rollout of its password-sharing crackdown, as well as high inflation that has hit consumers worldwide and the strong dollar that has affected users in territories where the streamer's prices are dollar-based.

"These price drops potentially cancel out the extra cost to subscribers currently sharing accounts," Holleran explained. "While this move will have a negative average revenue per user (ARPU) impact on Netflix in these emerging markets, it could drive subscriber additions amongst consumers yet to take the service."

And he highlighted that "in many markets where the standard tier of Netflix has been discounted, the new price has been aligned to previous basic tier pricing." What does that mean? "This essentially positions the discount as a free upgrade from basic to standard. This upgrade increases the resolution … and allows two concurrent streams. These markets include Indonesia, Egypt, Ecuador, Morocco and Croatia."



Asked about the drivers behind the pricing changes, Holleran told The Hollywood Reporter: “High inflation will play a part, and more recently the strong U.S. dollar in many of the markets where Netflix pricing is presented in U.S. dollars – some countries could see a significant increase in cost in local currency terms, making a subscription less appealing and perhaps leading to churn.”

He also explained. “Virtually all of the markets where the price drop occurred are emerging markets, so this may serve as a means to drive subscriber growth — if Netflix drops its price by 20 percent, but it results in a 30 percent increase in subscribers, that is a net positive from a revenue perspective. It could also drive up potential eyeballs for Netflix moving forward, which could have it well positioned if it chooses to launch the ad-supported tier down the line.”

Enders Analysis’ Tom Harrington described the price changes as the next evolution for Netflix’s pricing following the launch of cheap mobile-only plans in some international markets. “It’s the next step in creating a nuanced, bespoke approach to pricing on a country-by-country basis – a far cry from how the product was pitched after the global rollout stage, where in many countries it was extremely expensive, uncompetitive against very cheap local streamers and only accessible by (their words) ‘western-oriented elites’,” he told THR.

“This is an admission that their pricing power in many locations is weaker than in the biggest markets,” he argued. “This move does chafe with Netflix’s attempts to redefine their corporate narrative with new metrics – they haven’t given up on subscriber growth just yet.” But it also shows that Netflix executives now have “a much more complete understanding of the propensity to buy and the needs of each of these markets, as well as how their different tiers work with and against each other.”

The expert expects the price changes to have been configured market-by-market with the “aim for subscriber growth” while avoiding as much as possible a “spin-down in tiers and ARPU decline of existing customers.” Concluded Harrington: “We would expect overall ARPU to be generally protected, i.e. countries with the biggest reductions will be those with the smallest customer bases on the affected tiers and the least likely to spin down.”

Ampere listed the territories that have seen Netflix drop its prices like this: Afghanistan, Albania, Algeria, Angola, Bangladesh, Belize, Benin, Bhutan, Bolivia, Bosnia & Herzegovina, Botswana, British Indian Ocean Territory, Bulgaria, Burkina Faso, Burundi, Cambodia, Cameroon, Cape Verde, Central African Republic, Chad, Christmas Island, Comoros, Congo – Brazzaville, Congo – Kinshasa, Côte d’Ivoire, Croatia, Cuba, Djibouti, Dominica, Dominican Republic, Ecuador, Egypt, El Salvador, Equatorial Guinea, Eritrea, Ethiopia, Fiji, Gabon, Gambia, Ghana, Grenada, Guatemala, Guinea, Guinea-Bissau, Guyana, Haiti, Honduras, Indonesia, Iraq, Jamaica, Jordan, Kenya, Kiribati, Laos, Lebanon, Lesotho, Liberia, Libya, Macedonia, Madagascar, Malawi, Malaysia, Mali, Mauritania, Mauritius, Mongolia, Montenegro, Morocco, Mozambique, Myanmar (Burma), Namibia, Nepal, Nicaragua, Niger, Palestinian Territories, Panama, Papua New Guinea, Paraguay, Philippines, Pitcairn Islands, Romania, Rwanda, Samoa, São Tomé & Príncipe, Senegal, Serbia, Seychelles, Sierra Leone, Slovenia, Solomon Islands, Somalia, South Sudan, Sri Lanka, St. Barthélemy, St. Helena, St. Lucia, St. Martin, St. Vincent & Grenadines, Sudan, Suriname, Swaziland, Tanzania, Thailand, Timor-Leste, Togo, Tonga, Tunisia, Tuvalu, Uganda, Vanuatu, Venezuela, Vietnam, Wallis & Futuna, Yemen, Zambia and Zimbabwe.

YouTube se come a Netflix: La plataforma superó en porcentaje de visionado al streaming

Netflix está atravesando una etapa complicada. Tanto, que el año pasado hasta YouTube consiguió superar a la gigante del streaming.

Xavi Mogrovejo · 13:03 · 23/2/2023



Muchos están vaticinando la caída de Netflix. La compañía a cargo de Ted Sarandos pegó un buen bajón el año pasado en cuanto a número de suscriptores y horas de visionado se refiere, a pesar de que al cerrar 2022 se estimó un pequeño ascenso con respecto a su tremenda caída en bolsa. Esa caída en picado podría pronunciarse aun más con el fin de las cuentas compartidas, medida implementada ya en España que está ocasionando problemas a bastantes usuarios. Pero ese no sería el mayor problema de Netflix, su peor pesadilla se llama YouTube, plataforma que conoceréis perfectamente a estas alturas. Parece ser, según recogen desde Espinof, que YouTube superó en porcentaje de visionado a Netflix en Estados Unidos. Es decir, que vídeos como los de MrBeast con más consumidos que series o películas de Netflix.

La audiencia de YouTube está creciendo y la compañía recompensa muy bien a sus creadores de contenido

Esa amenaza creciente que muchos estaban dejando de lado no solo afecta a la compañía de Sarandos, también a HBO Max e incluso Prime Video, a pesar de que la superada el año pasado fue la gigante roja del streaming. YouTube está dando buenos pagos a sus creadores de contenido por aquellos vídeos que

logran tener una amplia repercusión. Por ejemplo, no hace mucho os hablamos de la hazaña que realizó el mencionado MrBeast al ayudar a 1000 personas a recuperar la vista de forma desinteresada. Es más que evidente que YouTube se está convirtiendo en la nueva televisión, las cifras así lo avalan, y no son pocos los que prefieren ver algún vídeo de su creador de contenido preferido a tragarse mil y un anuncios en televisión tradicional.



> 2022 fue un año increíble para YouTube, y no parece que la cosa vaya a menos.

Netflix necesita dar un giro de tuerca a su enfoque o podría continuar bajando peldaños. Actualmente va camino de convertirse en la plataforma más odiada por los espectadores habituales del audiovisual, y cancelaciones como la de Mindhunter no ayudan en absoluto a que la cosa mejore. YouTube, por su parte, continúa recompensando a sus creadores de contenido para que sigan haciendo los mejores vídeo para atraer a más y más audiencias. La guerra del streaming no va en relación a la calidad, sino al registro de horas de visionado y cantidad de público que se alcanza.

FT
FINANCIAL TIMES

Sony Corp + Add to myFT

Anime and 'The Last of Us' are transforming Sony's business

Hiroki Totoki will eventually inherit an electronics brand that is morphing into a media giant



Leo Lewis and **Kana Inagaki** in Tokyo FEBRUARY 24, 2023

If your world revolves around the fate of Joel, Ellie and the Fireflies, it probably means one of two things: either you are addicted to the post-apocalyptic television series The Last of Us or you are a financial analyst with a "buy" rating on Sony.

Either way, there are nail-biting weeks ahead, especially for chief financial officer Hiroki Totoki who will officially be put on track to head the Japanese group when he takes over as president this spring.

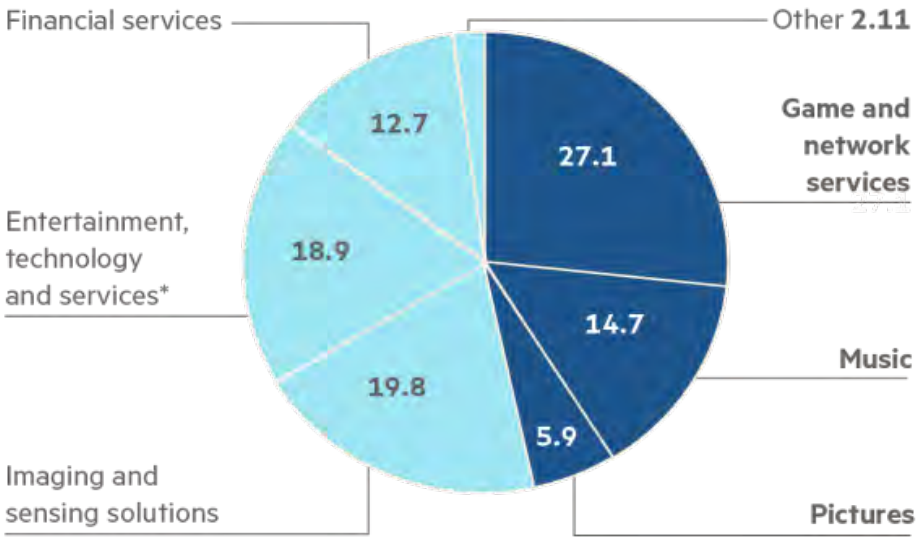
For long-term Sony watchers, The Last of Us symbolises the culmination of a decade-long metamorphosis. It is a corporate transformation carried out under two successive chief executives and set to be entrusted to a third, with Hiroki's promotion seen as the latest step before he eventually inherits the top job.

This process, which veteran Sony analyst David Gibson at MST Financial describes as "remarkable", has steadily converted Japan's best-known consumer electronics brand into a less well-understood blend of specialist-hardware maker and international media giant.

"It has focused on being really good at a few things, rather than trying to be average at a lot of things," said Gibson.

Games, music and film account for almost half of Sony's operating income

Q3 2022 (%)



* Formerly electronics products and solutions segment
Source: company, FT calculations
© FT

It is the focus on the media business, say analysts, that defines the new Sony, a company that has built globally significant positions in a broad range of entertainment genres at a time of wallet tightening and as the battle between rival streaming services intensifies.

In the first nine months of the financial year ending next month, 48 per cent of the group's operating profits came from games, music, films and television. Analysts expect that ratio to climb to more than 56 per cent in the financial year that ends in March 2024.

Those same analysts, traditionally obsessed with Sony's TV sales and fluctuating competitiveness in mobile phones, must now comb media news for reviews of Spider-Man movies, the buzz around trailers for TV shows based on Sony games and the record-breaking streaming numbers of Mariah Carey's hit song "All I Want for Christmas Is You".



Mariah Carey sings 'All I Want for Christmas Is You', a Sony streaming hit, at Madison Square Garden

Among Sony's strongest new suits is its globally dominant position in the distribution of Japanese anime cartoons — a business that has been significantly expanded both financially and geographically by the advent of streaming services.

Bolstered by the $1.2bn purchase of AT&T's anime streaming service Crunchyroll in late 2020, which now has 10mn paid subscribers, the group has built what is generally understood as the world's largest portfolio of anime.

As a result, Sony has adopted an "arms dealer" strategy — distributing titles across multiple rival streaming platforms to maximise profits.

"In terms of owning the IP and distribution for animation, Sony owns most of them," said Jefferies analyst Atul Goyal. "They're making all the right moves in video games, animation and TV. They are now essentially a media company."

Sony's anime strategy has evolved at a crunch moment. During the pandemic, according to figures produced by the Association of Japanese Animations, Japanese anime spread more extensively to audiences outside Japan.

The most recent figures available in 2021 show the global market for Japanese anime grew to a record high ¥2.7tn ($20bn). Estimates produced by SkyQuest Technology Consulting, and used by several Sony analysts to inform their own forecasts, suggest that the global anime market is now growing at about 10 per cent a year and could reach a value of $47.14bn by 2028.



TV series 'The Last of Us' was first launched as a 2013 PlayStation game from Sony's in-house studios, around the time the campaign to reinvent the group began © HBO/WarnerMedia

More importantly, however, the market outside Japan represented ¥1.3tn of that 2021 total. In the intervening months, say analysts, the balance will have shifted definitively in favour of the global market and, for the first time, anime will make more money overseas than in its domestic market.

But The Last of Us, said Macquarie analyst Damian Thong, marks an important next step in the transformation, in which Sony is able to leverage its different media businesses to better profit from its intellectual property.

The Last of Us was first launched as a 2013 PlayStation game from one of the company's in-house studios, around the time the campaign to reinvent Sony began.

The title became a broader games franchise that sold 37mn copies — a fan base that guaranteed a significant global audience for the show, even before it had been made. The TV show, currently being streamed by HBO in the US, was described by Thong in a note to clients as "possibly the best-ever video game adaptation for television or cinema". Others have dubbed it "Sony's Game of Thrones".

The effect of its success, he added, would now raise expectations for the future TV outings for the many other blockbuster games titles that Sony's own studios have produced. These include Horizon Zero Dawn, which is being produced for Netflix, and God of War for Amazon Prime Video.

"Now, Sony probably takes a piece of my spending every time I listen to a Clash song or watch The Boys on Amazon," said longtime Sony-watcher Pelham Smithers. "If I were a Spider-Man fan, they'd probably take a small fortune off me this year, with all the Spider-Man universe product out across film and games."



Sony's finance chief Hiroki Totoki will be promoted to president and chief operating officer from April © Kiyoshi Ota/Bloomberg

But Smithers sees plenty of areas of risk for Sony. Its shares, though more than 10 times higher than they were at the start of the transformation process in 2013, are now 21.5 per cent lower than they were at the end of December 2021, when the stock reached a 21-year high. The fall follows concerns that chip shortages were delaying the rollout of its flagship PlayStation 5 console and that consumer spending on games generally would fall post-pandemic.

It is against this background that Totoki will be promoted to president and chief operating officer from April. Among investors, the 58-year-old finance chief had long been considered the natural successor to chief executive Kenichiro Yoshida, with the duo playing a pivotal role in stemming a decade of losses at the group's consumer electronics businesses.

Totoki, a maverick known for his role in setting up Sony's online banking business, has already signalled that he will implement Yoshida's overall strategy. But while the group is forecasting record revenue for the current financial year, Totoki will be tasked with navigating a slowdown in the global economy, geopolitical risks and climate challenges.

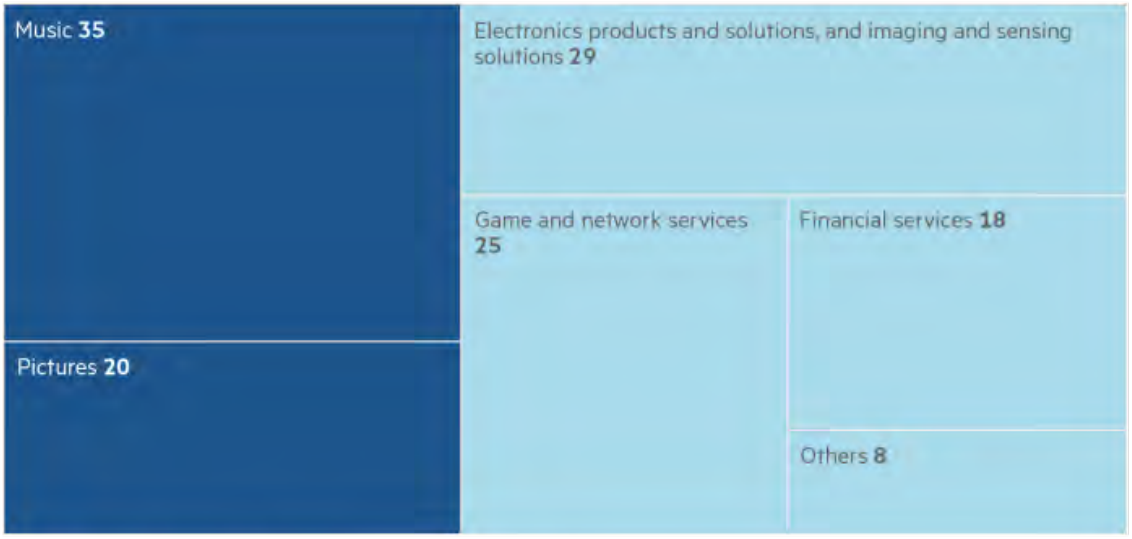
"I feel a strong sense of crisis that we are on the brink of whether we can take advantage of the rapid advancement in technology . . . to drive further growth or face disruption," Totoki said at a news conference this month.

Minami Munakata, an analyst at Goldman Sachs, said she expected the transformation process to continue under Totoki and that operating profits from the combined entertainment businesses would account for 61 per cent of the total in the 2026 financial year.

Entertainment now dominates Sony's enterprise value

$bn

Total enterprise value: **~$135bn**



Source: Macquarie Research, Jan 2023

© FT

"We believe investors are aware of that transformation, so one of the major debates is how to value the company," she said.

Although there is ample opportunity for more The Last of Us-style synergy between divisions in the future, Sony has still been slow to unleash that. MST Financial's Gibson says the company risks being left behind because of its legacy businesses.

"Prior CEOs have spent billions on small R&D projects and ideas, looking for the next big thing or the next Walkman," he said. "Innovating for a $120bn company that is material is very hard."

VARIETY

Feb 22, 2023 6:23am PT

BritBox International Reaches 3 Million Subscribers, Celebrates 'Super Successful' BAFTAs Simulcast (EXCLUSIVE)

By **Manori Ravindran**



Stonehouse

BritBox International has reached three million subscribers across its eight international markets, Variety can reveal.

The "best of British" streamer, which is backed internationally by BBC and ITV, has reached its latest milestone across the U.S., Canada, Australia, South Africa, Sweden, Denmark, Norway and Finland. (The service launched in the U.K. in November 2019 but split off from the global operation in 2022 and is now integrated into ITV's streaming offering, ITVX.)

"Through what's been a really challenging time for lots of SVODs, we've grown by 15% this year, which certainly exceeds that category growth for the U.S., and lots of our competitors in that set," Reemah Sakaan, the London-based CEO of BritBox International, tells Variety.

BritBox last revealed subs of 2.6 million in March 2022, and prior to that, 2 million in July 2021 and 1 million in March 2020. In the last year, the service has launched in Sweden, Denmark, Norway and Finland, and struck new distribution partnerships with Amazon Prime Video and Apple channels across Australia.

The service's most comparable rival in the U.S. is Acorn TV, which was launched in 2011 and similarly trades in U.K.-centric programming. Parent company AMC doesn't break out subscriber numbers for the service, but revealed earlier this month that it ended 2022 with 11.8 million paid streaming subscribers across all of its targeted streamers: AMC+, Acorn TV, Shudder, Sundance Now, ALLBLK and HIDIVE.

Sakaan details taking a "really measured approach" around BritBox's market roll-out. While the service now has a decent footprint in its new territories of Sweden, Denmark, Norway and Finland — "British content-seeking, U.K.-affinity audiences," as Sakaan calls them — the 2017 launch market of the U.S. remains "the engine room of our growth," says the executive.

"That scale allows us to really use [the U.S.] as the flywheel for investment, and [it's] where we go to get most of our new subscribers," she notes. "That said…even in our more mature four or five businesses, we've still got lots and lots of headroom for growth."

That growth will come from further expanding into existing audiences, as well as widening the content slate to include new contemporary pieces, crime programs and period pieces, such as the forthcoming "Confessions of Frannie Langton." The streamer has also ramped up its international co-productions, coming in as the U.S. partner and co-producer on shows such as "Stonehouse" and "Why Didn't They Ask Evans?"

"That opening-up of the aperture beyond mystery to a broader and probably more reflective British content offering has really, really helped to bring in new audiences," says Sakaan.

Other shows on the slate include "Archie," starring Jason Isaacs as Cary Grant; "Payback," starring Morven Christie and Peter Mullan, from "Line of Duty" creator Jed Mercurio; "Passenger" from Andrew Buchan; and "Three Little Birds," from Sir Lenny Henry.

"A lot of what we've been doing is moving upstream, and getting in on those projects early for the right project," says Sakaan. For other titles, Sakaan says her team keeps a "list of year two acquisition opportunities" that arise.

The former BBC and ITV executive also points to live events as a driver for growth. The streamer was the exclusive U.S. home for the BAFTAs, and was "as close to simulcast as we can possibly get," says Sakaan, noting it was a "super successful" weekend for the service. The British awards ceremony was also made available on BritBox in Canada, South Africa and the Nordics.

"Even for a very small, targeted streamer, we've always jumped on live for those events. It's the capability that we've had from day one that's always been the real jewel in the crown in terms of being able to switch on those big popular cultural moments from the U.K. in a very sort of live and direct way," says Sakaan.

She adds that, despite BritBox's parent companies being two of Britain's biggest broadcasters, there are "no special favors" in securing BBC and ITV shows for the U.S. market.

“That’s part of what I’ve been doing over the last 18 months in setting up quite a standalone organization with its own operating functions, commissioning and acquisitions team and market-appropriate commissioning and acquisitions budget,” says Sakaan. “We absolutely have to compete as much as anyone else.”

The last 12 months have seen a vast change in content availability, how far in advance people are commissioning, the nature of how deals are structured, and how upstream people are having to go, says Sakaan.

“We remain really agile to be able to jump on the right projects,” she says. “That’s what 3 million [subscribers] really allows you to do…[Shows] absolutely get our undivided attention and we focus huge marketing and comms support around them.”

As for the next market expansion opportunities, BritBox — like most media companies — remains cautious about growth in 2023 given the macroeconomic headwinds at bay. It’s likely the service will focus on its eight international markets for now, with an eye on growing into other Western European markets in due course, and potentially even Asia down the line.

“We’re still looking at the markets that would be obvious in terms of where next, but the pace of those over the next few years really depends on where we see the opportunities and where we see the market moving,” says Sakaan. “We react and build business cases to the markets as opposed to saying we have to be in a set number of markets for a certain number of time.”

(Pictured: “Stonehouse”)

TBI Television Business International

BritBox International grows 300% in three years to hit 3m subs

By Mark Layton | 2 hours ago



Murder In Provence

BritBox International, the joint-venture streaming service operated by BBC Studios and ITV Studios, has hit three million subscribers.

The addition of around 400,000 new subscribers over the past year represents a 15% growth for the service and comes on the heels of BritBox's most recent expansions into Sweden, Denmark, Norway and Finland, as well as its launch on Amazon Prime and Apple channels in Australia. BritBox is also available in the US, Canada and South Africa.

BritBox International had previously announced subscriber milestones of 1 million in March 2020, 2 million in July 2021, and 2.6 million in March 2022, with the service having grown by 300% in under three years. The company said that its subscriber growth had been "fueled by its content and market investment strategy."

By way of comparison, Nordic streamer Viaplay, which recently went DTC in North America, currently has around 7.3 million subscribers across 11 markets.

The streamer has also begun to ramp up its slate of original co-productions, which includes titles such as Stonehouse and Why Didn't They Ask Evans?, and co-commissions Sister Boniface Mysteries and Murder in Provence.

This week, BritBox International also announced that it was working on a co-production of the Agatha Christie novel Murder Is Easy with the BBC, while other upcoming titles include Archie, starring Jason Isaacs as Cary Grant, and Payback, the Jed Mercurio crime thriller that has just struck pre-sale deals with European broadcasters NPO Netherlands, Cosmote Greece and RTÉ Ireland.

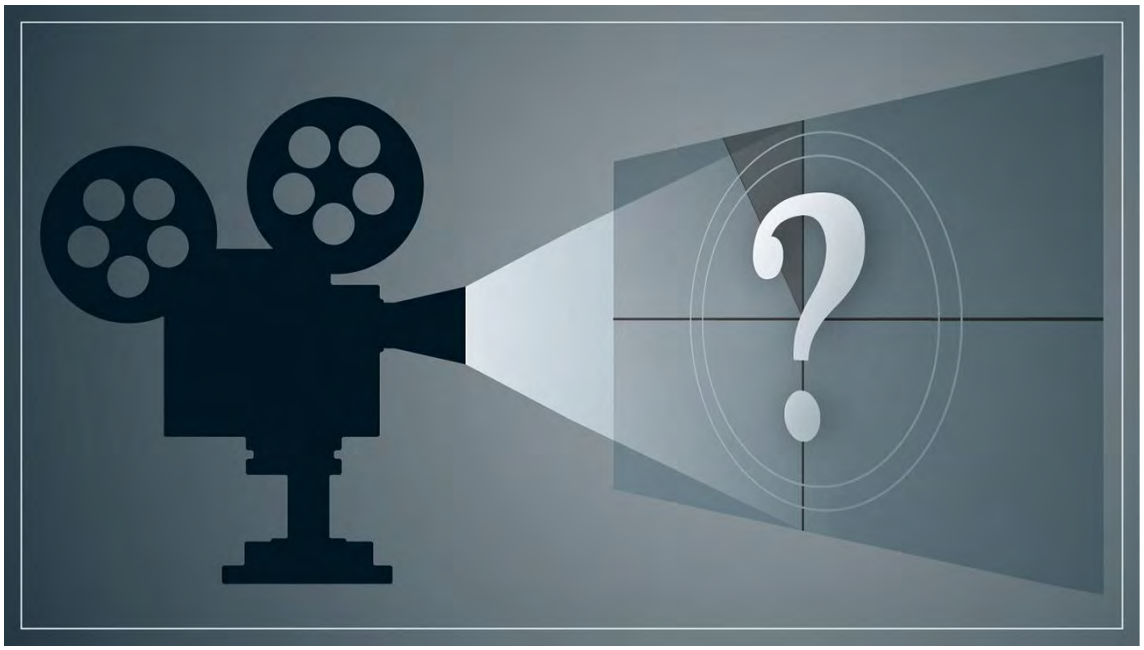
Reemah Sakaan, CEO of BritBox International said that the subscriber growth "underlines how British television and talent continue to be a gold standard for quality around the world" and "illustrates how there is room for distinct targeted services to find and grow loyal audiences."

The Hollywood Reporter

How Much Is That Film Worth? Buyers Don't Have Great Comparisons Now

Dealmakers gathering at the European Film Market see contradictions abound as streamers look for more generic, action-thriller fare, while theatrical distributors eye standout original ideas.

BY SCOTT ROXBOROUGH FEBRUARY 22, 2023



COURTESY IMAGE

At Berlin's European Film Market, which wrapped Feb. 22, the indie industry was back in force, and plenty of deals got done.

Amazon Prime Video snatched up international rights to AGC Studio's The Order, a white supremacist thriller starring Jude Law and Nicholas Hoult from Assassin's Creed director Justin Kurzel; also, in a deal with sales outfit Rocket Science, Amazon grabbed pirate-themed survival thriller The Bluff, starring Zoe Saldaña from Anthony and Joe Russo's AGBO banner.

Black Bear International sold out most of Europe and a number of other international territories for Nicolas Cage serial killer movie Longlegs, and the Jamie Bell-Margaret Qualley musical biopic Fred & Ginger. Buyers across Europe pounced on Dogman, Luc Besson's comeback movie, starring Caleb Landry Jones, which Kinology is selling, with a domestic deal expected soon. And there was

considerable heat around Voltage's Milli Vanilli biopic Girl You Know It's True, produced by Germany's Leonine Studios.

But with the theatrical business in disarray — box office is slowly climbing in most countries, but not for all demographics, and is not yet close to the levels seen pre-pandemic — deciding how much a movie is worth has never been harder. "No one has any confidence anymore what works theatrically," notes one veteran sales agent. "The old models have fallen apart."

In the past, international distributors could apply a crude formula to determine the minimum box office a film is likely to make in their territory. It went along the lines of: "Genre plus stars plus director equals X." An action thriller with an A-list cast was a safe bet. An issue drama or an indie comedy packed with no-names was super risky. Buyers would do "comps": look at the box office of an older, similar project (the last Liam Neeson action thriller or period drama starring Emma Thompson) and come up with an offer.

But, post-COVID, successful comps have become few and far between, with most indie movies unable to secure a theatrical release. "If it's not a Marvel or a horror movie, you're probably not going to sell theatrical," notes Dean Devlin of Electric Entertainment, who produced such indie-financed hits as Stargate and Independence Day but now focuses on straight-to-TV and straight-to-streamer fare like Syfy's The Ark. "You are going to have breakout hits, but it's tough to make a business out of that," notes Devlin.

Indie films that feel different attracted attention, and buyers, in Berlin. Tina Satter's Reality, a drama about NSA whistleblower Reality Winner starring Sydney Sweeney and based entirely on the unedited FBI transcript of her FBI interrogation, was a buzzy title at EFM. And Matt Johnson's BlackBerry, a biopic comedy about the rise and fall of the once-proud smartphone company, was snatched up by Paramount for most of the world outside of North America.

"The trend seems to be that anything that's extraordinary or really out of the ordinary will get people to come out of their homes to watch in a theater," adds a buyer for a U.S. indie distributor. "Whereas anything that's generic, it's: 'I'll wait till that comes out on Netflix.' "

At the same time, the streamers — which, aside from a few big-ticket buys, are the primary market for post-theatrical ancillary rights — are increasingly demanding more mainstream fare. This is creating a strange dynamic among buyers, who want standout originals for the cinema and generic fare (think "an action movie with a Gerard Butler type") for the streamers. And for that to be the same film. "They want films that they can run comps on and, on the other hand, they want something wildly original," says Mimi Steinbauer, of Radiant Films International. "I'm like: Pick a lane."

THE WALL STREET JOURNAL.

PERSONAL TECHNOLOGY

Would You Pay for Social Media? Meta, Twitter and Snap Want to Find Out

Facebook, Instagram, Twitter and Snapchat want users to sign up for subscriptions—but are the perks worth the money?



By Dalvin Brown and Meghan Bobrowsky Feb. 22, 2023 10:04 am ET

If you want added security, more identity protection or the ability to boost your reach on social media, prepare to pay for it.

Meta Platforms Inc. META -0.56% on Sunday shared plans for Meta Verified, a monthly subscription service offering greater account security and visibility on Facebook and Instagram. It also includes enhanced customer support. Twitter Inc. has Twitter Blue. Next month, only these subscribers will be able to verify their account logins using their phone numbers. And Snap Inc. SNAP 0.92% in June introduced a paid tier.

Users will have to take a step back and evaluate what matters to them. If you don't trust social media without a higher level of security, you'll now have an option to pay for it. If you feel the visibility of your content has decreased over time, these plans are pitched as a way to boost it.

A lingering question is this: How much might it hurt to not pay for social media in the future?

"We see this as an industrywide movement," Adam Mosseri, the head of Instagram, said in a video posted Tuesday.

Why are companies doing this?

Companies like Meta primarily rely on advertising revenue. As recession concerns crimp ad spending, they have experienced slowing growth over the past year. Additionally, Apple Inc. implemented privacy-policy changes in 2021 that made it more difficult for marketers to target their ads, denting spending. The social-media companies are betting paid subscription features can offer a new revenue stream.

Charging users has had mixed success thus far. Outside experts estimate that only about 300,000 daily active users subscribed to Twitter Blue as of January. Twitter last publicly reported having more than 230 million users.

Snap recently said it had surpassed 2.5 million Snapchat+ subscribers. It remains a small subset of its total user base, and Snap has indicated it isn't expecting subscription fees to completely replace ad revenue.

The much larger Meta could have 12 million subscribers within about a year, Bank of America said in a note, potentially generating additional revenue of $1.7 billion.

Much of the added benefits are aimed at power users who are trying to reach more eyeballs and whose online presence depends on the security of their accounts. For most people, the fees—which could cost more than a Netflix subscription—might not be worth it.

Facebook and Instagram

Meta Verified for Instagram and Facebook will be available in the U.S. later this year after testing in Australia and New Zealand. It will cost $11.99 on the web or $14.99 through Apple and Google's mobile app stores. If you want a badge on each platform, you'll need separate subscriptions, a company spokeswoman said, adding that Meta eventually plans to offer a bundled option.

The Meta Verified service would grant users a verified badge and increased visibility via its algorithms. Your profile will appear more prominently in search results, your posts will reach more people and your comments will appear more noticeably, Meta promised.

Other perks include added account protection and direct access to customer-support staff to help with common account issues. You can sign up for as short as a month, but your badge will disappear if you unsubscribe.

The verification should help prevent accounts from being taken over and, in the event that does happen, subscribers will have access to live chat to help recover their accounts, said Meta. However, it isn't meant as an emergency helpline: You can't sign up if you're locked out of your account or believe you were hacked. In those cases, you must submit a request for help on Facebook and Instagram.

For years, users have wondered if they could pay social-media companies to reduce or remove the ads they see on the platforms. For now, ad visibility will remain the same for Meta Verified users on Facebook and Instagram, the company spokeswoman said.

Twitter

Twitter relaunched its paid subscription service in December as part of new owner Elon Musk's push to reduce the company's reliance on advertising revenue. The service costs $8 on the web and $11 via mobile app stores.

Twitter Blue stamps a blue check mark on your profile, makes your account appear more prominently in search results, replies and mentions and offers early access to new features.

In the past, blue check marks were given for no fee to politicians, brands, journalists and other high-profile users after Twitter reviewed and verified their identities. Now, anyone can pay for verification, with no ID required.

Another benefit of Twitter Blue is the ability to edit tweets up to 30 minutes after they publish, retract tweets before they are viewable to followers, upload longer videos and write longer tweets—4,000 characters versus 280 for nonsubscribers.

Twitter last week said that starting March 20, only Twitter Blue subscribers will be able to use SMS text messages to protect their accounts with two-factor authentication. Others will have to use a third-party authenticator app or a security key.

Soon, Twitter Blue will reduce the number of ads subscribers see by 50%.

If you stop paying, you lose your verification badge and the other perks.

Snap

Snap's subscription service, Snapchat+, costs $3.99 a month and gives users access to a set of features that allows them to customize the app.

For instance, subscribers can create custom notification sounds for their friends, change the wallpaper of their chat screens and pin someone as their best friend. The subscription allows users to see how many people have re-watched their stories and add custom app icons to their home screen, Snap has said. It also includes prioritized support.

Write to Dalvin Brown at dalvin.brown@wsj.com and Meghan Bobrowsky at meghan.bobrowsky@wsj.com

VARIETY

Feb 22, 2023 9:30am PT

‘Hogwarts Legacy’ Tops 267 Million Hours Played, Fan Interest Surpasses ‘Fantastic Beasts’

By **Jennifer Maas**



Hogwarts Legacy

After struggling to re-create the magic of the “Harry Potter” film franchise with the lackluster spinoff trilogy “Fantastic Beasts,” Warner Bros. has finally struck galleons anew with its latest piece of Wizarding World IP: video game “Hogwarts Legacy.”

The action role-playing game, produced by Warner Bros. Games and Avalanche Software, has clicked with Potterheads since its Feb. 10 release. Sales figures are yet to come, but it’s clear from the buzz factor and other measures — including sales charts in Japan, the U.K. and Europe — that fans are engaged. For one, the arrival of the game spurred the highest traffic in the “Harry Potter” community on fan platform Fandom in more than seven years.

The second-highest traffic period for the Potter community on Fandom in recent years was during the 2018 release of the second “Fantastic Beasts” film. “Hogwarts Legacy”-driven page views bested that spike by 39% in just five days.

“The player engagement is spectacular,” David Haddad, Warner Bros. Games president, told Variety Feb. 16. “So far, we have tracked over 152 million hours played, 173 million magical plants grown, 115 million potions brewed and 556 million Dark Wizards defeated.”

Per updated stats provided to Variety on Tuesday by Warner Bros. Games, “Hogwarts Legacy” has now seen 267 million hours played, 393 million magical plants grown, 242 million potions brewed and 1.25 billion Dark Wizards defeated.

Warner Bros. sees “Hogwarts Legacy” as a long-term franchise.

“We are very pleased with the initial launch and see a bright future for our other platform launches,” Haddad says.

At the same time, the game’s arrival has sparked heated debate within the Harry Potter fandom, which has become increasingly distraught as author J.K. Rowling continues to publicly express views many perceive as offensive to transgender people. While Rowling didn’t participate creatively in the game, she benefits financially from its sales, prompting anxiety over whether playing it is tantamount to supporting anti-trans causes. The ongoing PR headache for Warner Bros. will likely only get more complicated when Rowling addresses her controversial statements on the podcast “The Witch Trials of J.K. Rowling,” which debuted Feb. 21.

“Hogwarts Legacy” also represents a renewed investment by Warner Bros. in creating triple-A video game titles based on its top franchises. As director James Gunn and producer Peter Safran take the reins of Warner Bros. Discovery’s DC Studios, part of their mandate is to shepherd gaming titles that are fully integrated into the DC universe they aim to create across film, television and animation. Gunn said last month at a press event on the Warner Bros. lot that DC’s games would serve as a storytelling bridge between scripted titles.

“Our goal is to continue to utilize our amazing library of Warner Bros. Discovery franchises as we develop our future slate of games,” Haddad says. And franchise is king when it comes to today’s content.

Some 70% of fans “will play a game simply because they are a fan of that franchise,” Fandom CEO Perkins Miller says, adding that it’s no surprise that “The Last of Us,” “Star Wars,” Marvel and “Harry Potter” all are having “huge success with cross-media franchises.”

“Hogwarts Legacy” is also notable because Warner Bros. is the last of Hollywood’s major studios to produce its own games rather than outsourcing the titles. Parent company Warner Bros. Discovery hopes gaming becomes a growth engine for the studio.

“We are fortunate and unique in being able to tell every kind of story at WBD, from fiction to nonfiction, movies to TV, and linear to interactive,” says JB Perrette, president and CEO of global streaming and games for WBD. “Our ability to develop and publish world-class games in-house sets us apart from other entertainment companies.”

Adam B. Vary contributed to this report.

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 55
AVE: 6510 €
ÁREA: 113 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 53721
OTS: 758000
SECCIÓN: PANTALLAS

24 Febrero, 2023



EN ANTENA
RICARDO DE QUEROL

Guerra contra la verdad

En Rusia la mentira es ley desde el 4 de marzo de 2022, y se persigue por difundir noticias falsas solo a los que dicen la verdad. Ante la cámara se sientan dos jóvenes periodistas rusas, Olga y Elena. Les advierten: "¿Entendéis que corréis el riesgo de ser condenadas de 8 a 15 años por dar información 'poco fiable' sobre las fuerzas armadas rusas y por colaborar con un medio extranjero?". "Sí, lo entendemos". Dan la cara ante los reporteros: la directora londinense Gesbeen Mohammad, del programa *Frontline* de la PBS, y el productor ruso Vasiliy Kolotilov. Cuentan a qué se dedican: a documentar en una web la historia de cada soldado ruso muerto en el frente. Visitan cementerios, hablan con sus familias. La verdad es así de subversiva allí.

El documental *Desde Rusia contra Putin (Putin's War at Home)*, que acaba de estrenar Movistar+, se filmó clandestinamente en distintos puntos del país entre febrero de 2022, cuando el ejército invadió Ucrania, y septiembre, cuando Putin ordenó una movilización "parcial" para enviar más carne de cañón al frente. Entremedias, la represión va a más. Conocemos a rusos libres y valientes, en su mayoría jóvenes, en su mayoría mujeres, que lo arriesgan todo por contar la verdad a una población narcotizada por la propaganda.

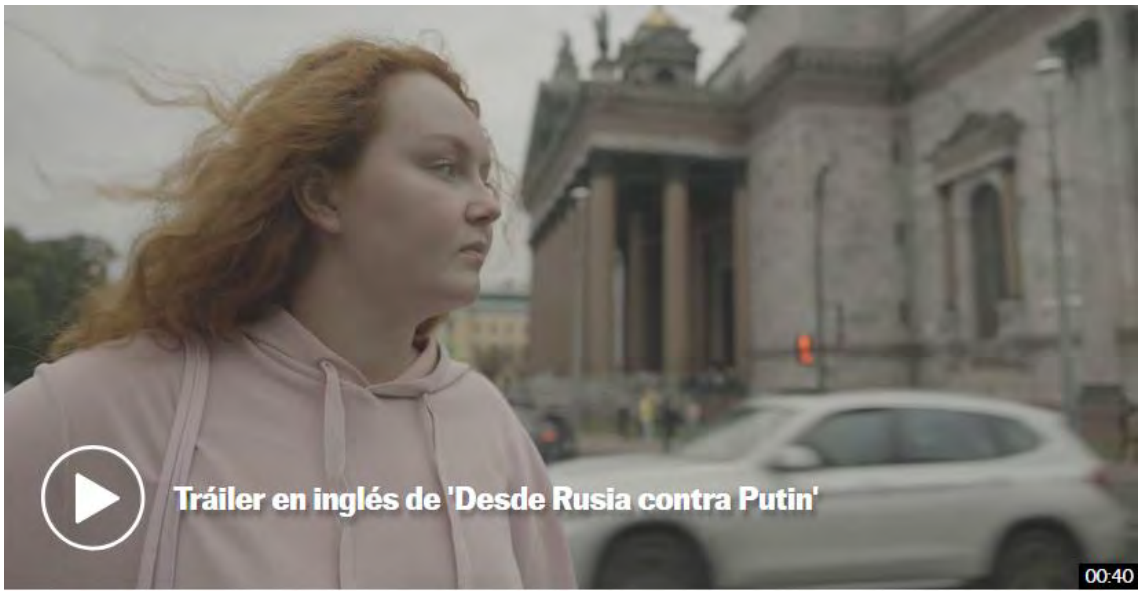
Cada historia es impactante. La artista que sustituye los tiques del supermercado por mensajes contra la guerra y es encarcelada. Su novia, que trata de rodar la farsa judicial. La creadora en TikTok que burla el control de las redes. El profesor despedido por poner el "no a la guerra" en su foto de perfil. El productor que hace posible la película. Te preguntas: ¿tendrán que irse del país? Tú lo harías, pero no todos lo harán. Nadie les dará lecciones de patriotismo. Ni de valor.

EL PAÍS

COLUMNA

‘Desde Rusia contra Putin’: los héroes que resisten la guerra contra la verdad

El documental nos presenta a rusos libres y valientes, en su mayoría jóvenes, en su mayoría mujeres, que lo arriesgan todo en su intento de despertar a un pueblo narcotizado por la propaganda



Natalia, que publica en TikTok información independiente sobre la guerra en Ucrania, en una imagen del documental 'Desde Rusia contra Putin'.

RICARDO DE QUEROL 24 FEB 2023 - 05:15 CET

En Rusia la mentira es ley desde el 4 de marzo de 2022, y se persigue por difundir noticias falsas solo a los que dicen la verdad. Ante la cámara se sientan dos jóvenes periodistas rusas, Olga y Elena. Les advierten: “¿Entendéis que corréis el riesgo de ser condenadas de 8 a 15 años por dar información ‘poco fiable’ sobre las fuerzas armadas rusas y por colaborar con un medio extranjero?”. “Sí, lo entendemos”. Dan la cara ante los reporteros: la directora londinense Gesbeen Mohammad, del programa Frontline de la PBS, y el productor ruso Vasiliy Kolotilov. Cuentan a qué se dedican: a documentar en una web la historia de cada soldado ruso muerto en el frente. Visitan cementerios, hablan con sus familias. La verdad es así de subversiva allí.

El documental Desde Rusia contra Putin (Putin's War at Home), que acaba de estrenar Movistar+, se filmó clandestinamente en distintos puntos del país entre febrero de 2022, cuando el ejército invadió Ucrania, y septiembre, cuando Putin ordenó una movilización "parcial" para enviar más carne de cañón al frente. Entre medias, se percibe una represión creciente, hasta aplastar cualquier protesta. Conocemos a rusos libres y valientes, en su mayoría jóvenes, en su mayoría mujeres, que lo arriesgan todo por contar la verdad a una población narcotizada por la propaganda oficial.

Cada historia es impactante. La artista y activista que sustituye los tickets de los supermercados por mensajes contra la guerra y la censura y es encarcelada. Su novia, que trata de rodar la farsa judicial. La creadora en TikTok que sabe burlar el control de las redes para difundir información independiente. El profesor universitario que pierde su empleo solo por poner brevemente el "no a la guerra" en la foto de perfil. El productor que hace posible esta película.

Te preguntas: ¿tendrán que irse del país? Tú lo harías, pero no todos lo harán. Nadie les dará lecciones de patriotismo. Ni de valor.



El Confidencial

EN MOVISTAR +

'Sospechoso': hasta usted mismo puede ser el asesino, si se descuida

Se emite hoy el último capítulo de esta floja, adictiva y casi ridícula miniserie criminal cuyo único propósito es hacerte llegar al último capítulo



Fotograma de 'Sospechoso'.

Por **Alberto Olmos** 24/02/2023 - 05:00

Si ha seguido usted los cuatro primeros capítulos (de cinco) de *Sospechoso*, no tendrá otra cosa más importante que hacer este viernes que ver el último, donde por fin sabremos quién mató a la mujer joven y bonita a la que suelen matar en todos los *thrillers* y series donde matan a alguien en los primeros cinco minutos. Los candidatos al puesto de asesino son: el psicólogo *sospechoso* del título, pues lleva toda la serie defendiendo su inocencia en contra de las innumerables pruebas acusatorias que los guionistas se van inventando con insolente aleatoriedad; el amigo del psicólogo; la esposa del psicólogo; un paciente del mismo; la propia policía y la propia víctima, que quizá se suicidó, y la práctica totalidad de los secundarios de la trama. Hasta usted mismo puede ser el asesino, si se descuida.

Esto es así porque *Sospechoso*, la floja, adictiva y casi ridícula miniserie criminal que emite Movistar, hace honor a su título al conseguir que el espectador no haga otra cosa durante su visionado que sospechar. Esta perversión de los mecanismos narrativos ya la vimos en *The Killing* (2011-2014), donde a todos los personajes les tocaba ser culpables durante media hora. Se trata de exacerbar uno de los placeres del *thriller* (¿quién lo hizo?), poniendo todo lo demás en cuestión, de modo que, pasados dos capítulos, la serie misma carezca de sentido, pero no la puedas dejar. Es un poco como pagar impuestos.



'Sospechoso', en Movistar.

Tiene cierto mérito dejar una serie tan abierta que cualquiera pueda ser el asesino, pues se necesita un malabarismo de evidencias notable, mucha anotación en el cuaderno y alguien en la sala de guionistas que ponga orden y se dedique a ir tapando agujeros. Pero, al mismo tiempo, si la resolución es accidental, casi en plan pito, pito, gorgorito, el espectador se sentirá lógicamente estafado. Al cabo, el culpable suele serlo por algo del pasado que no sabíamos, por una carta que aparece de pronto, una foto, un amor olvidado o un vídeo que la policía ha tenido mucho cuidado en no encontrar hasta la última escena.

Sin embargo, la tontería que es *Sospechoso* resulta muy recomendable porque lo único pecaminoso es el propio guion, un disparate donde cabe todo, mientras que los actores, la ambientación y las maneras directrices son incluso excelentes. Aidan Turner, el protagonista, no parece ese tipo de actor de series menores que no tiene ninguna posibilidad de formar parte del reparto de algo realmente bueno. Del resto del elenco puede decirse lo mismo. Hasta el vestuario está muy bien elegido.

> El malo, al final en una producción contemporánea, es conveniente que tenga dos características: ser hombre y ser blanco

A diferencia de *Happy Valley* (2014-2023), que basa buena parte de su identidad en hacer del espacio inglés algo intensamente reconocible, *Sospechoso* sigue la estela de las series criminales españolas (malas), en el sentido de que necesita que Londres parezca Chicago o San Francisco. La realización, por tanto, abusa de los planos cenitales sobre trenes elegantes, de las localizaciones tan americanas que podríamos estar en cualquier parte del mundo y de los entornos entre posmodernos y noventeros. En los primeros compases estilísticos, uno diría que el propio David Fincher está dirigiendo la cosa, sin esforzarse mucho, pero con talento incuestionable. El primer episodio es como un *Seven* (1995) donde no llueve.

¿Quién lo hizo? Después de ver *La chica de antes* (2022), serie también británica y de mucho meneo narrativo, malicia uno que el malo, al final en una producción contemporánea, es conveniente que tenga dos características: ser hombre y ser blanco. *Sospechoso* despliega el ya habitual elenco racialmente inclusivo, aunque con mucho acierto en realidad, e incluye un variado catálogo de hombres blancos a los que poder cargarles el muerto, llegado el caso.

Un culpable del que hablar durante el fin de semana

Así, después de medio millón de coincidencias, de haber encontrado ese diario que siempre escriben las chicas que van a ser asesinadas en las series, de descubrir que todos los personajes se han acostado con todos los personajes y de que el número 21 sea la clave resolutiva del delito hasta que se nos ocurra otra cosa, *Sospechoso* por fin podrá señalar en su desenlace un culpable del que hablar durante el fin de semana.

No es *The Night Of* (2016), la obra maestra de Steven Zaillian sobre el mismo asunto, pero *Sospechoso* es la serie ideal para olvidar 24 horas después de que termine, sin sentir demasiada rabia por haber perdido el tiempo.

La humanidad se enfrenta a la destrucción en el tráiler de la serie “El quinto día” Hector febrero 22, 2023 Series, Novedades, Tráilers No hay comentarios

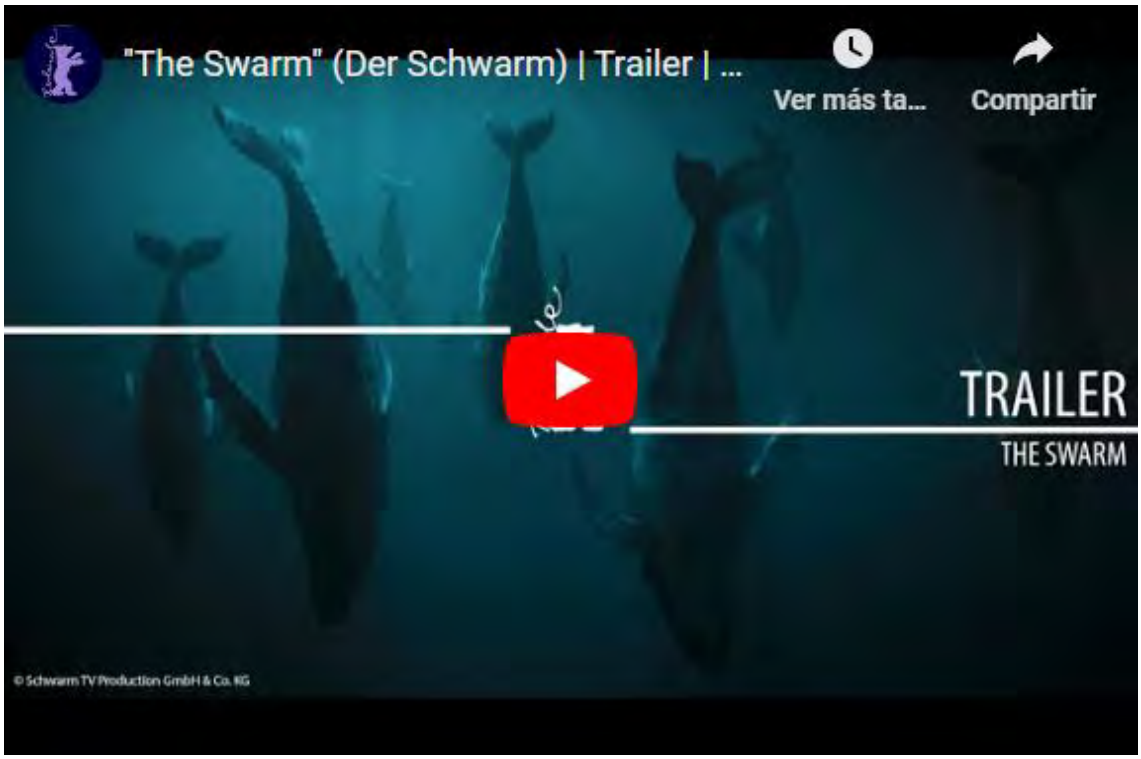
Hector febrero 22, 2023



Lo que nos gusta a nosotros una buena historia de destrucción y apocalipsis… En estos días en los que The Last of Us lo está petando, muchos son los que acuden a la llamada del desastre para la especie humana, ya sea con series o películas. Un camino que tiene toda la pinta de que vamos a recorrer de nuevo con El quinto día.

En este caso, lo que nos encontramos es a un grupo de personas en su lucha por preservar la existencia de la humanidad frente a un organismo marino inteligente empieza a tomar los océanos ante lo que considera una amenaza a su hábitat natural. Básicamente, la naturaleza revelándose contra el hombre de la forma más salvaje. Una historia que nos llega desde noruega y basada basada en el bestseller de Frank Schätzing.

Serán ocho episodios cargados de tensión y que llegarán a nuestras vidas de la mano de Movistar+ en una fecha todavía indeterminada. En cualquier caso, a la vista de su primer tráiler oficial, ya os podemos garantizar que nos vamos a llevar sofocones de los buenos con El quinto día.


"The Swarm" (Der Schwarm) | Trailer | ...
Ver más ta...
Compartir
TRAILER
THE SWARM
© Schwarm TV Production GmbH & Co. KG

CINE

El cine de estreno de marzo en Movistar Plus+

23 de febrero de 2023



Acción, ciencia-ficción, comedia, y terror entre los géneros de las películas que llegan en marzo

El cine de estreno en Movistar Plus+ en marzo llega con Brad Pitt a la cabeza, acompañado de estrellas como Timothée Chalamet, Zendaya, Oscar Isaac, Javier Bardem, Idris Elba, Vicky Luengo, Antonio de la Torre, Malena Alterio, Ralph Fiennes y Jessica Chastain, entre muchos. Películas de todos los géneros y para todos los públicos, con creadores como Dennis Villeneuve, Alex Garland, Clio Barnard y Hong Sang-soo. En los canales Estrenos por M+ (dial 11), Estrenos 2 por M+ (dial 12) y en el servicio bajo demanda para todos los clientes con la opción cine.

No olvidéis pasaros por la sección de cine para estar al tanto de la actualidad cinematográfica, y consultar los próximos estrenos de cine en televisión. Y para mantenerte al día, síguenos en nuestra cuenta principal de Twitter @mundoplustv, y si quieres recibir todas las noticias al instante y en tu móvil, únete a nuestro canal en Telegram.

“Bullet Train”. Desde el viernes 3 de marzo.



Bullet Train - Estrenos por M+Al más puro estilo de cineastas como Tarantino, Bullet Train es todo acción, con personajes carismáticos, satíricos, extensos diálogos llenos de frases irónicas, violencia explícita y una estructura narrativa con continuos saltos temporales. Junto a Pitt, forman parte del elenco coral de la película los actores Joey King (‘Entre dos mundos’), Aaron Taylor-Johnson (‘Vengadores: La era de Ultrón’) y Brian Tyree Henry (‘Eternals’), aunque la cinta cuenta con numerosos cameos como los del cantante Bad Bunny, Sandra Bullock, Ryan Reynolds, Michael Shannon o Channing Tatum.

“Men”. Desde el domingo 5.



Men - Estrenos por M+El director de Ex Machina, Alex Garland, produce, dirige y escribe esta cinta de terror psicológico protagonizada por Jessie Buckley ('La hija oscura') que sigue a Harper, una mujer que, tras un reciente trauma personal que la sigue atormentando, alquila un caserón en la campiña inglesa. Sin embargo, lo que parecía que iba a ser una estancia tranquila en un paraje bucólico poco a poco se convierte en una autentica espiral de acoso y agresión. Puedes leer la crítica aquí.

"Delante de tí". Desde el martes 7.



Delante de tì - Estrenos por M+El prolífico cineasta surcoreano Hong Sang-soo ('Ahora sí, antes no', 'Noche y día') dirige este retrato íntimo de una mujer en un momento muy especial de su vida, una mujer cuyo optimismo le permite afrontar las circunstancias más difíciles con una luminosidad inquebrantable. La protagonista de la película 'Delante de ti' es la antigua actriz Sang-ok, a la que da vida Lee Hye-yeong (colaboradora del director en otras cintas como 'La novelista y su película' o 'Tab'). Sang-ok, que se retiró de la interpretación en la década de 1990 y lleva años viviendo en Estados Unidos, regresa a su Seúl natal para visitar a su hermana pequeña y a su sobrino. También tiene prevista una cita con un director que le ha ofrecido un papel.

"Tadeo Jones 3. La tabla esmeralda". Desde el viernes 10.

Tadeo Jones 3. La tabla esmeraldaTadeo Jones es siempre una apuesta segura cuando se buscan altas dosis de humor y grandes aventuras para todos los públicos. Cinco años después de su segunda entrega, Tadeo se embarca en una nueva aventura para acabar con la maldición que le persigue a él y sus amigos. Un viaje por todo el mundo con el que poder demostrar que es un gran arqueólogo. La tabla esmeralda se convierte en esta ocasión en el villano de la cinta, "un objeto que manipula el pensamiento, que te saca lo peor de ti, los peores miedos", según explica su director. Las redes sociales, el deseo de

notoriedad y la aceptación de uno mismo son, además, algunos de los temas sobre los que la trama del filme hace reflexionar. Puedes leer la crítica aquí.



“Muerte, muerte, muerte”. Desde el sábado 11.



Muerte, muerte, muerteSiete veinteañeros ricos organizan una fiesta en una mansión remota durante un huracán. Todo transcurre con normalidad entre bailes de TikTok, drogas y alcohol. Sin embargo, los problemas comienzan cuando deciden jugar a Muerte, muerte, muerte, un juego en el que se nombra a un supuesto asesino. Pronto descubrirán que se ha producido un asesinato real. Todo lo que lo puede salir mal, saldrá mal.

“Dune”. Desde el viernes 17.



Dune - Estrenos por M+Ambientada en un futuro muy lejano (año 10191), la película muestra una galaxia convertida en un imperio feudal que depende para su subsistencia de una especia que sólo se encuentra en el desértico Dune. Allí viven los fremen, que llevan siglos viendo cómo su planeta (al que ellos llaman Arrakis) es devastado para conseguir la preciada especia. Para llevar la paz al inhóspito planeta, el Emperador ordena al duque Leto Atreides que abandone el bello y fértil Caladan -que ha sido el feudo de la Casa Atreides durante generaciones- y ponga rumbo a Dune/Arrakis.

“Los perdonados”. Desde el sábado 18.



Los perdonados - Estrenos por M+Ralph Fiennes ('El paciente inglés') y Jessica Chastain ('Los ojos de Tammy Faye') protagonizan este retorcido thriller dramático basado en la novela homónima de Lawrence Osborn y dirigido por Jon Michael Mcdonagh ('El irlandés'). Finnes y Chastain interpretan a una adinerada pareja, al borde del divorcio, que viaja de Londres a Marruecos para asistir a una lujosa fiesta de fin de semana en casa de un amigo, pero todo se tuerce cuando por accidente matan a un joven local. Presa del pánico, la pareja decide esconder el cadáver en el asiento trasero del coche con la esperanza de que su amigo los ayude. Sin embargo, el matrimonio tendrá que hacer frente a las consecuencias de esta muerte, así como a las costumbres y valores de una sociedad que les es ajena.

"Entre la vida y la muerte". Desde el domingo 19.



Entre la vida y la muerteEl catorce veces nominado a los premios Goya Antonio de la Torre se pone en la piel de Leo Castañeda, un español que trabaja como maquinista de metro en Bélgica, quien acaba de vivir el traumático suicidio de un joven en las vías del metro mientras el mismo conducía. Lo que en ese momento no sabe, es que ese joven es su hijo. Puedes leer la crítica aquí.

"Ali & Ava". Desde el martes 21.

Ali & AvaLa aclamada directora Clio Barnard, quien logró el reconocimiento internacional con su documental 'The Arbor', dirige esta emocionante cinta social británica, nominada a mejor película británica en los BAFTA de 2022, sobre dos personas solitarias que encuentran en la música un punto de unión irrompible y sanador. En ella, una mujer irlandesa de mediana edad y un hombre paquistaní a punto de separarse encuentran en su relación el medio de salvación a sus vidas, una unión que cambiará sus vidas y que les ayudará a quererse a sí mismos.



“Mamá no en Redes”. Desde el miércoles 22.

La actriz Malena Alterio interpreta a Clara, una mujer divorciada y madre de dos adolescentes abierta a nuevas experiencias que decide crearse un perfil en TILINK, la app de citas de moda. El punto de inflexión comienza en el momento que Dani, su hijo, descubre su perfil y decide junto a Milena, su hermana, embarcarse en la delirante aventura de boicotear los ligues de su madre. Tal como explica su directora Daniela Fejerman (‘A mi madre le gustan las mujeres’): “para los hijos, pensar que su madre tiene vida más allá del matrimonio ya les extraña, pero que tenga además vida sexual, y la ejerza, les perturba”.

“La bestia”. Desde el viernes 24.

Un thriller de supervivencia lleno de tensión en el que Idris Elba tiene que enfrentarse al más mortífero y sanguinario león salvaje. ‘La bestia’, ambientada en la sabana sudafricana, comienza cuando un grupo de furtivos ataca a una manada de leones y acaba con casi todos ellos… pero deja vivo al más letal. Poco después, el doctor Nate Samuels (Elba) llega a la zona, junto a sus dos hijas, para que las chicas conozcan la tierra de su difunta madre. Para ello cuenta con la colaboración de su amigo Martin (Sharlto Copley, ‘Distrito 9’), el responsable de la reserva por la que deambula el peligroso león.

“Suro”. Desde el domingo 26.

SuroPremio Fipresci en San Sebastián 2022, Suro es un drama rural, cercano al thriller, en el que Vicky Luengo (Antidisturbios, Chavalas) y Pol López (‘Vergüenza’) dan vida a una joven pareja cuyos principios son puestos a prueba al adentrarse en un mundo que les es ajeno. A través de la historia de Helena e Iván, una pareja que se propone construir una nueva vida en los bosques de alcornoques que ella ha heredado, Suro reflexiona sobre el capitalismo voraz, sobre las relaciones de pareja distorsionadas por los cambios de rol, sobre la

inmigración, sobre la precariedad de los trabajadores del campo y sobre la doble moral de quienes creían en su propio idealismo. Puedes leer la crítica aquí.



“Dios mío, ¿pero qué nos has hecho? Desde el viernes 31.



Dios mío, ¿pero qué nos has hecho?La tercera película de la exitosa saga francesa iniciada con ‘Dios mío, ¿pero qué te hemos hecho?’ -vista por más de 12 millones de espectadores en 2014 solo en Francia- continúa con el humor políticamente incorrecto, la sátira y los clichés de sus predecesoras, una fórmula de comedia que no queda nunca obsoleta y que convirtió a esta tercera entrega de nuevo en un gran éxito. Claude y Marie Verneuil están a punto de cumplir 40 años de casados. Para celebrarlo, sus hijas quieren hacer una gran fiesta sorpresa en la casa familiar de Chinon… a la que las familias de sus respectivos maridos (muy judías, muy africanas, muy orientales y muy musulmanas) también están invitadas. Los líos y equívocos están servidos.

Grandes estrenos de cine en marzo en Movistar Plus+

Enrique Bellon La Henryteca jueves, 23 de febrero de 2023

El cine de estreno en Movistar Plus+ en marzo llega con Brad Pitt a la cabeza, acompañado de estrellas como Timothée Chalamet, Zendaya, Oscar Isaac, Javier Bardem, Idris Elba, Vicky Luengo, Antonio de la Torre, Malena Alterio, Ralph Fiennes y Jessica Chastain, entre muchos. Películas de todos los géneros y para todos los públicos, con creadores como Dennis Villeneuve, Alex Garland, Clio Barnard y Hong Sang-soo.



En los canales Estrenos por M+ (dial 11), Estrenos 2 por M+ (dial 12) y en el servicio bajo demanda para todos los clientes con la opción cine. Disponibles en los canales Estrenos por M+ (dial 11), Estrenos 2 por M+ (dial 12) y en el servicio bajo demanda para todos los clientes con la opción cine.



BULLET TRAIN

Desde el viernes 3 de marzo.

Brad Pitt protagoniza esta película de acción con grandes dosis de humor (un humor violento y muy negro, eso sí) dirigida por David Leitch ('Atómica'), quien comenzó su carrera en Hollywood como doble de acción de Brad Pitt en 'El club de la lucha'. La cinta, basada en la novela 'Tren bala', de Kotaro Isaka, sigue a un grupo de gánsteres que coincide en un tren de alta velocidad que viaja de Tokio a Marioka. La mayoría no se conocen entre sí y, supuestamente, tienen objetivos distintos... pero nada más lejos de la realidad, ya que sus misiones se entrecruzan de maneras que ni ellos sospechan.

Al más puro estilo de cineastas como Tarantino, 'Bullet Train' es todo acción, con personajes carismáticos, satíricos, extensos diálogos llenos de frases irónicas, violencia explícita y una estructura narrativa con continuos saltos temporales. Junto a Pitt, forman parte del elenco coral de la película los actores Joey King ('Entre dos mundos'), Aaron Taylor-Johnson ('Vengadores: La era de Ultrón') y Brian Tyree Henry ('Eternals'), aunque la cinta cuenta con numerosos cameos como los del cantante Bad Bunny, Sandra Bullock, Ryan Reynolds, Michael Shannon o Channing Tatum.



DUNE

Desde el viernes 17.

Primera entrega de la espectacular adaptación que Denis Villeneuve ('Blade Runner 2049', 'La llegada (Arrival)') hace de la saga de novelas de ciencia ficción de culto 'Dune', escritas por Frank Herbert. Ganadora de los premios más importante de la literatura fantástica y de ciencia ficción (Nébula, Hugo), la novela 'Dune' ya había sido llevada a la gran pantalla por David Lynch en 1984 con Kyle MacLachlan como protagonista. En esta ocasión, para dar vida a esta space opera que ahonda en la ecología, la religión y la política, Villeneuve reúne un conocido reparto en el que sobresalen los nombres de Timothée Chalamet ('Call Me by Your Name'), Rebecca Ferguson ('Doctor Sueño'), Zendaya (saga 'Spider-Man'), Oscar Isaac (saga 'Star Wars'), Josh Brolin ('Mi nombre es Harvey Milk'), Stellan Skarsgård (serie 'Chernobyl'), Dave Bautista (saga 'Guardianes de la galaxia'), Charlotte Rampling ('45 años'), Jason Momoa ('Aquaman') y el español Javier Bardem.

Ambientada en un futuro muy lejano (año 10191), la película muestra una galaxia convertida en un imperio feudal que depende para su subsistencia de una especia que sólo se encuentra en el desértico Dune. Allí viven los fremen, que llevan siglos viendo cómo su planeta (al que ellos llaman Arrakis) es devastado para conseguir la preciada especia. Para llevar la paz al inhóspito planeta, el Emperador ordena al duque Leto Atreides que abandone el bello y fértil Caladan -que ha sido el feudo de la Casa Atreides durante generaciones- y ponga rumbo a Dune/Arrakis.



LA BESTIA

Desde el viernes 24.

Un thriller de supervivencia lleno de tensión en el que Idris Elba tiene que enfrentarse al más mortífero y sanguinario león salvaje. 'La bestia', ambientada en la sabana sudafricana, comienza cuando un grupo de furtivos ataca a una manada de leones y acaba con casi todos ellos... pero deja vivo al más letal. Poco después, el doctor Nate Samuels (Elba) llega a la zona, junto a sus dos hijas, para que las chicas conozcan la tierra de su difunta madre. Para ello cuenta con la colaboración de su amigo Martin (Sharlto Copley, 'Distrito 9'), el responsable de la reserva por la que deambula el peligroso león.

El hombre contra la naturaleza en una película que es pura adrenalina y que dirige Baltasar Kormákur ('Everest', '2 Guns'), especialista en mantener alerta al espectador.



TADEO JONES 3: LA TABLA ESMERALDA

Desde el viernes 10.

Tadeo Jones es siempre una apuesta segura cuando se buscan altas dosis de humor y grandes aventuras para todos los públicos. Cinco años después de su segunda entrega, Tadeo se embarca en una nueva aventura para acabar con la maldición que le persigue a él y sus amigos. Un viaje por todo el mundo con el que poder demostrar que es un gran arqueólogo.

La tabla esmeralda se convierte en esta ocasión en el villano de la cinta, "un objeto que manipula el pensamiento, que te saca lo peor de ti, los peores miedos", según explica su director. Las redes sociales, el deseo de notoriedad y la aceptación de uno mismo son, además, algunos de los temas sobre los que la trama del filme hace reflexionar.

Michelle Jenner, José Corbacho o Alexandra Jiménez son muchos de los artistas que prestan su voz a los personajes de 'Tadeo Jones 3. La tabla esmeralda', un grupo de personajes animados entre los que se incluyen: ¡Una nueva momia!, que es la gran estrella de esta cinta. La película se convirtió en 2022 en el mejor estreno español del año. Una cifra respaldada por sus avances, tanto técnico como argumentales, en relación con los anteriores títulos de la saga. El tema principal de la cinta, 'Si tú me llamas', está interpretado por Omar Montes y Belinda



DIOS MÍO, ¿PERO QUÉ NOS HAS HECHO?

Desde el viernes 31 de marzo.

La tercera película de la exitosa saga francesa iniciada con 'Dios mío, ¿pero qué te hemos hecho?' -vista por más de 12 millones de espectadores en 2014 solo en Francia- continúa con el humor políticamente incorrecto, la sátira y los clichés de sus predecesoras, una fórmula de comedia que no queda nunca obsoleta y que convirtió a esta tercera entrega de nuevo en un gran éxito. Claude y Marie Verneuil están a punto de cumplir 40 años de casados. Para celebrarlo, sus hijas quieren hacer una gran fiesta sorpresa en la casa familiar de Chinon... a la que las familias de sus respectivos maridos (muy judías, muy africanas, muy orientales y muy musulmanas) también están invitadas. Los líos y equívocos están servidos.

El director Philippe de Chauveron pone de nuevo en el punto de mira a este matrimonio conservador y un tanto chovinista interpretado por Christian Clavier y Chantal Lauby. A través de numerosos microrracismos, prejuicios y gags muy cercanos al estereotipo, la cinta elabora una hilarante sátira de la burguesía francesa de provincias.



MUERTE, MUERTE, MUERTE

Desde el sábado 11.

A24 ('Todo a la vez en todas partes', 'La ballena (The Whale)', 'Hereditary') produce este slasher en clave de comedia que une el humor, el terror y el suspense en una vorágine adolescente llena de puñaladas traperas, falsos amigos y sangre. La película constituye una mordaz sátira a las clases privilegiadas, la identidad de la Generación Z o las redes sociales.

Siete veinteañeros ricos organizan una fiesta en una mansión remota durante un huracán. Todo transcurre con normalidad entre bailes de TikTok, drogas y alcohol. Sin embargo, los problemas comienzan cuando deciden jugar a 'Muerte, muerte, muerte', un juego en el que se nombra a un supuesto asesino. Pronto descubrirán que se ha producido un asesinato real. Todo lo que lo puede salir mal, saldrá mal.



LOS PERDONADOS

Desde el sábado 18.

Ralph Fiennes ('El paciente inglés') y Jessica Chastain ('Los ojos de Tammy Faye') protagonizan este retorcido thriller dramático basado en la novela homónima de Lawrence Osborn y dirigido por Jon Michael Mcdonagh ('El irlandés'). Finnes y Chastain interpretan a una adinerada pareja, al borde del divorcio, que viaja de Londres a Marruecos para asistir a una lujosa fiesta de fin de semana en casa de un amigo, pero todo se tuerce cuando por accidente matan a un joven local. Presa del pánico, la pareja decide esconder el cadáver en el asiento trasero del coche con la esperanza de que su amigo los ayude. Sin embargo, el matrimonio tendrá que hacer frente a las consecuencias de esta muerte, así como a las costumbres y valores de una sociedad que les es ajena.

'Los perdonados' plantea una reflexión ética a través de sus arrogantes protagonistas, quienes conforman un retrato de las clases altas occidentales, personajes altivos y esnob que rechazan por completo los valores y la cultura de los otros.



MEN

Desde el domingo 5.

El director de 'Ex Machina', Alex Garland, produce, dirige y escribe esta cinta de terror psicológico protagonizada por Jessie Buckley ('La hija oscura') que sigue a Harper, una mujer que, tras un reciente trauma personal que la sigue atormentando, alquila un caserón en la campiña inglesa. Sin embargo, lo que parecía que iba a ser una estancia tranquila en un paraje bucólico poco a poco se convierte en una autentica espiral de acoso y agresión.

En la película 'Men', casi todos los personajes masculinos con los que se encuentra la protagonista tienen el mismo rostro -el del actor Rory Kinnear ('Penny Dreadful')-, señalando que todas las agresiones que sufre provienen de un mismo origen: la masculinidad tóxica. Así, Harper se expone a micromachismos socialmente aceptados, al acoso, a las agresiones verbales, a la culpabilidad, al miedo y al descredito a través de un grupo de personajes masculinos arquetípicos -el cura, el policía, el casero- cuya violencia asciende a medida que el metraje de la película avanza.

SURO

Desde el domingo 26.



Premio Fipresci en San Sebastián 2022, 'Suro' es un drama rural, cercano al thriller, en el que Vicky Luengo ('Antidisturbios', 'Chavalas') y Pol López ('Vergüenza') dan vida a una joven pareja cuyos principios son puestos a prueba al adentrarse en un mundo que les es ajeno. A través de la historia de Helena e Iván, una pareja que se propone construir una nueva vida en los bosques de alcornoques que ella ha heredado, 'Suro' reflexiona sobre el capitalismo voraz, sobre las relaciones de pareja distorsionadas por los cambios de rol, sobre la inmigración, sobre la precariedad de los trabajadores del campo y sobre la doble moral de quienes creían en su propio idealismo.

Ópera prima como director de largometrajes del reputado contometrajista Mikel Gurrea, en la película intervienen, además de Luengo y López, el debutante Ilyass El Ouahdani y un grupo de actores no profesionales que dan aún más autenticidad a la sólida interpretación de los protagonistas, una actuación que les valió a ambos el premio Gaudí.

CINE ESPAÑOL Y OTRAS JOYAS EN MOVISTAR PLUS+ EN ENERO

Las películas favoritas de la crítica y de los festivales y el mejor cine español.



ALI & AVA

Desde el martes 21.

La aclamada directora Clio Barnard, quien logró el reconocimiento internacional con su documental 'The Arbor', dirige esta emocionante cinta social británica, nominada a mejor película británica en los BAFTA de 2022, sobre dos personas solitarias que encuentran en la música un punto de unión irrompible y sanador. En ella, una mujer irlandesa de mediana edad y un hombre paquistaní a punto de separarse encuentran en su relación el medio de salvación a sus vidas, una unión que cambiará sus vidas y que les ayudará a quererse a sí mismos.

La cinta es una celebración a la vida que demuestra la posibilidad de que dos personas conecten a pesar de las numerosas diferencias que les separan: la edad, las creencias religiosas, el pasado familiar de cada uno...



ENTRE LA VIDA Y LA MUERTE

Desde el domingo 19

El catorce veces nominado a los premios Goya Antonio de la Torre se pone en la piel de Leo Castañeda, un español que trabaja como maquinista de metro en Bélgica, quien acaba de vivir el traumático suicidio de un joven en las vías del metro mientras el mismo conducía. Lo que en ese momento no sabe, es que ese joven es su hijo.

Antonio de la Torre interpreta en este thriller a un personaje enigmático, parco en palabras y con un pasado lleno de sombras que se irán descubriendo a medida que el español investigue el motivo detrás del suicidio de su hijo.

Esta cinta coproducida entre España y Bélgica supone la primera incursión de De la Torre en el cine europeo fuera de España.



DELANTE DE TI

Desde el martes 7.

El prolífico cineasta surcoreano Hong Sang-soo ('Ahora sí, antes no', 'Noche y día') dirige este retrato íntimo de una mujer en un momento muy especial de su vida, una mujer cuyo optimismo le permite afrontar las circunstancias más difíciles con una luminosidad inquebrantable. La protagonista de la película 'Delante de ti' es la antigua actriz Sang-ok, a la que da vida Lee Hye-yeong (colaboradora del director en otras cintas como 'La novelista y su película' o 'Tab'). Sang-ok, que se retiró de la interpretación en la década de 1990 y lleva años viviendo en Estados Unidos, regresa a su Seúl natal para visitar a su hermana pequeña y a su sobrino. También tiene prevista una cita con un director que le ha ofrecido un papel.



MAMÁ NO ENREDES

Desde el miércoles 22.

La actriz Malena Alterio interpreta a Clara, una mujer divorciada y madre de dos adolescentes abierta a nuevas experiencias que decide crearse un perfil en TILINK, la app de citas de moda. El punto de inflexión comienza en el momento que Dani, su hijo, descubre su perfil y decide junto a Milena, su hermana, embarcarse en la delirante aventura de boicotear los ligues de su madre. Tal como explica su directora Daniela Fejerman ('A mi madre le gustan las mujeres'): "para los hijos, pensar que su madre tiene vida más allá del matrimonio ya les extraña, pero que tenga además vida sexual, y la ejerza, les perturba".

La cinta aborda, además del choque generacional entre madre e hijos, temas como las nuevas formas de ligar, las red flags propias de una primera cita, así como, las nuevas formas de relacionarse que como explica su directora, trastocan "lo establecido sobre cómo debe ser una familia y qué lugar debe ocupar cada uno". La cinta cuenta con un reparto encabezado, además de por Malena Alterio, por Eva Ugarte ("Madres"), Antonio Pagudo ("La que se avecina"), Sofía Oria ("Gigantes"), Oscar Ortuño ("30 Monedas"), Ben Temple ("Dime quien soy"), Antonio Garrido ("Los protegidos") y María Castro ("Sin tetas no hay paraíso").

Jueves, 23 Febrero 2023 17:01

Calendario de Estrenos Películas Cine Movistar Plus Marzo 2023: ¡Fechas, Destacados y Recomendados!

Escrito por Trajano Publicado en Estrenos películas Movistar Plus 2022-2023



¡CALENDARIO CON TODAS LAS FECHAS + INFO DE LOS ESTRENOS RECOMENDADOS Y DESTACADOS!

CALENDARIO ESTRENOS PELÍCULAS CINE MOVISTAR PLUS MARZO 2023

El cine de estreno en Movistar Plus+ en marzo llega con Brad Pitt a la cabeza, acompañado de estrellas como Timothée Chalamet, Zendaya, Oscar Isaac, Javier Bardem, Idris Elba, Vicky Luengo, Antonio de la Torre, Malena Alterio, Ralph Fiennes y Jessica Chastain, entre muchos.

Películas de todos los géneros y para todos los públicos, con creadores como Dennis Villeneuve, Alex Garland, Clio Barnard y Hong Sang-soo.

En los canales Estrenos por M+ (dial 11), Estrenos 2 por M+ (dial 12) y en el servicio bajo demanda para todos los clientes con la opción cine.

Por orden de estreno:

> 'Bullet Train'. Desde el viernes 3 de marzo.
> 'Men'. Desde el domingo 5.
> 'Delante de tí'. Desde el martes 7.
> 'Tadeo Jones 3. La tabla esmeralda'. Desde el viernes 10.
> 'Muerte, muerte, muerte'. Desde el sábado 11.
> 'Dune'. Desde el viernes 17.
> 'Los perdonados'. Desde el sábado 18.
> 'Entre la vida y la muerte'. Desde el domingo 19.
> 'Ali & Ava'. Desde el martes 21.
> 'Mamá no en Redes'. Desde el miércoles 22.
> 'La bestia'. Desde el viernes 24.
> 'Suro'. Desde el domingo 26.
> 'Dios mío, ¿pero qué nos has hecho? Desde el viernes 31.

ESTRENOS DE CINE RECOMENDADOS Y DESTACADOS MARZO 2023

MOVISTAR PLUS



BULLET TRAIN
Desde el viernes 3 de marzo.

Brad Pitt protagoniza esta película de acción con grandes dosis de humor (un humor violento y muy negro, eso sí) dirigida por David Leitch ('Atómica'), quien comenzó su carrera en Hollywood como doble de acción de Brad Pitt en 'El club de la lucha'. La cinta, basada en la novela 'Tren bala', de Kotaro Isaka, sigue a un grupo de gánsteres que coincide en un tren de alta velocidad que viaja de Tokio a Marioka. La mayoría no se conocen entre sí y, supuestamente, tienen objetivos distintos... pero nada más lejos de la realidad, ya que sus misiones se entrecruzan de maneras que ni ellos sospechan.

Al más puro estilo de cineastas como Tarantino, 'Bullet Train' es todo acción, con personajes carismáticos, satíricos, extensos diálogos llenos de frases irónicas, violencia explícita y una estructura narrativa con continuos saltos temporales. Junto a Pitt, forman parte del elenco coral de la película los

actores Joey King ('Entre dos mundos'), Aaron Taylor-Johnson ('Vengadores: La era de Ultrón') y Brian Tyree Henry ('Eternals'), aunque la cinta cuenta con numerosos cameos como los del cantante Bad Bunny, Sandra Bullock, Ryan Reynolds, Michael Shannon o Channing Tatum.



DUNE
Desde el viernes 17.

Primera entrega de la espectacular adaptación que Denis Villeneuve ('Blade Runner 2049', 'La llegada (Arrival)') hace de la saga de novelas de ciencia ficción de culto 'Dune', escritas por Frank Herbert. Ganadora de los premios más importante de la literatura fantástica y de ciencia ficción (Nébula, Hugo), la novela 'Dune' ya había sido llevada a la gran pantalla por David Lynch en 1984 con Kyle MacLachlan como protagonista. En esta ocasión, para dar vida a esta *space opera* que ahonda en la ecología, la religión y la política, Villeneuve reúne un conocido reparto en el que sobresalen los nombres de Timothée Chalamet ('Call Me by Your Name'), Rebecca Ferguson ('Doctor Sueño'), Zendaya (saga 'Spider-Man'), Oscar Isaac (saga 'Star Wars'), Josh Brolin ('Mi nombre es Harvey Milk'), Stellan Skarsgård (serie 'Chernobyl'), Dave Bautista (saga 'Guardianes de la galaxia'), Charlotte Rampling ('45 años'), Jason Momoa ('Aquaman') y el español Javier Bardem.

Ambientada en un futuro muy lejano (año 10191), la película muestra una galaxia convertida en un imperio feudal que depende para su subsistencia de una especia que sólo se encuentra en el desértico Dune. Allí viven los fremen, que llevan siglos viendo cómo su planeta (al que ellos llaman Arrakis) es devastado para conseguir la preciada especia. Para llevar la paz al inhóspito planeta, el Emperador ordena al duque Leto Atreides que abandone el bello y fértil Caladan -que ha sido el feudo de la Casa Atreides durante generaciones- y ponga rumbo a Dune/Arrakis.

LA BESTIA
Desde el viernes 24.

Un *thriller* de supervivencia lleno de tensión en el que Idris Elba tiene que enfrentarse al más mortífero y sanguinario león salvaje. 'La bestia', ambientada en la sabana sudafricana, comienza cuando un grupo de furtivos ataca a una manada de leones y acaba con casi todos ellos... pero deja vivo al más letal. Poco después, el doctor Nate Samuels (Elba) llega a la zona, junto a sus dos hijas, para que las chicas conozcan la tierra de su difunta madre. Para ello cuenta con la colaboración de su amigo Martin (Sharlto Copley, 'Distrito 9'), el responsable de la reserva por la que deambula el peligroso león.



El hombre contra la naturaleza en una película que es pura adrenalina y que dirige Baltasar Kormákur ('Everest', '2 Guns'), especialista en mantener alerta al espectador.

MUERTE, MUERTE, MUERTE
Desde el sábado 11.

A24 ('Todo a la vez en todas partes', 'La ballena (The Whale)', 'Hereditary') produce este *slasher* en clave de comedia que une el humor, el terror y el suspense en una vorágine adolescente llena de puñaladas traperas, falsos amigos y sangre. La película constituye una mordaz sátira a las clases privilegiadas, la identidad de la Generación Z o las redes sociales.

Siete veinteañeros ricos organizan una fiesta en una mansión remota durante un huracán. Todo transcurre con normalidad entre bailes de TikTok, drogas y alcohol. Sin embargo, los problemas comienzan cuando deciden jugar a 'Muerte, muerte, muerte', un juego en el que se nombra a un supuesto asesino. Pronto descubrirán que se ha producido un asesinato real. Todo lo que lo puede salir mal, saldrá mal.



LOS PERDONADOS
Desde el sábado 18.

Ralph Fiennes ('El paciente inglés') y Jessica Chastain ('Los ojos de Tammy Faye') protagonizan este retorcido *thriller* dramático basado en la novela homónima de Lawrence Osborn y dirigido por Jon Michael Mcdonagh ('El irlandés'). Finnes y Chastain interpretan a una adinerada pareja, al borde del divorcio, que viaja de Londres a Marruecos para asistir a una lujosa fiesta de fin de semana en casa de un amigo, pero todo se tuerce cuando por accidente matan a un joven local. Presa del pánico, la pareja decide esconder el cadáver en el asiento trasero del coche con la esperanza de que su amigo los ayude. Sin embargo, el matrimonio tendrá que hacer frente a las consecuencias de esta muerte, así como a las costumbres y valores de una sociedad que les es ajena.



'Los perdonados' plantea una reflexión ética a través de sus arrogantes protagonistas, quienes conforman un retrato de las clases altas occidentales, personajes altivos y esnob que rechazan por completo los valores y la cultura de los otros.

MEN
Desde el domingo 5.

El director de 'Ex Machina', Alex Garland, produce, dirige y escribe esta cinta de terror psicológico protagonizada por Jessie Buckley ('La hija oscura') que sigue a Harper, una mujer que, tras un reciente trauma personal que la sigue atormentando, alquila un caserón en la campiña inglesa. Sin embargo, lo que parecía que iba a ser una estancia tranquila en un paraje bucólico poco a poco se convierte en una autentica espiral de acoso y agresión.

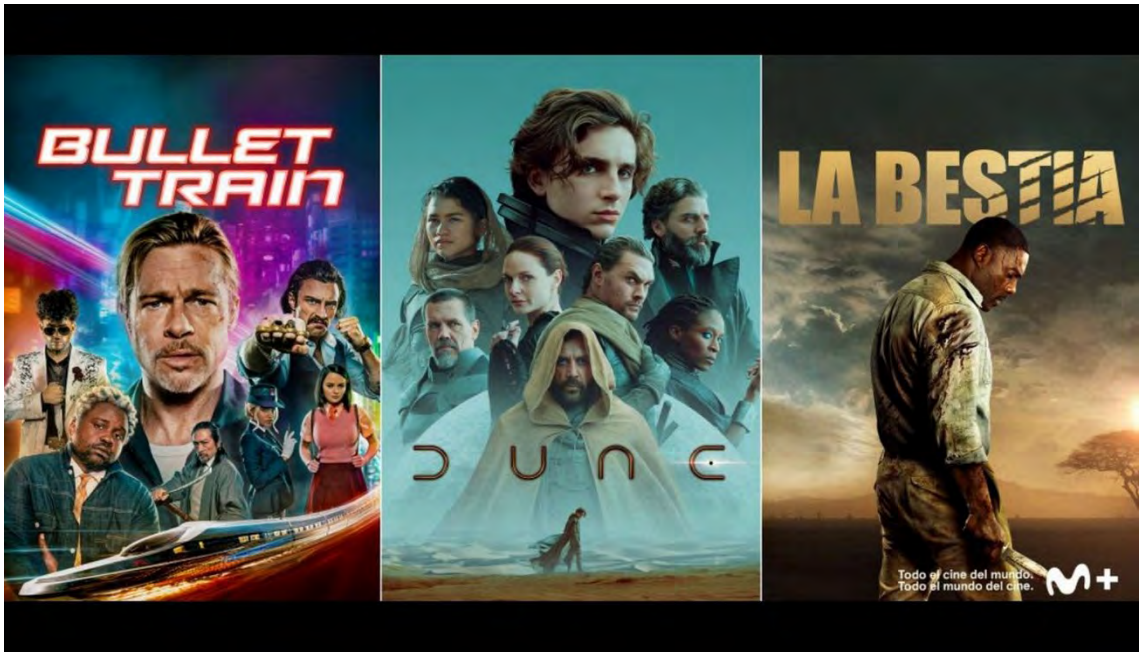
En la película 'Men', casi todos los personajes masculinos con los que se encuentra la protagonista tienen el mismo rostro -el del actor Rory Kinnear ('Penny Dreadful')-, señalando que todas las agresiones que sufre provienen de un mismo origen: la masculinidad tóxica. Así, Harper se expone a micromachismos socialmente aceptados, al acoso, a las agresiones verbales, a la culpabilidad, al miedo y al descredito a través de un grupo de personajes masculinos arquetípicos -el cura, el policía, el casero- cuya violencia asciende a medida que el metraje de la película avanza.


MEN

Computer Hoy

La última de Brad Pitt, Dune, y otras películas interesantes en los estrenos de marzo de Movistar Plus+

STREAMING **Juan Antonio Pascual Estapé** 23 feb. 2023 21:55h.



Filmes para todos los gustos en las novedades de Movistar Plus+, aunque algunos ya llevan tiempo en otras plataformas.

Movistar Plus+ ha anunciado la lista de **nuevas películas** que ofrecerá a partir del 3 de **marzo**. Títulos como **Bullet Train**, **Dune** o **La Bestia** seguro que están entre los más vistos, pero hay otros muchos estrenos interesantes.

En **marzo** en Movistar Plus+ podrás ver a estrellas como Brad Pitt, Timothée Chalamet, Zendaya, Oscar Isaac, Javier Bardem, Idris Elba, Vicky Luengo, Antonio de la Torre, Malena Alterio, Ralph Fiennes y Jessica Chastain, entre muchos.

Hay películas de todos los géneros y para todos los públicos, con creadores como Dennis Villeneuve, Alex Garland, Clio Barnard y Hong Sang-soo. Vamos a ver la lista.

Estrenos de Movistar Plus+ en marzo

Todos estos filmes están disponibles en los canales **Estrenos por M+** (dial 11), **Estrenos 2 por M+** (dial 12) y en el **servicio bajo demanda** para todos los clientes con la opción cine.

Uno de los títulos más visto seguro que es **Bullet Train**, la película de acción violenta de **Brad Pitt**, con toques de humor negro. Basada en la novela Tren bala, de Kotaro Isaka, sigue a un grupo de gánsteres que coincide en un tren de alta velocidad que viaja de Tokio a Marioka. Aquí puedes ver el tráiler:



Dune lleva ya un tiempo en HBO Max y en alquiler, pero ahora llega a **Movistar Plus+**.

Es una excelente película de ciencia-ficción basada en el libro del mismo nombre. Ya se está rodando la segunda parte.

La Bestia es un thriller de supervivencia lleno de tensión en el que Idris Elba tiene que enfrentarse al más mortífero y sanguinario león salvaje.

Y para toda la familia, la película española de animación **Tadeo Jones 3: La Tabla Esmeralda**, un homenaje a Indiana Jones en tono cómico, que ha obtenido buenas críticas.

Estos son todos los títulos, ordenados por fecha:

- **Bullet Train**. Desde el viernes 3 de marzo.
- **Men**. Desde el domingo 5.
- **Delante de tí**. Desde el martes 7.
- **Tadeo Jones 3. La tabla esmeralda**. Desde el viernes 10.
- **Muerte, muerte, muerte**. Desde el sábado 11.
- **Dune**. Desde el viernes 17.
- **Los perdonados**. Desde el sábado 18.
- **Entre la vida y la muerte**. Desde el domingo 19.
- **Ali & Ava**. Desde el martes 21.
- **Mamá no en Redes**. Desde el miércoles 22.
- **La bestia**. Desde el viernes 24.
- **Suro**. Desde el domingo 26.
- **Dios mío, ¿pero qué nos has hecho?** Desde el viernes 31.

Películas interesantes y de calidad en los **estrenos de cine** de **Movistar Plus+** del mes de **marzo,** como suele ser habitual en la parrrilla de la plataforma española. ¿Con cuál te quedas?

Noticias de Bizkaia
Deia
23 Febrero, 2023

PAÍS: España
PÁGINAS: 52
AVE: 725 €
ÁREA: 105 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6539
OTS: 47000
SECCIÓN: AISIA





Premios Oscar. *Foto: Efe*

Movistar+ calienta motores para los Oscar

BILBAO – Con la vista puesta en la próxima entrega de los Premios Oscar en la madrugada del lunes 13 de marzo, Movistar Plus+ ha puesto en marcha en su dial 13 el canal *Los Oscar* dedicado íntegramente a la emisión de las mejores películas. Incluye títulos que se alzaron con la codiciada estatuilla dorada, incluidas la ganadora del año pasado (*Coda*) y una de las grandes favoritas de este año (*Todo a la vez en todas partes*).

Entre los más de 80 títulos programados se encuentran *Ben-Hur*, *Memorias de África, Los mejores años de nuestra vida*, *En tierra hostil*, *El cazador*, *Birdman*, *No es país para viejos* o *12 años de esclavitud.*

El canal contará también con documentales dedicados a figuras del mundo del cine como Daniel Day-Lewis, Frank Capra, Hans Zimmer, Jamie Lee Curtis, John Huston, Charlie Chaplin, Mel Gibson, Michael Cimino, Rita Moreno, Quentin Tarantino y Alfred Hitchcock. – ***NTM***

Diario Noticias de Álava

PAÍS: España
PÁGINAS: 53
AVE: 544 €
ÁREA: 119 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2338
OTS: 16000
SECCIÓN: MIRARTE

23 Febrero, 2023





Premios Oscar. *Foto: Efe*

Movistar+ calienta motores para los Oscar

GASTEIZ – Con la vista puesta en la próxima entrega de los Premios Oscar en la madrugada del lunes 13 de marzo, Movistar Plus+ ha puesto en marcha en su dial 13 el canal *Los Oscar* dedicado íntegramente a la emisión de las mejores películas. Incluye títulos que se alzaron con la codiciada estatuilla dorada, incluidas la ganadora del año pasado (*Coda*) y una de las grandes favoritas de este año (*Todo a la vez en todas partes*).

Entre los más de 80 títulos programados se encuentran *Ben-Hur*, *Memorias de África, Los mejores años de nuestra vida, En tierra hostil*, *El cazador*, *Birdman*, *No es país para viejos* o *12 años de esclavitud.*

El canal contará también con documentales dedicados a figuras del mundo del cine como Daniel Day-Lewis, Frank Capra, Hans Zimmer, Jamie Lee Curtis, John Huston, Charlie Chaplin, Mel Gibson, Michael Cimino, Rita Moreno, Quentin Tarantino y Alfred Hitchcock. – ***NTM***

Noticias de Gipuzkoa

PAÍS: España
PÁGINAS: 53
AVE: 661 €
ÁREA: 94 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 3023
OTS: 14000
SECCIÓN: MIRARTE

23 Febrero, 2023





Premios Óscar. *Foto: Efe*

Movistar Plus calienta motores para los Óscar

DONOSTIA – Con la vista puesta en la próxima entrega de los Premios Óscar en la madrugada del lunes 13 de marzo, Movistar Plus ha puesto en marcha en su dial 13 el canal *Los Óscar* dedicado íntegramente a la emisión de las mejores películas. Incluye títulos que se alzaron con la codiciada estatuilla dorada, incluidas la ganadora del año pasado (*Coda*) y una de las grandes favoritas de este año (*Todo a la vez en todas partes*).

Entre los más de 80 títulos programados se encuentran *Ben-Hur*, *Memorias de África*, *Los mejores años de nuestra vida*, *En tierra hostil*, *El cazador*, *Birdman*, *No es país para viejos* o *12 años de esclavitud*.

El canal contará también con documentales dedicados a figuras del mundo del cine como Daniel Day-Lewis, Frank Capra, Hans Zimmer, Jamie Lee Curtis, John Huston, Charlie Chaplin, Mel Gibson, Michael Cimino, Rita Moreno, Quentin Tarantino y Alfred Hitchcock. – *NTM*

Diario de Noticias

PAÍS: España
PÁGINAS: 53
AVE: 705 €
ÁREA: 94 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 7976
OTS: 58000
SECCIÓN: MIRARTE

23 Febrero, 2023





Premios Oscar. *Foto: Efe*

Movistar+ calienta motores para los Oscar

PAMPLONA – Con la vista puesta en la próxima entrega de los Premios Oscar en la madrugada del lunes 13 de marzo, Movistar Plus+ ha puesto en marcha en su dial 13 el canal *Los Oscar* dedicado íntegramente a la emisión de las mejores películas. Incluye títulos que se alzaron con la codiciada estatuilla dorada, incluidas la ganadora del año pasado (*Coda*) y una de las grandes favoritas de este año (*Todo a la vez en todas partes*).

Entre los más de 80 títulos programados se encuentran *Ben-Hur, Memorias de África, Los mejores años de nuestra vida, En tierra hostil, El cazador, Birdman, No es país para viejos* o *12 años de esclavitud.*

El canal contará también con documentales dedicados a figuras del mundo del cine como Daniel Day-Lewis, Frank Capra, Hans Zimmer, Jamie Lee Curtis, John Huston, Charlie Chaplin, Mel Gibson, Michael Cimino, Rita Moreno, Quentin Tarantino y Alfred Hitchcock. – *NTM*

DEIA – NOTICIAS DE GIPUZKOA – DIARIO NOTICIAS DE NAVARRA – DIARIO DE NAVARRA

Movistar+ calienta motores para los Oscar

NTM Bilbao | 23·02·23



Premios Oscar. EFE

Con la vista puesta en la próxima entrega de los Premios Oscar en la madrugada del lunes 13 de marzo, Movistar Plus+ ha puesto en marcha en su dial 13 el canal Los Oscar dedicado íntegramente a la emisión de las mejores películas. Incluye títulos que se alzaron con la codiciada estatuilla dorada, incluidas la ganadora del año pasado (Coda) y una de las grandes favoritas de este año (Todo a la vez en todas partes).

Entre los más de 80 títulos programados se encuentran Ben-Hur, Memorias de África, Los mejores años de nuestra vida, En tierra hostil, El cazador, Birdman, No es país para viejos o 12 años de esclavitud.

El canal contará también con documentales dedicados a figuras del mundo del cine como Daniel Day-Lewis, Frank Capra, Hans Zimmer, Jamie Lee Curtis, John Huston, Charlie Chaplin, Mel Gibson, Michael Cimino, Rita Moreno, Quentin Tarantino y Alfred Hitchcock.

Xataka móvil

Los Oscar por Movistar Plus+: esto es todo lo que podremos ver en el nuevo canal que se estrena hoy



Hace una hora LAURA SACRISTÁN

Del mismo modo que hace unas semanas estrenó un canal temporal dedicado a los Goya, hoy Movistar Plus+ da la bienvenida a un nuevo canal pop up con motivo de los Oscar. Su nombre, como no podía ser de otra forma, es 'Los Oscar por Movistar Plus+'.

Estará disponible hasta el 19 de marzo, seis días después de la gala, y ofrecerá algunas de las mejores películas de las últimas décadas, incluyendo largometrajes, cortos y documentales. A continuación, te contamos dónde podrás verlo y qué títulos encontrarás en él.

En el dial 13 y bajo demanda

Desde hoy, 23 de febrero, y hasta el próximo 19 de marzo, Movistar Plus+ ofrecerá 'Los Oscar por Movistar Plus+' en el dial 13. Se trata de un canal pop up en el que podremos ver algunas de las mejores películas que se alzaron con la estatuilla dorada.



Ese repaso por el cine de las últimas décadas incluirá 84 películas que acumulan 177 premios. Entre todos esos largometrajes oscarizados, que también estarán disponibles bajo demanda y en una sección accesible desde el menú de la plataforma, destacan los siguientes:

'Todo a la vez en todas partes': una de las grandes favoritas de este año con 11 nominaciones.

'Coda': ganadora del Oscar el año pasado a la mejor película, además de mejor guion adaptado y mejor actor de reparto.

'Ben-Hur': una de las tres películas con más premios de la historia de los Oscar (11).

'Memorias de África' y 'Los mejores años de nuestra vida': siete estatuillas se llevó cada una, incluyendo mejor película y director.

'En tierra hostil': ganadora de seis Oscar, incluyendo el de mejor película y mejor dirección.

'El cazador': ganadora de cinco Oscar, entre ellos, mejor película y director.

'Birdman o (La inesperada virtud de la ignorancia)' y 'No es país para viejos': con cuatro premios cada una, incluyendo mejor actor de reparto para Javier Bardem en la última de ellas.

Además, el canal emitirá 11 documentales sobre ganadores de los Oscar: Daniel Day-Lewis, Frank Capra, Hans Zimmer, Jamie Lee Curtis, John Huston, Charlie Chaplin, Mel Gibson, Michael Cimino, Rita Moreno, Quentin Tarantino y Alfred Hitchcock.

Tampoco faltarán 14 cortometrajes: 'Asador', 'Sierra', 'Plastic Killer', 'Warsha' y, desde el 1 de marzo, 'Tula', 'Ladebutante', 'Se está bien aquí', 'El tratamiento' y 'Pasajero'. También podremos ver los nominados de este año: 'El marinero volador', 'Vendedores de hielo' y, desde el 1 de marzo, 'Ivalu', 'Paseo nocturno' y 'Un adiós irlandés'.

Y, como en años anteriores, Movistar Plus+ emitirá, en directo y en exclusiva, la ceremonia de entrega de la 95ª edición de los Premios Oscar en la madrugada del 12 al 13 de marzo.

MUNDO DEPORTIVO

PAÍS: España
PÁGINAS: 29
AVE: 4869 €
ÁREA: 341 CM² - 41%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 25554
OTS: 203000
SECCIÓN: SERVICIOS

24 Febrero, 2023



Pantalla Planas



Mònica Planas

Romario, el ingobernable

Informe Plus+ repasa la trayectoria de Romario en España a través de goles y anécdotas

Nuevo **Informe Plus+** en **Movistar+** con **Romario** como protagonista. **'Romario en España. Ingobernable'** revisa la etapa del brasileño en el Barça y en el Valencia ahora que se cumplen treinta años de su aterrizaje en Barcelona para jugar bajo las órdenes de **Cruyff**. El reportaje hará las delicias de los que recuerdan esa época porque apela a la nostalgia, no solo por el talento del crack sino por la manera como ha cambiado el fútbol. El Informe Plus+ arranca con una de esas anécdotas relatadas por **Joan Gaspart** donde la línea entre el recuerdo y la imaginación resulta algo difusa. Pero es una manera de advertir al espectador que, más allá de una cronología balompédica hay intrahistorias que apelan a la curiosidad y al sentido del humor. En la etapa del Barça, **Laudrup** y **Koeman** son los testimonios idóneos que sirven como contraste al protagonista. Mentalidades y disciplinas muy distintas para acentuar lo importante: la ingobernabilidad de Romario.

El Informe Plus+ arma un bloque inicial para subrayar el talento superdotado del futbolista y poner énfasis en algo inaudito: la aparente capacidad para separar vida privada de vida profesional sin que se interfirieran negativamente. Y a continuación, empieza a aflorar el anecdotario de situaciones, conflictos, juergas, vivencias y tensiones que son la salsa del reportaje.

'Romario en España. Ingobernable' juega con el divertimento que nos genera mirar hacia atrás y que nos cuenten una historia que recordamos. La alegría por revivir goles, ruedas de prensa, declaraciones y escenificaciones. Y la libertad de poder recuperar la cara oculta del fútbol, la cara B, de forma despreocupada.

En el tramo final del Informe, como conclusión, reaparece la magia de Romario, lo que hipnotiza al espectador y lo que sostuvo esa ingobernabilidad. "Un buen futbolista, un mal profesional" apuntan. "Es un personaje especial. Y a los personajes especiales hay que tomarlos como son. No como nos gustaría que fuesen", recuerda **Josep M. Minguella**. Y el consuelo de conformarse es el anecdotario que dejan como legado ●

Fútbol versus vida nocturna

'Romario en España. Ingobernable' sostiene la tesis inicial que la vida nocturna y fiestera del brasileño no influía en su rendimiento en el campo. Pero a medida que avanza el reportaje nos vamos dando cuenta de que la teoría no es del todo inquebrantable. Porque el malestar personal sí parecía tener consecuencias evidentes y muy directas sobre lo que después conseguía sobre el césped. El análisis de este aspecto es el subtexto más relevante del reportaje.

RELEVO

FÚTBOL

La vida nocturna de Romario en España: "Te pago la última copa y te vas porque yo voy a seguir aquí"

Movistar+ estrena hoy el documental 'Romario en España', en el que aborda las dos caras del futbolista en Barcelona y Valencia.



Romario, con Luis Aragonés, en la famosa escena de 'Mírame a los ojitos'.

Pepe Garrido 23 de febrero de 2023, 10:09 h

El paso de Romario por España dejó goles, jugadas y regates absolutamente increíbles para los aficionados de Barcelona, Valencia o del fútbol en general. Pero, a pesar de ello, nunca estuvo más de dos temporadas defendiendo los colores de los dos equipos. Y es que para mantenerse en la élite del fútbol no basta solo con tener calidad y ser el número uno. 'O Baixinho' (como le llamaban) tenía una pasión más allá del fútbol: la noche. Informe +, que estrenará hoy Movistar + sobre el paso del jugador por LaLiga, refleja a la perfección las dos caras del astro brasileño y las razones que explican su corto periplo en nuestro país.

Romario llegó al Barça por 400 millones de pesetas (cerca de 2 millones y medio de euros) a través de una fórmula organizada por el agente José María Minguella. "Yo pagaba el fichaje y el Barça me daba cinco partidos amistosos que yo vendía a TV3", dice en el informe el ahora comentarista de la COPE.

Maravilló al mundo del futbol en la década de los 90. Los elogios de periodistas, excompañeros y técnicos que convivieron con él se suceden en el documental. Tras ganar tres veces la liga holandesa con el PSV, aterrizó en el Barça del Cruyff en 1993 con 27 años. Un jugador en plena madurez futbolística que llegaba a un equipo plagado de estrellas. Llegó, prometió y venció.Dijo que iba a marcar 30 goles y así lo hizo. Justo 30. Ganó LaLiga esa temporada con el Barcelona y llegó a la final de Champions. El verano de 1994 llevó a Brasil a alzar su cuarta Copa del Mundo, siendo la estrella de la selección.

Pero Romario, entre semana, era más activo en la vida nocturna que en la carrera continua del entrenamiento de por la mañana. "Si no salgo no marco" era su cantinela. Una noche Charly Rexach, segundo entrenador de Cruyff, vio al astro carioca en la esquina de una discoteca, bebiéndose una Coca-Cola y le dijo, viendo que avanzaba la noche, que por qué no se iba a casa ya. "Me tengo que quedar más rato, si no el domingo no juego bien", le contestó.



Romario conversa con Cruyff en un Sevilla-Barça en el que Cruyff le dejó en el banquillo. Movistar

Lo de la Coca-Cola no es un eufemismo. Según afirman quienes le conocían ni bebía ni fumaba ni se drogaba. "A mí lo que me gustan son las mujeres", advirtió a Francisco Roig, presidente del Valencia en 1966, cuando fue a Brasil a convencerle para firmar por el equipo che. Roig tenía la tentación de hacer un equipo plagado de estrellas y fichó al brasileño. Antes del séptimo partido de LaLiga, volvió cedido a Brasil por graves discrepancias con Luis Aragonés, entrenador del Valencia en ese momento. Eso sí, le dio tiempo a jugar cinco partidos y a marcar cuatro goles.

Cuentan testimonios del Informe + que Romario, en los partidos del Camp Nou, tardaba mucho en salir del vestuario. Se enjabonaba una y otra vez. En una ocasión, Txiki Begiristain, uno de los mandamases hoy del Manchester City, le preguntó por qué se acicalaba tanto. "Tu no sabes Txiki, la de cosas que me pueden pasar a mí desde el Camp Nou al Hotel Reina Sofía donde vivo", le contestó.

Desmiente Joan Gaspart, dueño del mencionado hotel donde residía el futbolista, que no le consta que el club le pusiese a Romario una persona para seguir sus pasos nocturnos por la Ciudad Condal, una leyenda muy contada entre los periodistas que seguían al equipo de Johan Cruyff en esos años. "Nos enterábamos de todos modos", explica Gaspart sobre ello. Los periodistas que dan testimonio al documental, en cambio, dan fe de que esa persona existía. Un día, incluso, dicen que Romario se cruzó con él en un local nocturno. "Sé que te han puesto para seguirme. Te pago la última copa. Te va a salir más barato irte a casa a estar toda la noche consumiendo detrás de mí", le comentó.



Romario, en rueda de prensa con el Valencia, en la que habló de su vida privada.

Johan Cruyff, con el que vivió una relación de amor-odio por lo efectivo y estético que Romario era en el césped y lo desordenado fuera de él, también se lo dejó claro: "Soy entrenador, no un policía. El que se perjudica es él, si no rinde va fuera". "Tú no eres mi padre", le llegó a contestar en privado una vez a su entrenador, tal y como atestiguan compañeros como Ronald Koeman y Michael Laudrup. "Si ibas con multas y castigos con él, le perdías", expone Carles Rexach, segundo de Cruyff .

"Soy entrenador, no policía"

Johan Cruyff Exentrenador de Romario en el Barça

Sus entrenadores en España fueron Cruyff en el Barcelona y Aragonés, Valdano y Ranieri en el Valencia. Solo el argentino le toleraba la falta de disciplina y eso hizo que fuera el único con el que no tuviera problemas. Con Luis Aragonés son conocidos sus desencuentros, incluso públicos, como el famoso "mírame a los ojitos" en un entrenamiento ante todas las cámaras de televisión. Con Ranieri, también. "Sabes que al final de año hay Copa del Mundo, la noche no es buena y si lo haces otra vez, conmigo no vas a jugar, por lo que el Mundial lo vas a ver en la tele", destapa el técnico italiano sobre una conversación con él.

En una rueda de prensa, le preguntaron sobre qué opinaba el propio Romario y lo que pensaban sus compañeros sobre su vida nocturna, a lo que respondió: "Los compañeros que se jodan. Si vienen a hablar sobre esto los mando ya sabes dónde. Hace 18 años que juego al fútbol y la noche siempre ha sido mi amiga". Así de tajante e inflexible era el delantero con su vida privada. Reprendido por el vestuario por las mismas, ni se inmutó. Salió del mismo sin contestar.

"Nos lo decía en el vestuario claramente. 'Mi vida es mi vida y fuera del fútbol hago con ella lo que quiero'", se sincera Paco Camarasa, histórico defensa che que compartió vestuario con Romario en su etapa en Mestalla.

"Nos decía: 'Mi vida es mi vida y fuera del fútbol hago lo que quiero con ella"

Paco Camarasa Exjugador del Valencia

"Un jugador impresionante, pero a su bola", resume Koeman. "Muy buen futbolista, un mal profesional", cierra Camarasa. "Es el talento más grande con el que he jugado", concluye Laudrup.

deporpress.com
DIARIO DEPORTIVO DIGITAL

#Vamos vuelve a elegir al Tenerife



Nacho, en el Tenerife- Alavés. (DEPORPRESS)

Redacción Deporpress | #Vamos vuelve a elegir al Tenerife. El club blanquiazul vuelve a ser escogido por el canal de pago para el partido correspondiente a la 33ª jornada en Segunda División, en el compromiso que tienen los pupilos dirigidos por Ramis ante uno de los candidatos al ascenso directo: el Alavés. El choque se jugará el sábado 25 de marzo, a partir de las 17.30 horas.

Mendizorroza es una de las plazas más difíciles que le quedan al Tenerife. Los babazorros encadenan cinco victorias consecutivas y es el mejor equipo de la segunda vuelta de la competición por méritos propios.

JAEN

PAÍS: España
PÁGINAS: 49
AVE: 1142 €
ÁREA: 350 CM² - 40%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 1727
OTS: 24000
SECCIÓN: CULTURA

24 Febrero, 2023



David Broncano baila el "Tiki Tiki" junto a Ptazeta

La artista canaria visitó "La Resistencia" para presentar su nueva canción

REDACCIÓN

La cantautora canaria Ptazeta acudió este miércoles a "La Resistencia" para presentarle a Broncano su último éxito, "Tiki Tiki", que interpreta junto a Lola Índigo y donde se mezclan ritmos urbanos como el trap y el reguetón. Ambos bailaron su nuevo tema, aunque a través de la cuenta de Twitter del programa indicó que más que bailar el "Tiki Tiki" bailó el "Taca Taca", haciendo referencia a que parecía un abuelo.

Por otro lado, el conductor del programa de Movistar Plus+ no dejó pasar la ocasión de comentar con su invitada el famoso tema de Shakira con Bizarrap aprovechando que Ptazeta también grabó un tema con el productor argentino.

"Sé que a los hijos de Shakira les gusta mucho mi sesión con Bizarrap. La información me ha llegado a través de unas amigas compositoras", explicó la canaria. "¿Le has recomendado tú a Shakira que grabe con Bizarrap?", bromeó el presentador. A lo que Ptazeta respondía tras carcajearse: "No no, pero Shakira, te amo, ole tus huevos, mi ciela. Tú a tope y todo lo que puedas exprimir, exprime".

Fue un mensaje de apoyo que arrancó los aplausos de los presentes. Aunque aclaró que no le gustaban los chismes, la cantante dio su opinión sobre la canción de la colombiana: "Me parece una tiradera, dicho o hecho con el que se procura poner en ridículo a alguien o algo, buena". "Shakira ha ido donde duele y, en mi opinión, de las mujeres que hemos ido a grabar con Bizarrap, ella es la que ha dejado más claro lo que es una mujer empoderada y segura de sí misma. Ha sido increíble", dijo.



HUMOR. *La cantante canaria Ptazeta acude a "La Resistencia" como invitada.*

Desde que en octubre de 2021 Bizarrap colaborase con Ptazeta en el tema Ptazeta: Bzrp Music Sessions, Vol. 45, la rapera canaria no ha hecho más que despegar musicalmente hablando. De hecho, la cantante se ha convertido en todo un referente de ritmos urbanos a nivel nacional, pero también fuera del territorio español.

"Tiki Tiki" no es la única canción que ha hecho con Lola Índigo, tienen otro tema que todavía no ha salido a la luz. "Lola y yo nos juntamos como hace un año, año y medio y ese tema fue el que nos salió en ese momento. Y está perfecto el tema, ella lo piensa también y por eso yo creo que lo acabaremos sacando. Pero por dentro yo pensabmos que podíamos probar algo nuevo y salió este tema.

La cantante Ptazeta opina en 'La Resistencia' sobre la sesión de Shakira con Bizarrap: "Fue a donde duele"

B. R. CATELA 23.02.2023



Ptazeta, en 'La Resistencia'.MOVISTAR PLUS+

La cantautora canaria Ptazeta acudió este miércoles a La Resistencia para presentarle a Broncano su último éxito, Tiki Tiki, que interpreta junto a Lola Índigo y donde se mezclan ritmos urbanos como el trap y el reguetón.



Pero el conductor del programa de Movistar Plus+ no dejó pasar la ocasión de comentar con su invitada el famoso tema de Shakira con Bizarrap aprovechando que Ptazeta también había grabado un tema con el productor argentino.

"Sé que a los hijos de Shakira les gusta mucho mi sesión con Bizarrap. La información me ha llegado a través de unas amigas compositoras", explicó la canaria. "Shakira ¡ole tus huevos y todo lo que puedas exprimir, hazlo!", añadió.



Ptazeta, en 'La Resistencia'.MOVISTAR PLUS+

Aunque aclaró que no le gustaban los chismes, la cantante dio su opinión sobre la canción de la colombiana: "Me parece una tiradera -dicho o hecho con el que se procura poner en ridículo a alguien o algo- buena".

"Shakira ha ido donde duele y, en mi opinión, de las mujeres que hemos ido a grabar con Bizarrap, ella es la que ha dejado más claro lo que es una mujer empoderada y segura de sí misma. Ha sido increíble", concluyó.



LA CONFESIÓN DE PTAZETA SOBRE LOS HIJOS DE SHAKIRA EN `LA RESISTENCIA'

Para muchos, es un secreto a voces



Ptazeta sobre el escenario / Patricia J. Garcinuno (Getty Images)

Laura Coca 23/02/2023

Ptazeta se ha convertido en una de las artistas que más suenan últimamente en las discotecas de la mano de su Tiki Tiki junto a Lola Índigo. Y es que las redes se han inundado de vídeos de usuarios de todas partes del mundo que se unen a la hipnotizante y pegadiza coreografía.

Precisamente de este tema ha hablado este miércoles 22 de febrero en La Resistencia, el programa presentado por David Broncano en Movistar+. Pero como ya es de costumbre, sus nuevos lanzamientos nunca son los únicos temas de conversación.

La canaria ha querido hacer una confesión acerca de su session con Bizarrap. "Yo sé que a los hijos de Shakira les gusta mucho mi session con Bizarrap", declara la artista. "¿Cómo te ha llegado la información?", le pregunta el presentador. Según las palabras de Ptazeta, fue a través de sus amigas compositoras.

Pero eso no es todo. Aprovechando la ocasión, la artista ha querido profundizar en el tema de la session de la de Barranquilla con el productor argentino, que tanto ha dado de qué hablar a nivel internacional por sus indirectas al que fue su pareja Gerard Piqué. Ptazeta lo tiene claro: "Shakira, te amo. Ole tus huevos, mi ciela. Tú a tope y todo lo que puedas exprimir, exprima", comienza declarando sobre el sofá del plató. "Paso del chisme, me da igual. Pero mi opinión sobre la session es que me parece como tiraera buena, o sea que es tirar, ir a donde

duele. Ahí fue. Y bajo mi opinión, de las mujeres que hemos ido yo pienso que ha dejado muy claro lo que es una mujer empoderada y segura de sí misma. Increíble", continúa.



El éxito de Tiki Tiki

Como mencionamos en líneas anteriores, el tema más reciente de Ptazeta está teniendo una gran acogida en las plataformas digitales y en las redes sociales. Y es que esta unión musical con Lola Índigo era una de las más esperadas por sus fans. De ella nos habló en LOS40 Urban hace unos días, y solo pudo tener bonitas palabras hacia la que es ahora su compañera de éxito.

Y tú, ¿ya te has aprendido la coreografía de Tiki Tiki? ¿Cuántas veces la has escuchado en los últimos días? Nosotros no podemos dejar de hacerlo.
©copyright los40.com

TELEVISIÓN

'La Resistencia': Ptazeta confiesa qué opina de la sesión de Bizarrap y Shakira



La Resistencia.

LAURA HERNÁNDEZ 23/02/2023

El pasado miércoles 22 de febrero pudimos disfrutar de una nueva entrega de La Resistencia en Movistar Plus+. De esta manera, tuvimos la oportunidad de ver a Ptazeta, que no dudó en acudir al programa para presentar Tiki Tiki, su nueva canción con Lola Índigo. Un proyecto en el que mezclan a la perfección la más pura esencia de ambas artistas.

Además de contar muchos detalles de esta esperadísima colaboración, David Broncano quiso aprovechar la ocasión para hablar con Ptazeta de otro asunto. Estamos hablando, cómo no, de la ya histórica sesión de Shakira con Bizarrap. Recordemos que la canaria fue protagonista de la BZRP Music Sessions #45.

Fue entonces cuando Ptazeta quiso dar a conocer lo siguiente: "Sé que a los hijos de Shakira les gusta mucho mi sesión con Bizarrap". Por si fuera poco, quiso ir mucho más allá: "La información me ha llegado a través de unas amigas compositoras". La artista no tardó en dar su opinión sobre la BZRP Music Sessions #53.



"Shakira, ¡ole tus huevos! Y todo lo que puedas exprimir, ¡hazlo!", exclamó, dirigiéndose directamente a la cantante de Barranquilla. Bien es cierto que la invitada de La Resistencia quiso recalcar que no era muy partidaria de los chismes, pero le fascinó la sesión de Shakira con Bizarrap: "Me parece una tiradera muy buena".

Por si fuera poco, quiso explicar el motivo por el que piensa eso: "Shakira ha ido donde duele y, en mi opinión, de las mujeres que hemos ido a grabar con Bizarrap, ella es la que ha dejado más claro lo que es una mujer empoderada y segura de sí misma". La canaria sentenció de la siguiente manera: "Ha sido increíble". ¡Y tanto que lo ha sido!



PROGRAMACIÓN

“La explosión de las cómicas” estreno el 7 de marzo en Movistar Plus+

23 de febrero de 2023



El boom de la comedia tiene nombre de mujer. En marzo se estrena en Movistar Plus+ el programa "La explosión de las cómicas", un fenómeno imparable digno del análisis de sus propias protagonistas.

Más de una veintena de cómicas, las caras más representativas de la actual comedia en femenino, protagonizan “La explosión de las cómicas”, producción original Movistar Plus+ de dos entregas que tiene como objetivo reflejar la situación actual y la evolución de la comedia hecha por mujeres a lo largo de las últimas dos décadas.

Las mujeres han protagonizado un verdadero asalto a las bases de la comedia en todas sus manifestaciones: stand-up, podcast, YouTube, Tik Tok, Instagram, late nights, teatros, pabellones, televisión…

Pero no se trata solamente de un retrato del momento actual, sino que el programa echa la vista atrás a grandes pioneras como Mary Santpere, Lina Morgan, Gracita Morales, Rosa María Sardá… Grandes cómicas del S. XX que han sido los referentes patrios de las cómicas actuales.

Se entrevista a las caras más representativas de la comedia actual pero también se mira a los inicios del stand up en España con El Club de la Comedia y la apuesta por los monólogos de Paramount Comedy, y en ese entorno es clave la figura de Eva Hache, que aporta interesantes reflexiones sobre este oficio, tan relativamente nuevo para ellas.

También lo hacen Ana Morgade, Anabel Alonso, Llum Barrera, Marta González de Vega o Paz Padilla, cómicas que ya tienen varias décadas de trayectoria, en contraste con otro grupo de ellas nacidas directamente de internet, como es el caso de Martita de Graná, Lalachus, Victoria Martín o Esty Quesada.

En medio, generacionalmente, estarían un buen puñado de mujeres que se han forjado "en la carretera", yendo a actuar a plazas y a clubs de mil lugares, y que también hacen humor en radio y en televisión. Patricia Espejo, Valeria Ros, Asaari Bibang, Virginia Riezu, Esther Gimeno, Elsa Ruiz, Pilar de Francisco, Paula Púa y Eva Soriano que además estrena programa propio en Movistar+ Plus, Showriano.

El boom de los podcasts también ha servido de plataforma a unas cuantas comunicadoras que han incluido el humor en sus contenidos como son Inés Hernand, Henar Álvarez, Nerea Pérez de las Heras, Isa Calderón y Lucía Lijmaer.

Cómicas de ayer y de hoy. De las pioneras a las emergentes

El primer programa se estrena el martes 7 de marzo y arranca reflexionando sobre la idea, aparentemente superada, de que las mujeres son menos graciosas que los hombres, deteniéndose en las diversas realidades que cada una transmite en su comedia, pasando por la sororidad que se masca entre ellas, qué implica la exposición que supone estar en el mainstream, cómo les ha afectado a algunas a nivel psicológico la fama repentina y hasta qué punto la terapia les sirve de caldo de cultivo para sus contenidos cómicos.

El segundo programa (estreno: martes 14) se centra en los grandes referentes del cine español. La mirada hacia el pasado sirve para cuestionar las dificultades, no ya solo de llegar a hacerse un hueco en esta profesión, sino de mantenerse en ella. Se habla de la variedad de estilos cómicos, que va en función de las personalidades de cada una de ellas; de la diferencia de abordar el humor de creación propia y los personajes de comedia en ficción; de los temas que trataban las mujeres en la comedia a principios del S.XX, en contraste con la actualidad; del haterismoen las redes contra ellas; de cómo está fiscalizado su físico… Aunque en este sentido reconocen que está habiendo cambios, y hasta Esty Quesada se alegra de que a los freaks, entre los que se incluye, se les haya abierto la puerta de la tele.