

**MIÉRCOLES, 29 DE MARZO DE 2023****TOROS**

Segundo advenimiento de Mundotoro TV: nuevos precios, "acuerdos avanzados con Vodafone y Orange" y puesta en marcha contra el reloj (El Mundo)

Mundotoro TV rebaja su precio a 15 euros mensuales y asegura que su objetivo es universalizar la fiesta en la era digital (EL PAÍS, ABC)

Mundotoro TV toma el relevo de las retransmisiones taurinas (Diario de Sevilla)

OneToro anuncia que su canal será lineal, las 24 horas del día y durante los 365 días del año. Abre suscripciones y modifica su precio: así se puede comprar ya el paquete (Cultoro)

La «apuesta cinematográfica» que anuncia OneToro con la famosa Sony F55 (Cultoro)

Nace Mundotoro TV, la plataforma que acerca los toros al mundo (Burladero, EFE)

ORIGINALES / FICCIÓN**EL HIJO ZURDO**

"El hijo zurdo", la miniserie original Movistar Plus+, competirá en Canneseries (VARIOS)

RAPA

Entrevistas con Mónica López y Javier Cámara en El Diario Vasco y Noticias de Gipuzkoa

DEPORTE Y TV

Entrevista con Shay Segev, CEO de DAZN (2PlayBook)

AUDIOVISUAL ESPAÑA / TV DE PAGO

María Valenzuela, entre los ponentes del NEM Dubrovnik 2023 (Cine & Tele)

Entrevista con Nieves Sánchez, responsable de programación y adquisición de contenido de Warner TV (Kinótico)

La segunda vida de las series que no triunfaron en televisión (El Mundo)

¿Qué profesiones del sector del Marketing y la Publicidad se verán más afectadas por la inteligencia artificial? (Puro Márketing)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

Lo que depara el futuro cercano para los medios y la tecnología (Variety)

Disney y los principales estudios obtienen 30 millones de dólares de las webs ilegales de *streaming* en plena represión de la piratería (The Hollywood Reporter)

Los despidos de Disney comienzan esta semana: 7.000 trabajadores perderán su puesto (The Hollywood Reporter)

Disney elimina su división Metaverse como parte del plan de despidos de la compañía (The Wall Street Journal)

Cannes 2023: Thierry Fremaux habla sobre la relación del festival con Hollywood, Scorsese, Netflix, los Oscar y TikTok (Variety)

Foro Séries Mania: cuestiones críticas y tendencias clave en el panorama de las series europeas (Cineuropa)

Netflix saca la artillería pesada en el Séries Mania Forum (Cineuropa)

La Generación Z y los millenials no han abandonado (todavía) por completo la TV lineal (Morning Consult)

La segunda temporada de 'Yellowjackets' se convierte en el estreno más visto en *streaming* de la historia de Showtime (Variety)

Advergaming y Publicidad en los videojuegos: La revolución que llegó para quedarse (Puro Marketing)

MOVISTAR PLUS+

'The Chosen (Los elegidos)' llegará el 6 y 7 de abril a Movistar Plus+ (VARIOS)

Dónde ver 'Yellowjackets', la serie de intriga protagonizada por Christina Ricci (Cinemanía)

Descubre los estrenos de cine en abril en Movistar Plus+ (Neeo)

"The Batman" destaca entre las películas que Movistar estrena en abril de 2023 (Adslzone)

Cine en Movistar+: *Viaje al paraíso*, *La maternal* y la precuela de *Los Soprano* (El Imparcial)

¡Calendario Estrenos Películas Cine Sagas Movistar Plus ABRIL 2023! (Cultura en Cadena)

Movistar Plus+ anuncia sus películas de estreno de abril: *The Batman*, *¡Nop!* (Hobby Consolas)

La primera parte de la T7 de 'Outlander' llega el 17 de junio a Movistar Plus+ (VARIOS)

'El quinto día', un terror oceánico que asusta por su trama realista (Grupo NOTICIAS)

'Montecristo' se estrena el 21 de abril en Movistar Plus+ (Cine & Tele, OK Diario)

ORIGINALES / ENTRETENIMIENTO

#VAMOS

'El día menos pensado': No habíamos venido a esto; queríamos más vísceras, no finales felices (Sergio S. Viñas en El Periódico de España)

4ª temporada de "El día menos pensado": los mejores momentos (Ciclismo a fondo, Triatlón)

"El día menos pensado": todos los detalles de la temporada 4 (Relevo)

Los secretos de 'El día menos pensado': "Le han hecho un exorcismo..." (AS)

LA RESISTENCIA

Grisón se moja: de cómo llegó a 'La Resistencia' a si dejaría a Broncano por su propio programa (El Confidencial)

Grisón ('La Resistencia'): "Me gusta toda la música, pero sobre todo la que no te hace tonto" (Esquire)

Jorge Ponce, Pepe Viyuela y José Mota en "La Resistencia" (VARIOS)



COMUNICACIÓN

Segundo advenimiento de Mundotoro TV: nuevos precios, "acuerdos avanzados con Vodafone y Orange" y puesta en marcha contra el reloj

GONZALO I. BIENVENIDA Martes, 28 marzo 2023 - 18:16

En cuanto a la apuesta del contenido de la temporada, que arrancará el Domingo de Resurrección, se remarcó lo ya anunciado: Madrid, Sevilla y Valencia en julio



El segundo advenimiento de Mundotoro TV vino a rectificar, en una nueva rueda de prensa, los precios anunciados en la primera. El mes (natural) costará 14,99 euros, el abono anual costará 149,99 euros y si se quiere contratar un festejo concreto el precio será 9,99 euros.

La conferencia de prensa despejó algunas incógnitas, se afianzó en las mismas grandes ferias anunciadas con Sevilla y Madrid como ganchos y dejó las mismas incógnitas para el resto de la temporada, que arrancará a contrarreloj el Domingo de Resurrección, 9 de abril.

Con respecto a la distribución del canal, que tanto preocupa al sector, se comunicó que la aplicación de Mundotoro TV se podrá descargar en televisiones a través de Android TV, Roku TV, Samsung Smart TV, Apple TV, LG Smart TV, Fire TV y Chromecast. Para

móvil en Google Play y en Apple Store. Sobre los rumores de acuerdo con plataformas televisivas adelantaron que hay 'acuerdos avanzados' con Orange, Vodafone y Tivify. Pablo Romero, antiguo directivo de Canal + y Movistar, ahora director de Distribución de Mundotoro TV, explicó que "hay voluntad de llegar a un acuerdo definitivo, estamos autorizados a decir que estamos en avanzados procesos de acuerdos. No está en nuestras manos que el Domingo de Resurrección se emita porque ya depende de la adaptación técnica y comercial".

En cuanto a la apuesta del contenido se remarcó lo ya anunciado: Madrid, Sevilla y Valencia en julio, además de otras ferias no habituales de televisión de Francia, Portugal y los diferentes países taurinos de Latinoamérica. No se concretó mayor oferta -de ferias de la transcendencia de Pamplona o Bilbao no se supo nada- aunque comunicaron que se sigue trabajando al respecto.

Víctor Santamaría, director de realización del operador, explicó la experiencia de las pruebas del pasado domingo desde Las Ventas tras reproducir un espectacular 'macking off'. "Venimos de más de 30 años de experiencia, vamos a aprovechar ese poso para evolucionarlo hacia delante. No podemos renegar de nuestra herencia. Vamos a contar con 17 cámaras para las grandes ferias. Queremos dar calidad cinematográfica a ciertos momentos de la lidia. Vamos a intentar integrar esta tecnología dentro de la retransmisión", explicó con entusiasmo el genio de la televisión.

El acto estuvo conducido por David Casas que será el director de Narraciones. Remarcó el objetivo del proyecto: "Cuidar al aficionado de siempre, abrir la puerta a nuevos usuarios. Viene a seguir la función del nexo que supone un medio como este entre la afición y la fiesta".

Por su parte, María Bonilla -responsable de Márketing y Comunicación- explicó que desde que se abrieron las inscripciones -sin vinculación de pago- se han registrado 3.500 usuarios, de los cuales el 80% son españoles. Otro dato que arrojó ese estudio fue que el 30% de los interesados son entre 20 y 40 años, otro 30% tienen más de 60 años y 40% restante de 40 a 60 años.

El director de contenidos es Alipio Pérez-Tabernero que aseguró que además de director (más de cien festejos al año) habrá programas de actualidad, entrevistas y reportajes de campo, aunque no se especificó más al estar todavía en proceso de definición. Lo que es seguro es que el Domingo de Resurrección el 9 de abril desde la Maestranza será el pistoletazo de salida con la corrida de Núñez del Cuvillo para Morante de la Puebla, El Juli y Roca Rey.

Este martes ya se ha abierto la plataforma de inscripción y hasta ese día inaugural habrá pruebas emisión de manera periódica.

Cultura

Mundotoro TV rebaja sus precios y asegura que su objetivo es universalizar la fiesta en la era digital

Los promotores insisten en que retransmitirán 100 festejos al año, pero no anuncian acuerdos con nuevas ferias



Una cámara de Mundotoro TV, el pasado domingo en la plaza de Las Ventas.

ANTONIO LORCA Madrid - 28 MAR 2023

Mundotoro TV —la marca comercial de OneToro, la empresa estadounidense que ha comprado los derechos televisivos de las ferias de Abril, San Isidro y la de julio de Valencia— ha decidido rebajar los precios de las suscripciones, asegura que pondrá al servicio del proyecto los últimos adelantos técnicos en materia de retransmisión, y que su objetivo fundamental es “universalizar la tauromaquia en la era digital”, en palabras de David Casas, director editorial de la empresa.

Así se ha puesto de manifiesto en una rueda de prensa celebrada hoy en Madrid al objeto de explicar contenidos, acuerdos de accesos y precios.

Se mantiene la fecha del 9 de abril, Domingo de Resurrección, como el inicio oficial de las retransmisiones con la corrida que inaugura la temporada en Sevilla (las cámaras ya estuvieron el pasado domingo en la novillada de Las Ventas para un primer ensayo general); y el compromiso de Mundotoro TV es estar presente en 100 festejos de los que celebran en España y en el resto de los países con tradición taurina. Los espectáculos en la plaza se completarán con programas de actualidad y reportajes de campo durante las 24 horas del día. De todos modos, la empresa aún no ha alcanzado acuerdos con otras ferias nacionales y extranjeras además de las ya conocidas.

Las imágenes se podrán ver en la dirección <https://mundotoro.tv/> y los promotores afirman que están muy avanzados acuerdos de integración con las plataformas Vodafone, Orange y Tivify, y mantienen abiertas las negociaciones con Movistar.

Los precios inicialmente previstos (9,99 euros por una corrida, 39,99 euros al mes y 169,99 euros al año) se han rebajado para España hasta los 149,99 euros al año, 14,99 al mes (los treinta días siguientes al momento de la suscripción), y se mantiene el mismo precio para la contratación de un único festejo. Estas cantidades serán inferiores para los países americanos de habla hispana.

David Casas incidió que está en marcha una inminente campaña de publicidad, que está abierto ya el plazo de suscripciones, y que el objetivo fundamental de la nueva empresa es “abrir las puertas de la fiesta de los toros a la era digital”. “Queremos crear aficionados en todo el mundo”, añadió, “y utilizaremos todos los dispositivos que ponen a nuestra disposición las nuevas tecnologías y las redes sociales”.

Para ello, ofrecerán festejos que se celebren en España, Francia, Portugal, México, Colombia, Venezuela, Perú y Ecuador, y tendrán en cuenta los festejos populares, de gran tradición en distintas comunidades españolas.

Víctor Santamaría, responsable técnico del proyecto, señaló, por su parte, que pretenden aprovechar el peso de la tradición de Canal Plus y Movistar (“No podemos renegar de nuestra herencia”, afirmó), y poner al servicio de la nueva empresa todos los adelantos técnicos posibles: 17 cámaras para los festejos de las grandes ferias, con dos superlentas y otras de alta velocidad, “de modo que se pueda alcanzar una calidad cinematográfica en distintos momentos de la lidia”, añadió.

MundotoroTV rebaja su precio a 15 euros mensuales

La nueva plataforma de retransmisiones taurinas dice que hay «avanzados acuerdos de integración con las plataformas líderes en cada mercado (España y Portugal), Vodafone, Orange y Tivify»

ROSARIO PÉREZ Madrid 28/03/2023



Doce días y 294 horas separan la fecha de la segunda rueda de prensa de OneToro / MundotoroTV en Madrid y su estreno televisivo el Domingo de Resurrección (9 de abril) en Sevilla. Diecisiete mil minutos para poner a punto su primera retransmisión oficial después de la prueba piloto del pasado domingo en Las Ventas. 'MundotoroTV, más cerca que nunca', es el eslogan. Y se presenta como «una APP que se descarga en TV conectada y dispositivos digitales». Además de en el móvil, se podrá ver a través de androidtv, TVPlus o Roku, entre otros.

Aunque de momento no hay acuerdo en firme con operadoras de televisión de pago, aseguraron por escrito que hay «avanzados acuerdos de integración con las plataformas líderes en cada mercado (España y Portugal), Vodafone, Orange y Tivify». David Casas explicó que también están en conversaciones con Movistar, pero que no hay nada. «Ni confirmo ni desmiento».

La principal novedad fue la modificación de precios (antes de salir), que ya no serán los anunciados en la rueda de prensa del 1 de febrero. De los casi 40 euros del plan original a 14,99 euros mensuales, cuyo mes comenzará a contar desde que se realice el pago, «30 días naturales». El precio anual será de 149,99 euros y la opción de elegir una sola corrida costará 9,99.

«Es una ilusión lanzar un servicio de televisión. La misión es la misma que la de los otros canales, ser nexo de unión entre los aficionados y las Fiesta. Seguiremos el legado de excelencia, pero con los dos pies en la era digital. Tendremos contenidos de todo el mundo, incluidas todas las tauromaquias, como el festejo popular», dijo David Casas. Y aseguró que en los cien festejos que retransmitirán estarán presentes también en Portugal, Francia, México -citó Aguascalientes- y Colombia -con Manizales y Cali-. «Nuestro objetivo es crear una comunidad global 24/7. Aquí cabemos todos. Nacemos para sumar», señaló en la sala Valle-Inclán del Círculo de Bellas Artes

Casas será el jefe de narraciones de un equipo de comentaristas que aún no está cerrado. Nombres que se bajaran son los de Domingo Delgado de la Cámara, presente en la prueba piloto venteña, además de otros colaboradores como Víctor Soria (en el callejón) o Marta Manzano (patio de arrastre). También se barajan nombres como Fernando Fernández Román y Emilio Trigo. Su propósito es contar también con ganaderos y toreros -entre otros, se ha hablado con Luis Francisco Esplá-. «La idea es que haya rotaciones en las colaboraciones», comentaron.

Última tecnología

Tras visionar imágenes de la prueba piloto del domingo en Madrid, Víctor Santamaría comentó que iban a aprovechar el poso y los 30 años de experiencia. «Habrá superlentas, minicámaras, dos minicámaras robotizadas; drones según el vuelo y los tejados usando zoom; habrá grúas, una de 40 metros en el exterior. Y daremos calidad cinematográfica, con la Sony F55. Usaremos cámaras de ultravelocidad... No podemos renegar de nuestra herencia, venimos de dónde venimos, de Canal Plus y Movistar Plus, y pondremos a disposición de los toros todas las cámaras que hay en el mercado. Y lo esencial, el equipo humano que maneja con arte toda esta tecnología», explicó.

María Bonilla, responsable de Marketing del proyecto en España -la plataforma es norteamericana-, hizo un análisis de los clientes interesados que se han suscrito. Así, el 79,8% son potenciales abonados de España; el 38 de México, el 21 de Portugal. En cuanto a la franja de edad, dominan los comprendidos entre 40 y 60 años, aunque con mucha presencia de gente joven según su estudio.

Alipio Pérez-Tabernero, encargado de la programación, habló de los contenidos: más de cien festejos y otros contenidos, como entrevistas e informativos. Desde hoy estarán en pruebas hasta el día 9.



Mundotoro TV toma el relevo de las retransmisiones taurinas

● El servicio está en periodo de pruebas y la primera cita oficial será la corrida del Domingo de Resurrección en la Maestranza

Efe MADRID

La nueva plataforma de vídeo bajo demanda Mundotoro TV sucederá a Movistar +, poseedora hasta el pasado 23 de marzo del Canal Toros, en la emisión de corridas de toros en directo desde España, Francia, Portugal y América Latina, así como otros contenidos relacionados con la tauromaquia, entrevistas y reportajes.

Disponibles en la web *mundotoro.tv* y en una aplicación para móviles y televisores inteligentes, el servicio se encuentra en emisión de prueba desde ayer hasta el 9 de abril, día de su estreno en directo con la transmisión de la corrida del Domingo de Resurrección desde la Real Maestranza de Sevilla, donde Morante de la Puebla, Julián López *El Juli* y Andrés Roca Rey lidiarán toros de la ganadería de Núñez del Cuvillo.

“No podemos renegar de nuestra herencia: venimos de donde venimos, vamos a intentar desarrollar toda la base que tenemos de 30 años de trabajo, de Canal + y de Movistar +”, explicó en la rueda de prensa celebrada ayer el realizador

Víctor Santamaría.

Con más de cien retransmisiones en directo ya aseguradas desde España, Francia, Portugal, México, Colombia, Venezuela y Perú, Mundotoro ha conseguido acuerdos con Orange, Vodafone y Tivify para ofrecerse como servicio integrado dentro de sus paquetes de suscripción y esperan poder ampliar sus fronteras a la mayor prontitud, ya que se encuentran inmersos en negociaciones con servicios de transmisión en directo en todo el mundo.

Aunque, según su director editorial, David Casas, este servicio “no cambia respecto a lo que ha habido anteriormente”, el propósito de la nueva plataforma es “cuidar al aficionado de siempre, pero también abrir las puertas a las nuevas audiencias que se corresponden con la era digital”.

Para ello, Mundotoro contará con una suscripción mensual en España de 14,99 euros o anual de 149,99, así como la opción de contratar eventos sueltos por 9,99 euros. En América Latina los precios serán más baratos: la mensualidad bajará a 9,99 euros, la cuota anual será



JOSÉ ÁNGEL GARCÍA

Morante y la Maestranza serán dos de los reclamos del estreno de Mundotoro TV.

La suscripción mensual costará en España 14,99 euros y la anual, 149,99

de 99,99, y el evento suelto alcanzará los 5,99 euros.

A pesar de mantenerse en la tradición taurina televisiva, este nuevo servicio procurará dar a la lidia una dimensión más ci-

nematográfica al disponer de diecisiete cámaras para las grandes ferias de Madrid, Sevilla y Valencia, cámaras superlentas o un dron que permitirá captar detalles de la fiesta que han sido inapreciables hasta la fecha.

Además, el servicio contará con un contenido semanal compuesto por entrevistas y reportajes accesibles en cualquier momento y un canal veinticuatro horas en el que los contenidos mencionados se alternarán con los directos desde la plaza.



TELEVISIÓN

OneToro anuncia que su canal será lineal, las 24 horas del día y durante los 365 días del año

Marco Antonio Hierro martes 28 marzo, 2023

En una rueda de prensa que se ha llevado a cabo este martes en Madrid, OneToro ha despejado más dudas sobre su puesta en marcha.



Las nuevas caras visibles de las retransmisiones de OneToro. © M. A. H.

Este martes, 28 de marzo, ha tenido lugar en El Círculo de Bellas Artes de Madrid una rueda de prensa del equipo de OneToro para dar a conocer los últimos pasos de cara al comienzo de las emisiones el próximo Domingo de Resurrección en Sevilla. Para ello, el periodista David Casas -que dirigirá estas retransmisiones- fue avanzando de una forma pormenorizada todos los cabos sueltos que podían quedar desde la última rueda de prensa celebrada hace unas semanas.

OneToro se podrá ver, por el momento, a través de una App disponible en todos los sistemas; en ella, el aficionado también tendrá a su disposición un canal lineal, las 24 horas del día y durante los 365 días del año y en el que se podrán ver todos y cada uno de los festejos de esta temporada. «Desde hoy y hasta el día 9 habrá emisiones en prueba», comentó el propio Casas en la mañana de hoy. Además, señaló que están «muy avanzadas» las negociaciones con otras plataformas audiovisuales como Orange o Vodafone.

En cuanto al número de festejos, la intención es alcanzar las cien retransmisiones, que se añaden a las ya anunciadas de Madrid, La Maestranza de Sevilla y Valencia. Tres cosos de primera categoría donde están anunciados los toreros del momento y las ganaderías más importantes, no descartando dicha plataforma cruzar el charco cuando se ponga fin a la temporada en este lado del charco.

Según confirmó el propio Casas en la rueda de prensa de este medio día, «la suscripción al contratar OneToro permitirá el acceso total al contenido que ofrezca la plataforma, pudiéndose ver todos los festejos en directo y en diferido hasta un máximo de siete días desde la retransmisión».

Un acto que contó con una gran presencia de miembros de la prensa escrita, así como de la gráfica, que no dudaron en acudir a la llamada de OneToro para asistir a una rueda de prensa donde se debían de resolver las dudas de los allí presentes sobre un proyecto muy ambicioso que plantea dar una vuelta de tuerca a la forma de retransmitir festejos taurinos. La calidad de imagen y la innovación son la seña de identidad que esta nueva plataforma.

TELEVISIÓN

OneToro abre suscripciones y modifica su precio: así se puede comprar ya el paquete

Javier Fernández-Caballero martes 28 marzo, 2023

El nuevo canal de retransmisión de corridas de toros y novilladas vía streaming ha modificado sensiblemente a la baja el precio de suscripción respecto al anunciado inicialmente.



Una cámara de OneToro el pasado domingo en Las Ventas. © Luis Sánchez Olmedo

OneToro, la nueva plataforma de retransmisión de festejos taurinos vía *streaming*, ya ha abierto en su web el periodo de suscripciones al canal, cuyo precio ha variado sensiblemente a la baja respecto al inicial anunciado.

En la rueda de prensa de inicios del mes de marzo, se señaló que el canal tendría un precio de 9,99 euros por una corrida, 39,99 euros al mes y 169,99 euros al año (o 12 pagos de 17,99 euros), pero finalmente OneToro costará 14,99 euros al mes, mientras que la tarifa anual será haciendo un único pago de 149,99 euros. No se ha dado, por el momento, el precio de lo que costará cada corrida de toros o novillada suelta. El paquete se puede adquirir a través de su página web.

El equipo de retransmisiones de OneToro

Recordamos, tal y como publicamos este 27 de marzo en nuestra web, que el periodista David Casas será el profesional que dirigirá las narraciones de corridas de toros y novilladas, y contará en el callejón con dos jóvenes periodistas: Víctor Soria y Marta Manzano, que recogerán las declaraciones de los protagonistas de cada tarde.

Por su parte, un grande de las realizaciones audiovisuales en nuestro país -en todos los ámbitos, no solamente el taurino- como es Víctor Santamaría también será pilar del nuevo canal, que este mismo martes ha convocado una rueda de prensa en Madrid para ofrecer más detalles de su puesta en marcha.

Las próximas fechas del nuevo canal

Por otro lado, el nuevo canal tiene una fecha en el horizonte: la del Domingo de Resurrección en la Real Maestranza de Caballería de Sevilla, tarde en la que harán el paseíllo José Antonio "Morante de la Puebla", Julián López "El Juli" y Andrés Roca Rey, que lidiarán un encierro con el hierro de Núñez del Cuvillo. Tras esta cita, tocarán otras como la propia Feria de Abril al completo o la Feria de San Isidro desde la plaza de toros de Las Ventas.

TELEVISIÓN

La «apuesta cinematográfica» que anuncia OneToro durante las corridas con la famosa Sony F55

Pablo López Rioboo martes 28 marzo, 2023

El realizador Víctor Santamaría explicó este martes en una rueda de prensa las distintas cámaras que se usarán en los festejos taurinos que emita OneToro.



Víctor Santamaría durante la rueda de prensa. © M. A. H.

Este martes, 28 de marzo, se ha llevado a cabo en el Círculo de Bellas Artes de Madrid – Casa Europa, un nuevo acto por parte de los miembros de la plataforma OneToro y los compañeros de la prensa. Éste tenía como objetivo dar nuevos detalles acerca del funcionamiento de la plataforma.

El acto contó con la presencia de las cabezas visibles de un proyecto que ya ha empezado a ver la luz, sin ir más lejos, el pasado domingo se llevó a cabo una emisión –a modo de prueba– en la primera novillada celebrada en la Monumental plaza de toros de Las Ventas.

En dicho acto tomó la palabra el realizador Víctor Santamaría para comentar varios aspectos relacionados con el tipo de cámaras que se usarán en los festejos taurinos y las innovaciones que se quieren conseguir con ellas. «Utilizaremos unas 17 cámaras para las grandes ferias para captar desde todos los ángulos posibles, como es una corrida de toros. La innovación también debe llegar al mundo de los toros, era necesario dar un paso más», señalaba.

«Vamos a hacer una apuesta cinematográfica para diferentes momentos de la lidia, con la famosa Sony F55 y las cámaras de alta velocidad. Es un ejemplo para mostrar la calidad que queremos ofrecer», comentó Santamaría a todos los presentes, un realizador que ha sido el principal impulsor de las nuevas tecnologías tanto en los festejos taurinos como deportivos, apostando siempre por la innovación en éstos.

La introducción de la famosa Sony F55 en el mundo del toro

La introducción de la famosa Sony F55 en el mundo del toro es un paso adelante. La innovación es fundamental para no quedarse estancado ni anquilosado en el pasado. Una cámara realmente versátil y para todos los entornos, con ella se puede grabar el road en una gama completamente lineal aprovechando toda la actitud del buen sensor que tiene la cámara F55, permitiendo esta grabar en 4K sin ningún tipo de problema.

Está hecha para que la opere una sola persona —que es el camarógrafo—, una cámara muy funcional y cómoda de usar quedando los botones a la altura de la cabeza. Un aspecto importante es que no se tiene que sacar la cámara del hombro para poder grabar, algo que sí te obligan otras cámaras. Otro de los aspectos a destacar es que te permite trabajar tanto en un modo de vídeo convencional como en cine.

Nace Mundotoro TV, la plataforma que acerca los toros al mundo

Abierta ya la suscripción a 14,99€ al mes, y opción anual 149,99€. Inicio de emisión el 9 de Abril con la retransmisión de Domingo de Resurrección, desde la Maestranza de Sevilla.



Por **Redacción** martes, 28 de marzo de 2023 · 12:11

MUNDOTORO TV se presenta como la plataforma de televisión que llevará la tauromaquia al mundo digital. En un acto presentado por David Casas, director editorial, se han desvelado las diferentes claves del proyecto que toma la alternativa de las retransmisiones taurinas, recogiendo el legado de antecesores que dejaron muy alto el listón, como señaló el propio David en el evento: “Tenemos la responsabilidad de servir de nexo entre la fiesta y la afición y vamos a poner nuestros mejores recursos a disposición del respetable”.

Victor Santamaría, responsable de realización y veterano en estas lides, recalcó la apuesta por la innovación en las retransmisiones y presentó entre otras mejoras para esta temporada la utilización del dron, la cámara de efecto cinematográfico y una cuidada atención al sonido “que rasga las emisiones”, a la vez que anticipaba el interés en recoger toda la emoción y tensión que tiene el toreo, así como la fuerza dramática de lo que supone la lidia.

La plataforma también anunció su oferta comercial marcando el precio de 14,99€ al mes para el mercado español, con la posibilidad de un pago único anual de 149,99€. “El alcance de las aplicaciones es universal”, como señaló la responsable de marketing y comunicación, “ya que hoy en día todas las televisiones están conectadas a internet y todo el mundo tiene un móvil”.

La plataforma nace integrada en Samsung, LG, tvOS (apple TV), Amazon Fire, Chromecast, y para el mercado americano en ROKU. Igualmente disponible en móviles, tanto Android como Apple. También se ha anunciado la disposición a llegar a acuerdos con todos los operadores de TV que quieran distribuir el servicio, confirmando avanzadas conversaciones con Vodafone, Orange y TIVIFY. Se apuntan acuerdos inminentes en Portugal, así como contactos con Francia, México y Estados Unidos. “Mundotoro TV tendrá una huella mundial y nuestro compromiso es llevar la fiesta de la tauromaquia a todo el mundo”, señaló Bonilla.

Finalmente, Alipio Pérez-Tabernero, responsable de programación, presentó detalles de la aplicación y la disponibilidad del servicio en un canal lineal para mayor facilidad de acceso a todo el universo de aficionados taurinos. Destaca el compromiso de ofrecer más de 100 corridas al año desde las mejores plazas de todo el mundo, no sólo desde España, sino también Francia, México, Portugal... lo que supone más de cinco corridas al mes, como mejor garantía de servicio y calidad de MUNDOTORO TV. Un servicio de Video a la Demanda con contenidos de la actualidad taurina, completa la propuesta.

El inicio de la emisión será el 9 de Abril, “el mejor día para tomar la alternativa”, señala Pérez-Tabernero, “porque vamos a comenzar nuestra programación desde la Maestranza de Sevilla, con el mejor cartel que nunca hubiéramos imaginado: Toros de Nuñez del Cuvillo para Morante de la Puebla, Julián López “el Juli” y Roca Rey”. Hasta entonces, emisión en pruebas y mucho trabajo de conexiones y acuerdos para tener todo a tiempo en el gran día.

David Casas señaló al cierre de la sesión: “esperamos contribuir a hacer grande la Fiesta en un proyecto inclusivo que no sólo recoja el buen hacer de antecesores, sino que llegue a todos los públicos, a los de siempre y a las nuevas generaciones”.

MUNDOTORO TV está ya disponible en mundotoro.tv y apps para suscribirse.

“Ahora contratar MundotoroTV es más sencillo y asequible para los aficionados”



ACTUALIDAD Por Mika Zarcas *martes, 28 de marzo de 2023 · 12:11*

Con casi media hora de retraso de la prevista, comienza, la esperada, rueda de prensa de MundotoroTV.

Por si alguien dudaba o aún no lo tenía claro, el primer punto a tratar por David Casas, ha sido la nueva cuantía para adquirir los servicios del teleoperador. Noticia que ya era **vox populi** pero ahora confirmada por el jefe de narraciones de MundotoroTV. Los nuevos precios de la plataforma se reducen, cómo anunciábamos ayer mismo, a dos modalidades: mensual y anual quedando reflejados de la siguiente manera:

- Plan anual: 149´99€
- Plan Mensual: 14´99€/ mes.
- Plan diario: 9´99€

Unos precios que pretenden dar “respuesta” a las quejas de los aficionados. **“Ahora, contratar MundotoroTV – OneToro es más sencillo y asequible para los aficionados, que tendrán un abanico de opciones para ajustarse a sus necesidades”** ha afirmado Casas.

Y mientras esta "rueda de prensa" da visos de nada nuevo o que desconozcamos en el horizonte, las apps siguen sin poder descargarse en ningún dispositivo... De momento, sólo reafirmamos precios y ninguna información adicional de interés.

Previa rueda de prensa

Presentación de Mundotoro TV. La sesión irá de la mano de David Casas, director de narraciones y Víctor Santamaría, director de realización. Estarán presentes, además Maria Bonilla marketing manager y Alipio Pérez-Tabernero, programming manager. La rueda de prensa dará comienzo a las 12:30 horas. Se tocarán los siguientes temas de este nuevo producto de televisión: contenidos, acuerdos de distribución y precios.

A falta de esa rueda de prensa la plataforma Mundotoro Tv continúa generando más incertidumbres que confianza, al menos de momento. De hecho, si decíamos ayer que su información en redes iba medida con cuentagotas, ahora también están eliminando esa "información", como por ejemplo dónde se anunciaba que Víctor Soria y Marta Manzano serían los encargados de recoger las declaraciones de callejón y exteriores.

¿En qué plataformas se puede ver Mundotoro Tv?

MundotoroTv está disponible en la web www.mundotoro.tv, apps móviles Android e IOS y dispositivos de Tv: Android Tv, Amazon Fire, ROKU, Apple Tv Smart tv Samsung o LG.

¿Está el Contenido de Mundotoro Tv doblado?

No. Los contenidos están disponibles en español. La plataforma dispone de menús de navegación e instrucciones, así como de los títulos y descripciones de los programas, en español, francés portugués e inglés.

¿Se puede ver el contenido Off-line?: No, ese servicio no está disponible, es decir o tienes internet u olvídate de descargar un contenido, por el que pagas previamente, para disfrutarlo durante un viaje por ejemplo, cómo sí ocurre en plataformas como Netflix por ejemplo, nos modernizamos pero tampoco nos vengamos arriba.

¿El contenido está disponible en HD?: Claro que sí, se ofrece ese contenido en HD en todas las plataformas y dispositivos, que digo yo, es lo mínimo que se espera de un servicio como este ¿no?

¿Cómo conocer el contenido del canal?: a través del servicio newsletter (poco útil para el abonado senior) y además, la plataforma tiene el "detalle" de poner la programación actualizada de los próximos 7 días (TV DIRECTO / CATCH UP).

Burladero

TELEVISIÓN TOROS

Mundotoro TV sucede a Movistar + en la emisión de festejos taurinos

Madrid, 28 mar 2023 (EFE).- La nueva plataforma de video bajo demanda Mundotoro TV sucederá a Movistar +, poseedora hasta el pasado 23 de marzo del Canal Toros, en la emisión de corridas de toros en directo desde España, Francia, Portugal y América Latina, así como otros contenidos relacionados con la tauromaquia, entrevistas y reportajes.

Disponible en la web mundotoro.tv y en una aplicación para móviles y televisores inteligentes, el servicio se encuentra en emisión de prueba desde este martes hasta el 9 de abril, día de su estreno en directo con la transmisión de la corrida del Domingo de Resurrección desde la Maestranza (Sevilla), donde Morante de la Puebla, El Juli y Andrés Roca Rey lidiarán toros de la ganadería de Núñez del Cuvillo.

"No podemos renegar de nuestra herencia: venimos de dónde venimos, vamos a intentar desarrollar toda la base que tenemos de 30 años de trabajo, de Canal + de Movistar+", ha explicado en rueda de prensa el realizador Víctor Santamaría.

Con más de cien retransmisiones directo ya aseguradas desde España, Francia, Portugal, México, Colombia, Venezuela y Perú, Mundotoro ha conseguido acuerdos con Orange, Vodafone y Tivify para ofrecerse como servicio integrado dentro de sus paquetes de suscripción y esperan poder ampliar sus fronteras a la mayor prontitud, ya que se encuentran inmersos en negociaciones con servicios de transmisión en directo en todo el mundo.

Aunque, según su director editorial, David Casas, este servicio "no cambia respecto a lo que ha habido anteriormente", el propósito de la nueva plataforma es "cuidar al aficionado de siempre, pero también abrir las puertas a las nuevas audiencias que se corresponden con la era digital".

Para ello, Mundotoro contará con una suscripción mensual en España de 14,99 euros o anual de 149,99, así como la opción de contratar eventos sueltos por 9,99 euros. En América Latina la mensualidad bajará a 9,99 euros, la cuota anual será de 99,99, y el evento alcanzará los 5,99 euros.

A pesar de mantenerse en la tradición taurina televisiva, este nuevo servicio procurará dar a la lidia una dimensión más cinematográfica al incluir diecisiete cámaras para las grandes ferias de Madrid, Sevilla y Valencia, cámaras superlentas o un dron que permitirá captar detalles de la fiesta inapreciables hasta la fecha.

Además, el servicio contará con un contenido semanal compuesto por entrevistas y reportajes accesibles en cualquier momento y un canal veinticuatro horas en el que estos contenidos se alternarán con los directos desde la plaza. EFE

‘El hijo zurdo’, de Movistar Plus+, competirá en Canneseries 2023

Por **Redacción AV451** -28 marzo, 2023

Los Javis, presidentes del jurado de formato corto.

La sexta edición de Canneseries ha desvelado hoy la selección de obras para todas sus secciones. El festival se celebrará en la localidad francesa del 14 al 19 de abril con la novedad de una sección dedicada al género documental.

El certamen será inaugurado por ‘Silo’, serie británica original de Apple TV+, fuera de competición. También sin concursar se podrá ver ‘B.R.I.’, serie francesa original de Canal+. Como clausura, el público podrá ver el inicio de la quinta y última temporada de ‘La maravillosa Mrs. Maisel’, comedia original de Prime Video. Paramount+ estrenará a nivel mundial ‘Liaison Fatale’, fuera de competición.



‘Silo’.

Competición de formato largo

Las series de formato largo elegidas para la competición oficial son ‘Bargain’, producción de Corea del Sur que se podrá ver en TVING y Paramount+; la canadiense ‘Bon matin Chuck (ou l’art de réduire les méfaits)’, de Bell Media / Crave; la israelí ‘Carthago’, de Kan 11; la serie holandesa ‘De Droom van de Jeugd’, de KRO-NCRV y NPO1; ‘Corduroy’, de Israel, HOT; desde Estados Unidos llega ‘Dead Ringers’, de Prime Video; ‘Makta’, desde Noruega, de NRK y NDR; siguiendo en los nórdicos ‘Huset’, de Dinamarca, con emisión en DR; ‘Spinners’, coproducción de Francia y Sudáfrica que se verá en Canal+; y ‘Tapie’, serie francesa original de Netflix.

El jurado está presidido por Lior Raz (actor, guionista y productor francés) y formado por la actriz Shirine Boutella, la creadora Zabou Breitman, el compositor musical Stewart Copeland, y el actor Daryl McCormack.

Competición de formato corto

En este apartado, Canneseries 2023 ha seleccionado ‘Appetite’, de Australia; ‘Thin Air’, de Canadá; la noruega ‘Manndag’; ‘Groundbreaking’, coproducción de Irlanda y Estados Unidos; la argentina ‘Se busca’; la sueca ‘Handen på Hjärtat’; la belga ‘Roomies’; la canadiense ‘Streams Flow from a River’; ‘El hijo zurdo’, original de Movistar Plus+; y la francesa ‘Marseille mon amour’.



‘El hijo zurdo’.

El jurado está presidido por Javier Calvo y Javier Ambrossi, los creadores de ‘Veneno’ y ‘La Mesías’, cofundadores de Suma Content; y formado por las actrices Marina Rollman y Simona Tabasco.

Movistar Plus+ vuelve a Canneseries después de haber participado con ‘Vida perfecta’ en 2019, ganadora de dos premios, y con ‘El Inmortal’ en 2022. ‘El hijo zurdo’, la miniserie original creada y dirigida por Rafael Cobos, se estrenará en España el 27 de abril tras competir en el certamen francés. Recientemente, otra serie española de formato corto, ‘Autodefensa’, de Filmin, ha ganado el premio gordo de Series Mania.

Rafael Cobos ha comentado: «Es un privilegio participar en Canneseries con mi primer trabajo como creador único, guionista y director. Y un orgullo poder mostrar en un festival internacional de esta categoría una historia muy vinculada a la personalidad de mi ciudad, Sevilla, para hablar de la identidad y del hecho de ser distinto».

La sección documental

Por primera vez, Canneseries albergará una sección de series documentales. Las obras a competición con la francesa 'Chevaline'; la belga 'Draw for Change!'; la alemana 'Juan Carlos: Downfall of a Playboy King'; la canadiense 'Lac-Mégantic – this is not an accident'; la belga 'Miracle N°71'; y la argentina 'Releyendo Mafalda'.

Asif Kapadia ('Amy', 'Senna') presidirá el jurado de la sección documental, que estará formado por Nathalie Marchak (guionista y directora) y la productora y periodista Méliissa Theuriau.

Además, la actriz y productora estadounidense Sarah Michelle Gellar recibirá el Icon Award, mientras que Morfydd Clark ('Saint Maud', 'Los anillos de poder') recibirá el Rising Star Awards. Además, Joey Soloway, creador de la serie 'Transparent', recibirá el Commitment Award.

En total, Canneseries, presidido por Fleur Pellerin, entregará trece premios.

NOTICIAS / ADELANTOS

La serie 'El hijo zurdo', thriller de Rafael Cobos con María León, competirá en Canneseries

El colaborador habitual de Alberto Rodríguez ('La isla mínima', 'El hombre de las mil caras') crea y dirige esta nueva producción para Movistar Plus+ que se estrena el 27 de abril



28, marzo, 2023 [Redacción Cine con Ñ](#)

El hijo zurdo, la serie creada por Rafael Cobos (*La peste*, *Modelo 77*) en su debut como director, participará en Canneseries (Cannes International Series Festival), uno de los certámenes de series más importantes del mundo, que celebrará su nueva edición del viernes 14 al miércoles 19 de abril. La producción de Movistar Plus+ y protagonizada por María León participará en la sección Short Form del festival.

El hijo zurdo se estrenará en Movistar Plus+ el próximo 27 de abril. La miniserie, de seis episodios de treinta minutos, cuenta la complicada relación de una madre (María León) con su hijo, la inesperada relación de amistad entre dos mujeres de mundos muy diferentes y la búsqueda de una segunda oportunidad.

Cobos se estrena como director en dos capítulos de la nueva serie, un «thriller emocional» que protagoniza María León. Guionista veterano y escritor habitual de las películas de Alberto Rodríguez (*Grupo 7*, *La isla mínima*, *El hombre de las mil*

caras), en esta ocasión crea, escribe y codirige junto a Paco R. Baños (Ali, 522, Un gato, un chino y mi padre) esta serie en la que una mujer se tiene que enfrentar a los problemas con su hijo.

El hijo zurdo se convierte en la cuarta producción original Movistar Plus+ que competirá en Canneseries tras *Félix* en 2018, *Vida perfecta* en 2019 (Mejor Serie y premio extraordinario que reconoció al trío femenino protagonista formado por Leticia Dolera, Aixa Villagrán y Celia Freijeiro) y *El Inmortal* en 2022.

Rafael Cobos ha declarado que es «un privilegio participar en Canneseries con mi primer trabajo como creador único, guionista y director. Y un orgullo poder mostrar en un festival internacional de esta categoría una historia muy vinculada a la personalidad de mi ciudad, Sevilla, para hablar de la identidad y del hecho de ser distinto».

Un «thriller emocional» sobre la maternidad



Rafael Cobos ha explicado que *El hijo zurdo* «es la historia de una mujer, Lola, que por haber sido madre ha sido relegada de la primera línea social y con el tiempo necesita reconstruir esa identidad perdida a través del amor a su hijo». El showrunner, que ya había creado una serie con *La peste*, ha asegurado que la tensión está «siempre presente» y que el personaje de María León «es de los más complejos» de los que ha escrito en su carrera.

La actriz, que comparte reparto con Tamara Casellas (Ama), Hugo Welzel o Germán Rueda, ha detallado que la serie «es un reto y una oportunidad enorme. Mi personaje, Lola, es una mujer compleja, llena de matices, y os aseguro que voy a poner mi corazón en el proyecto». Lola tendrá que lidiar con una relación con su hijo, que empieza a relacionarse con grupos radicales, marcada por la falta de comunicación y el distanciamiento. La maternidad, la rebeldía o la amistad serán algunos de los temas que tratará la serie.

Lola es una madre de clase acomodada con dos hijos que asiste a la deriva del menor de ellos, Lorenzo, hacia las oscuridades de un grupo radical. La historia sigue la huella de la actualidad más incómoda, y abunda, al narrar el conflicto de Lola, en la maternidad temprana y el antiguo estigma de ser zurdo. En el intento por comprender y recuperar a su hijo, Lola se relacionará con Maru, madre de diferente clase social que vive una situación similar a la suya.

Primer adelanto de *El hijo zurdo*



Hugo Weizel

El hijo zurdo, basada en la novela homónima de Rosario Izquierdo, es para Cobos un «un viaje iniciático» y para acompañarle cuenta con «grandísimos compañeros como Paco Baños», amigo de Cobos desde su juventud -como el propio Alberto Rodríguez- y que dirigirá cuatro de los seis episodios de la serie. El guionista ha explicado este nuevo reto en su carrera: «Yo venía de estar más ligado al thriller, a la acción, pero cuando surgió esta oportunidad me decanté por este proyecto más cercano a mi yo subjetivo».

José Antonio Félez, productor de la serie desde Atípica Films, ha querido destacar el «elenco extraordinario» que tienen entre manos como «el mejor punto de partida posible» de esta historia «de personajes femeninos». Domingo Corral, director de Producción Original de Movistar, ha alabado la capacidad de Cobos para ponerse al frente de «una serie escrita desde los personajes» y ha asegurado que rodar en Sevilla será «un lujo» y que convertirá la serie «en un proyecto muy singular».

El hijo zurdo también contará con la ganadora del Goya Daniela Cajías en la dirección de fotografía y, en la banda sonora, con Julio de la Rosa y con la colaboración de artistas como Bronquio, Nita, Rocío Márquez o Dalila.

Sinopsis de la serie

Lola es zurda. Su hijo Lorenzo también. Tenemos la manía de decir que nuestros hijos tienen que parecerse a alguien. Como si quisiéramos negar el descomunal acto de libertad que es nacer. Impidiéndoles que rompan el cordón. ¿A quién se parece el hijo zurdo que pega a los hijos de otras madres?



Fotos: Rodaje de El hijo zurdo en Sevilla - Julio Vergne/Movistar Plus+

ttvOriginals

El hijo zurdo competirá en Canneseries

La serie original de Movistar Plus+, creada y dirigida por Rafael Cobos y que se estrena el próximo 27 de abril en la plataforma, participará en la sección Short Form del festival. La serie ha sido producida en colaboración con Atípica Films y es distribuida a nivel internacional por Movistar Plus+ International.

Por ttvOriginals 28/03/2023



Rafael Cobos se pone por primera vez al frente de un proyecto original Movistar Plus+ como director creativo, guionista y director (junto a Paco R. Baños) con El Hijo Zurdo, una miniserie sobre la identidad y la maternidad.

Canneseries (Cannes International Series Festival) celebrará su nueva edición del viernes 14 al miércoles 19 de abril. El hijo zurdo, la miniserie original Movistar Plus+ creada y dirigida por Rafael Cobos y que se estrena el próximo 27 de abril en la plataforma, participará en la sección Short Form del festival.

La producción, protagonizada por María León, aborda la complicada relación de una madre con su hijo, la inesperada relación de amistad entre dos mujeres de mundos muy diferentes y la búsqueda de una segunda oportunidad.

Rafael Cobos: «Es un privilegio participar en Canneseries con mi primer trabajo como creador único, guionista y director. Y un orgullo poder mostrar en un festival internacional de esta categoría una historia muy vinculada a la personalidad de mi ciudad, Sevilla, para hablar de la identidad y del hecho de ser distinto».

El hijo zurdo se convierte en la cuarta producción original Movistar Plus+ que competirá en Canneseries tras Félix en 2018, Vida perfecta en 2019 (Mejor Serie y premio extraordinario que reconoció al trío femenino protagonista formado por Leticia Dolera, Aixa Villagrán y Celia Freijeiro) y El Inmortal en 2022.

Sinopsis

Lola es zurda. Su hijo Lorenzo también. Tenemos la manía de decir que nuestros hijos tienen que parecerse a alguien. Como si quisiéramos negar el descomunal acto de libertad que es nacer. Impidiéndoles que rompan el cordón. ¿A quién se parece el hijo zurdo que pega a los hijos de otras madres?

Reparto

María León (La voz dormida, Carmina o revienta, Heridas) como Lola lidera un reparto que completan Tamara Casellas (Ama) como Maru, Alberto Ruano (Gambito de Dama, La monja guerrera) como Rodrigo, Marisol Membrillo (Lejos de ti, Historias de Alcafrán) como Pilar y los jóvenes Hugo Welzel en el papel de Lorenzo, Numa Paredes como Inés y Germán Rueda como 'Loco'.

Música original

La BSO de El hijo zurdo, para la que Rafael Cobos ha contado con Julio de la Rosa y con la colaboración de artistas como Bronquio, Nita, Rocío Márquez o Dalila, aporta una capa narrativa más en la historia y dota a la miniserie de un ritmo y un tono que son en sí mismos una declaración de intenciones del autor.

Rafael Cobos (Goya al Mejor Guion Original por La Isla Mínima, Goya al Mejor Guion Adaptado por El hombre de las mil caras) ha construido la identidad creativa y estética de la miniserie. Ha estado acompañado de Paco R. Baños (La Peste), quien ha asumido la dirección de cuatro de los seis episodios.

Ficha técnica

El hijo zurdo, una miniserie original Movistar Plus+ en colaboración con Atípica Films

Dirección Creativa – Rafael Cobos

Dirección- Rafael Cobos (2 episodios), Paco R. Baños (4 episodios)

Guion – Rafael Cobos

Producción ejecutiva – Domingo Corral y Fran Araújo (M+), José Antonio Félez, Alberto Félez y Cristina Sutherland (Atípica Films)

Dirección de fotografía – Daniela Cajías

Dirección de producción – Alicia Tellería

Montaje – José M. G. Moyano y Darío García

Música original – Julio de la Rosa

Sonido – Daniel de Zayas

Dirección de Arte – Miguel Ángel Rebollo

Vestuario – Fernando García

Maquillaje – Yolanda Piña

6 episodios – 30'

Estreno – 27 de abril 2023

Distribución: Movistar Plus+ International

Basada en la novela homónima de Rosario Izquierdo.

SERIES

“El hijo zurdo”, la miniserie original Movistar Plus+, competirá en CANNESERIES

28 de marzo de 2023



La sexta edición de CANNESERIES se celebrará del viernes 14 al miércoles 19 de abril

CANNESERIES (Cannes International Series Festival) celebrará su nueva edición del viernes 14 al miércoles 19 de abril. “El hijo zurdo”, la miniserie original Movistar Plus+ creada y dirigida por Rafael Cobos y que se estrena el próximo 27 de abril en la plataforma, participará en la sección Short Form del festival.

La producción, protagonizada por María León, aborda la complicada relación de una madre con su hijo, la inesperada relación de amistad entre dos mujeres de mundos muy diferentes y la búsqueda de una segunda oportunidad.

Rafael Cobos: “Es un privilegio participar en CANNESERIES con mi primer trabajo como creador único, guionista y director. Y un orgullo poder mostrar en un festival internacional de esta categoría una historia muy vinculada a la personalidad de mi ciudad, Sevilla, para hablar de la identidad y del hecho de ser distinto”.

El hijo zurdo se convierte en la cuarta producción original Movistar Plus+ que competirá en CANNESERIES tras Félix en 2018, Vida perfecta en 2019 (Mejor Serie y premio extraordinario que reconoció al trío femenino protagonista formado por Leticia Dolera, Aixa Villagrán y Celia Freijeiro) y El Inmortal en 2022.

Sinopsis

Lola es zurda. Su hijo Lorenzo también. Tenemos la manía de decir que nuestros hijos tienen que parecerse a alguien. Como si quisiéramos negar el descomunal acto de libertad que es nacer. Impidiéndoles que rompan el cordón. ¿A quién se parece el hijo zurdo que pega a los hijos de otras madres?

Reparto

María León (La voz dormida, Carmina o revienta, Heridas) como Lola lidera un reparto que completan Tamara Casellas (Ama) como Maru, Alberto Ruano (Gambito de Dama, La monja guerrera) como Rodrigo, Marisol Membrillo (Lejos de ti, Historias de Alcafrán) como Pilar y los jóvenes Hugo Welzel en el papel de Lorenzo, Numa Paredes como Inés y Germán Rueda como Loco.

Música original

La BSO de El hijo zurdo, para la que Rafael Cobos ha contado con Julio de la Rosa y con la colaboración de artistas como Bronquio, Nita, Rocío Márquez o Dalila, aporta una capa narrativa más en la historia y dota a la miniserie de un ritmo y un tono que son en sí mismos una declaración de intenciones del autor.

Rafael Cobos (Goya al Mejor Guion Original por La Isla Mínima, Goya al Mejor Guion Adaptado por El hombre de las mil caras) ha construido la identidad creativa y estética de la serie. Ha estado acompañado de Paco R. Baños (La Peste), quien ha asumido la dirección de cuatro de los seis episodios.

RUMBO A CANNES

Los Javis presidirán el jurado de Canneseries, donde competirá 'El hijo zurdo'

Los creadores de 'Veneno' acudirán al certamen del país vecino para capitanear una de sus secciones principales.



Por **Alejandro Rodera** | Publicado: Martes 28 Marzo 2023 17:52 (hace 12 horas)

Serie relacionada

El hijo zurdo

2023 - Act

España • 1 temporada • 6 capítulos

Thriller Drama

El éxito de Javier Ambrossi y Javier Calvo ha trascendido a nuestras fronteras. Con "La llamada" y "Paquita Salas" se ganaron el aplauso del público local, pero con "Veneno" lograron dar la vuelta al mundo, y ahora ese reconocimiento internacional se traduce en un

honor reservado a pocos creativos: presidir el jurado de Canneseries, el Festival Internacional de Series de Cannes. Así pues, los fundadores de Suma Content se encargarán de valorar los diferentes proyectos que competirán en la sección de formato breve entre el 14 y el 19 de abril.

El reducido jurado de esa categoría lo completan la humorista y actriz Marina Rollman y la intérprete Simona Tabasco, que saltó a la fama a nivel global con la segunda temporada de 'The White Lotus'. Entre estos cuatro talentos tratarán de dirimir cuál de las diez apuestas seleccionadas se merece el máximo reconocimiento, que podría ir a parar a España. La única representante de nuestro país entre las candidatas es 'El hijo zurdo', el drama de Movistar Plus+ creado por Rafael Cobos y protagonizado por María León, que supone la cuarta presentación de una serie de la plataforma en el certamen tras 'Félix', 'El Inmortal' y el rotundo éxito de 'Vida perfecta'.



María León en 'El hijo zurdo'

Las otras nueve ficciones de formato breve que se disputarán el galardón serán 'Appetite' (Australia), 'Streams Flow from a River' (Canadá), 'Easy Peasy' (Noruega), 'Groundbreaking' (Irlanda), 'Thin Air' (Canadá), 'Missing' (Argentina), 'Out of Touch' (Suecia), 'Roomies' (Bélgica) y 'Marseille mon amour' (Francia). De ese decálogo de títulos surgirá un ganador, en cuya elección tendrán una incidencia mayúscula Ambrossi y Calvo, quienes en estos momentos están ligados precisamente a Movistar Plus+ con 'La Mesías', su obra más ambiciosa hasta el momento.

Presentaciones globales

La sexta edición de Canneseries también contará con su habitual sección de formato estándar, cuyo jurado estará presidido por Lior Paz ('Fauda'). Aquí competirán otras diez apuestas de un crisol de nacionalidades: 'Bargain' (Corea del Sur), 'Bon matin Chuck (ou l'art de réduire les méfaits)' (Francia), 'Carthago' (Israel), 'Childhood Dreams' (Países Bajos), 'Corduroy' (Israel), 'Inseparables' (Estados Unidos), 'Power Play' (Noruega), 'Prisoner' (Dinamarca), 'Spinners' (Sudáfrica) y 'Tapie' (Francia). Por último, la francesa 'The Brigade', las estadounidenses 'The Marvelous Mrs. Maisel' y 'Fatal Attraction' y la inglesa 'Silo' estarán presentes fuera de competición.



El Blog de Cine Español

“EL HIJO ZURDO”, SERIE DE RAFA COBOS, COMPETIRÁ EN CANNESERIES

Redacción March 28, 2023



La esperada ficción televisiva “El hijo zurdo”, debut en la dirección del guionista ganador de dos Goyas Rafa Cobos, ha sido seleccionada para participar en CanneSeries. Esta adaptación a la pequeña pantalla de la novela escrita por Rosario Izquierdo se estrenará el 27 de abril en Movistar+. En su reparto destacan María León (‘La voz dormida’, ‘Carmina o revienta’, ‘Heridas’), Tamara Casellas (‘Ama’), Alberto Ruano (‘Gambito de Dama’, ‘La monja guerrera’), Marisol Membrillo (‘Lejos de ti’, ‘Historias de Alcafrán’) y los jóvenes Hugo Welzel, Numa Paredes y Germán Rueda.

Rafael Cobos: “Es un privilegio participar en CANNESERIES con mi primer trabajo como creador único, guionista y director. Y un orgullo poder mostrar en un festival internacional de esta categoría una historia muy vinculada a la personalidad de mi ciudad, Sevilla, para hablar de la identidad y del hecho de ser distinto”.

“El hijo zurdo” se convierte en la cuarta producción original Movistar Plus+ que competirá en CANNESERIES tras “Félix” en 2018, “Vida perfecta” en 2019 (Mejor Serie y premio extraordinario que reconoció al trío femenino protagonista formado por Leticia Dolera, Aixa Villagrán y Celia Freijeiro) y “El Inmortal” en 2022.

¿De qué va?

Lola es zurda. Su hijo Lorenzo también. Tenemos la manía de decir que nuestros hijos tienen que parecerse a alguien. Como si quisiéramos negar el descomunal acto de libertad que es nacer. Impidiéndoles que rompan el cordón. ¿A quién se parece el hijo zurdo que pega a los hijos de otras madres?

CONTENIDOSINTERNACIONAL

***El hijo zurdo*, de Movistar Plus+, en la competición oficial de Canneseries**

THE DAILYMAR28,2023



El hijo zurdo (*The Left-Handed Son*), la nueva miniserie original Movistar Plus+ (6x30'), lista para estrenarse en la plataforma el próximo 27 de abril, ha quedado en la selección final del Canneseries (Cannes International Series Festival).

El seriado creado y dirigido por Rafael Cobos, basado en la novela homónima de Rosario Izquierdo, producido por Movistar Plus+ en colaboración con Atípica Films, será competidora oficial de la sección Short Form en el festival que tendrá lugar en Cannes entre el 14 y 19 de abril próximo. Es la única producción de España en esta instancia del evento.

En este apartado, la organización de la sexta edición también ha seleccionado a: *Se busca*, de Argentina; *Appetite*, de Australia; *Thin Air*, de Canadá; *Manndag*, de Noruega; *Groundbreaking*, de Irlanda/EEUU; *Handen på Hjärtat*, de Suecia; *Roomies*, de Bélgica; *Streams Flow from a River*, de Canadá; y *Marseille mon amour*, de Francia.

La trama de *El hijo zurdo* aborda la complicada relación de una madre con su hijo, la inesperada relación de amistad entre dos mujeres de mundos muy diferentes y la búsqueda de una segunda oportunidad.

Este título se convierte en el cuarto original Movistar Plus+ en competir en Canneseries tras *Félix* en 2018, *Vida perfecta* en 2019 (Mejor Serie y premio extraordinario que reconoció al trío femenino protagonista formado por Leticia Dolera, Aixa Villagrán y Celia Freijeiro), y *El Inmortal* en 2022.

"Será un privilegio participar en Canneseries con mi primer trabajo como creador único, guionista y director. Y un orgullo poder mostrar en un festival internacional de esta categoría una historia muy vinculada a la personalidad de mi ciudad, Sevilla, para hablar de la identidad y del hecho de ser distinto", apuntó Cobos.

HISTORIA, REPARTO Y MÚSICA

Lola es zurda. Su hijo Lorenzo también. Existe la manía de decir que los hijos tienen que parecerse a alguien. Como si se quisiera negar el acto de libertad que es nacer. Impidiéndoles que rompan el cordón. ¿A quién se parece el hijo zurdo que pega a los hijos de otras madres?

En el elenco, a María León (*La voz dormida*, *Carmina o revienta*, *Heridas*), encarnando a Lola, la acompañan Tamara Casellas (*Ama*) como Maru; Alberto Ruano (*Gambito de Dama*, *La monja guerrera*) como Rodrigo; Marisol Membrillo (*Lejos de ti*, *Historias de Alcafrán*) como Pilar, y los jóvenes, Hugo Welzel en el papel de Lorenzo; Numa Paredes como Inés y Germán Rueda como 'Loco'.

La BSO de *El hijo zurdo*, en la que Cobos ha contado con Julio de la Rosa y con la colaboración de artistas como Bronquio, Nita, Rocío Márquez y Dalila, aporta una capa narrativa más en la historia y dota a la miniserie de un ritmo y un tono que son en sí mismos, según los productores, "una declaración de intenciones del autor".

Cobos (Goya al Mejor Guion Original por *La Isla Mínima*, Goya al Mejor Guion Adaptado por *El hombre de las mil caras*) ha construido la identidad creativa y estética de la miniserie. Ha estado acompañado de Paco R. Baños (*La Peste*), quien ha asumido la dirección de cuatro de los seis episodios.

Ficha técnica

***El hijo zurdo*. Miniserie original Movistar Plus+ en colaboración con Atípica Films**

Dirección Creativa - **Rafael Cobos**

Dirección- **Rafael Cobos** (2 episodios), **Paco R. Baños** (4 episodios)

Guion - **Rafael Cobos**

Producción ejecutiva - **Domingo Corral** y **Fran Araújo** (M+), **José Antonio Félez**, **Alberto Félez** y **Cristina Sutherland** (Atípica Films)

Dirección de fotografía - **Daniela Cajías**

Dirección de producción - **Alicia Tellería**

Montaje - **José M. G. Moyano** y **Darío García**

Música original - **Julio de la Rosa**

Sonido - **Daniel de Zayas**

Dirección de Arte - **Miguel Ángel Rebollo**

Vestuario - **Fernando García**

Maquillaje - **Yolanda Piña**

6 episodios - **30'**

Estreno - **27 de abril 2023**

Distribución: **Movistar Plus+ International.**

THE DAILY TELEVISION



María León, durante el rodaje de la miniserie 'El hijo zurdo' · Fotografía: MOVISTAR PLUS+

CANNESERIES

Canneseries presenta la programación de su sexta edición con los remakes de 'Atracción fatal' e 'Inseparables'

La presencia española la pone 'El hijo zurdo', la serie que Rafael Cobos ha creado para Movistar Plus+ sobre la difícil relación entre una madre y su hijo adolescente

La sexta edición del festival Canneseries está a punto de echar a andar con la presentación de su programación. Se celebrará en la ciudad francesa entre el 14 y el 19 de abril, a la vez que el Mip TV (orientado a la industria y que tendrá lugar del 17 al 19), y este año incluye un buen puñado de producciones estadounidenses para plataformas de streaming.

Además de la presentación de la última temporada de 'La maravillosa Sra. Maisel' a la vez que se estrena en Prime Video, dos de los títulos importantes de esta edición son sendos remakes de películas de éxito en los 80. Por un lado, 'Fatal Attraction' (Paramount+), con Joshua Jackson y Lizzie Caplan, fuera de competición. Por otro, dentro de la Sección Oficial, 'Inseparables', que se estrena en Prime Video el 21 de abril y que tiene a Rachel Weisz asumiendo el papel doble de Jeremy Irons en el clásico de David Cronenberg.



FESTIVAL CANNESERIES

Series de España y Argentina y documental del rey Juan Carlos en Canneseries

París, 28 mar (EFE).- La sexta edición del festival Canneseries, que se celebrará del 14 al 19 de abril, tendrá un importante acento hispano con dos miniseries en competición, la española "El hijo zurdo" y la argentina "Missing", en una sección cuyo jurado presidirán Javier Calvo y Javier Ambrossi.

De contenido español pero producción alemana "Juan Carlos - Downfall of the King" ("Juan Carlos - Caída de un rey") competirá como serie documental y está dirigida por Anne Von Petersdorff.

Además, la serie documental argentina "Releyendo a Mafalda" competirá por el premio de ese género, y se proyectará el primer episodio de "UPA Next", la serie que continúa la historia de la mítica "Un paso adelante".

Canneseries desveló hoy la programación de su nueva edición, en la que se entregarán tres premios honoríficos: a la estadounidense Sarah Michelle Gellar el ICON; a la sueca Morfydd Clark (Galadriel en la serie de "El señor de los anillos") el de Estrella Emergente y al guionista y creador Joey Soloway ("Transparent") el galardón al Compromiso.

El festival tendrá tres apartados competitivos: series largas, miniseries y series documentales. Y una sección de fuera de competición.

En miniseries estarán "El hijo zurdo", una producción de Movistar+ protagonizada por María León sobre la identidad y la maternidad, y la argentina "Missing", inspirada en hechos reales y que en cada uno de sus episodios cuenta una historia ligada a la búsqueda y restitución de identidad de uno de los más de 500 bebés nacidos en cautividad de las detenidas durante la dictadura argentina.

En el apartado de documentales destaca "Releyendo a Mafalda", que explica, a través de conocidos historietistas, el éxito de unas tiras cómicas sobre una niña a la que no le gusta la sopa.

Y "Juan Carlos - Downfall of a Playboy King", un viaje de Madrid a Londres pasando por Mónaco, Ginebra, Abu Dhabi y Nueva York para profundizar en "las acusaciones sobre las dificultades del antiguo rey de España Juan Carlos para gestionar el dinero, el sexo y el poder", señala la web del festival.

En Fuera de Competición se podrán ver "Fatal Attraction", una nueva versión para televisión de la famosa película "Atracción fatal" (1987), que protagonizaron Michael Douglas y Glenn Close y cuyos papeles heredan ahora Joshua Jackson y Lizzy Caplan.

"Silo", una producción británica protagonizada por Rebecca Ferguson, y "B.R.I.", una francesa con Emmanuelle Devos, también forman parte de este apartado, que clausurará los nuevos capítulos de "La maravillosa Sra Maisel" (The marvellous Mrs Maisel).

En la competición de series largas participarán la estadounidense "Dead Ringers" (con Rachel Weisz), la coreana "Bargain", la canadiense "Bon Matin Chuck", las israelíes "Carthago" y "Corduroy", la holandesa "Childhood Dreams", la noruega "Power Play", la danesa "Prisoner" y las francesas "Spinners" y "Tapie".

La programación de Canneseries se completará con una serie de eventos y clases magistrales entre las que está la presentación de "UPA Next", con la participación de Beatriz Luengo, Miguel Ángel Muñoz y Mónica Cruz. EFE



Rachel Weisz, en una imagen de la serie de 'Inseparables' ('Dead Ringers').

A esta ficción la acompañan en la Sección Oficial la coreana 'Bargain', las israelíes 'Carthago' y 'Corduroy', la danesa 'Prisoner' (con Sofie Graboll), la holandesa 'Childhood Dreams', la francesa 'Tapie', la canadiense 'Bon matin Chuck', la noruega 'Power Play' y la sudafricana 'Spinners'. Habrá participación española en la competición de series de formato corto con 'El hijo zurdo', miniserie que Rafael Cobos, colaborador habitual de Alberto Rodríguez, ha creado para Movistar Plus+.

Entre las premieres mundiales de Canneseries figura también 'Silo', otro estreno de ciencia ficción de Apple TV+ con Rebecca Ferguson y David Oyelowo, y la cadena Sky Alemania competirá en la sección de documentales con 'Juan Carlos: downfall of the King', que promete levantar controversia con su retrato del proceso que llevó a la abdicación del Rey Emérito.

El festival también otorga premios honoríficos y esta sexta edición dará tres: a Sarah Michelle Gellar por su carrera; a Joey Soloway ('Transparent'), por su compromiso social, y a Morfydd Clark ('Los Anillos de Poder'), el de estrella en ascenso. El jurado está encabezado por Lior Raz, creador de 'Fauda'.

kinótico

España y Argentina entre los seleccionados de Canneseries 2023

28/03/2023 Por ttvnews



El Cannes International Series Festival desveló las producciones que competirán en su edición de este año, donde se destacan títulos de España (El hijo zurdo) y Argentina (Se busca y Releyendo Mafalda).

Canneseries (Festival Internacional de Series de Cannes) reveló las series que competirán en la Sección Oficial de su sexta edición, que se realizará del 14 al 19 de abril de 2023 en la ciudad Franciassa.

La selección presenta algunos destacados de América Latina y España, con la serie argentina Se busca compitiendo en la Competencia de Formato Corto, y Releyendo Mafalda compitiendo en la Competencia de Serie Documental.

Además, la serie española El hijo zurdo también competirá en el Certamen de Formato Corto.

La selección completa, a continuación:

LONG FORM COMPETITION:

Bargain (Corea del Sur)

Bon Matin Chuck (Canadá)

Carthago (Israel)

Childhood Dreams (Netherlands)

Corduroy (Israel)

Dead Ringers (EEUU)

Power Play (Noruega)

Prisoner (Dinamarca)

Spinners (Francia, Sudáfrica)

Tapie (Francia)

SHORT FORM COMPETITION

Appetite (Australia)

Streams Flow From a River (Canadá)

Easy Peasy (Noruega)

Groundbreaking (Irlanda)

Thin Air (Canada)

Missing (Argentina)

Out of Touch (Suecia)

Roomies (Belgica)

Terrain Sensible (Francia)

The Left-Handed Son (España)

DOCUMENTARY SERIES COMPETITION:

Chevaline (Francia)

Draw for Change! (Belgica)

Juan Carlos: Downfall of the King (Alemania)

Lac-Megantic – This is not an accident (Canadá)

Miracle N71 (Belgica)

Reading Again Mafalda (Argentina)

HONOR AWARDS:

Canal+ Icon Award: Sarah Michelle Gellar

Madame Figaro Rising Star Award: Morfydd Clark

Konbini Prix De L'Engagement: Joey Soloway

OUT OF COMPETITION:

Silo (Reino Unido)

The Fabulous Mrs Maisel (EEUU)

B.R.I. (Francia)

Fatal Attraction (EEUU)



‘El hijo zurdo’, la serie de Rafael Cobos, seleccionada en Cannes

Redacción

La serie del productor sevillano Rafael Cobos, *El hijo zurdo*, con María León y rodada en la capital andaluza, ha sido una de las ficciones seleccionadas en Canneseries, que se celebrará del 14 al 19 de abril. Esta producción para Movistar Plus + que se estrenará en la temporada venidera es la serie española que competirá en esta festival junto a otras ficción en español, la argentina *Missing*. El jurado de esta sección estará presidido por una pareja española, los cineastas Javier Calvo y Javier Ambrossi.

De contenido español pero producción alemana *Juan Carlos - Downfall of the King* (*Juan Carlos - Caída de un Rey*) competirá entre las docuseries, donde está otra producción argentina, *Releyendo a Mafalda*, sobre el memorable personaje dibujado por Quino.

En el festival también se programará el primer episodio de *UPA Next*, la serie que continúa la historia de la mítica *Un paso adelante*, también para Antena 3, y que fue una de los grandes éxitos españoles entre el público francés hace quince años.



‘El hijo zurdo’, de Rafael Cobos, seleccionada en Cannes

Redacción

La serie del productor sevillano Rafael Cobos, *El hijo zurdo*, con María León y rodada en la capital andaluza, ha sido una de las ficciones seleccionadas en Canneseries, que se celebrará del 14 al 19 de abril. Esta producción para Movistar Plus + que se estrenará en la temporada venidera es la serie española que competirá en esta festival junto a otras ficción en español, la argentina *Missing*. El jurado de esta sección estará presidido por una pareja española, los cineastas Javier Calvo y Javier Ambrossi.

De contenido español pero producción alemana *Juan Carlos - Downfall of the King* (*Juan Carlos - Caída de un Rey*) competirá entre las docuseries, donde está otra producción argentina, *Releyendo a Mafalda*, sobre el memorable personaje dibujado por Quino.

En el festival también se programará el primer episodio de *UPA Next*, la serie que continúa la historia de la mítica *Un paso adelante*, también para Antena 3, y que fue una de los grandes éxitos españoles entre el público francés hace quince años.



‘El hijo zurdo’, la serie de Rafael Cobos, seleccionada en Cannes

Redacción

La serie del productor sevillano Rafael Cobos, *El hijo zurdo*, con María León y rodada en la capital andaluza, ha sido una de las ficciones seleccionadas en Canneseries, que se celebrará del 14 al 19 de abril. Esta producción para Movistar Plus + que se estrenará en la temporada venidera es la serie española que competirá en esta festival junto a otras ficción en español, la argentina *Missing*. El jurado de esta sección estará presidido por una pareja española, los cineastas Javier Calvo y Javier Ambrossi.

De contenido español pero producción alemana *Juan Carlos - Downfall of the King* (*Juan Carlos - Caída de un Rey*) competirá entre las docuseries, donde está otra producción argentina, *Releyendo a Mafalda*, sobre el memorable personaje dibujado por Quino.

En el festival también se programará el primer episodio de *UPA Next*, la serie que continúa la historia de la mítica *Un paso adelante*, también para Antena 3, y que fue una de los grandes éxitos españoles entre el público francés hace quince años.



‘El hijo zurdo’, de Rafael Cobos, seleccionada en Cannes

Redacción

La serie del productor sevillano Rafael Cobos, *El hijo zurdo*, con María León y rodada en la capital andaluza, ha sido una de las ficciones seleccionadas en Canneseries, que se celebrará del 14 al 19 de abril. Esta producción para Movistar Plus + que se estrenará en la temporada venidera es la serie española que competirá en esta festival junto a otras ficción en español, la argentina *Missing*. El jurado de esta sección estará presidido por una pareja española, los cineastas Javier Calvo y Javier Ambrossi.

De contenido español pero producción alemana *Juan Carlos - Downfall of the King* (*Juan Carlos - Caída de un Rey*) competirá entre las docuseries, donde está otra producción argentina, *Releyendo a Mafalda*, sobre el memorable personaje dibujado por Quino.

En el festival también se programará el primer episodio de *UPA Next*, la serie que continúa la historia de la mítica *Un paso adelante*, también para Antena 3, y que fue una de los grandes éxitos españoles entre el público francés hace quince años.



‘El hijo zurdo’, la serie de Rafael Cobos, seleccionada en Cannes

Redacción

La serie del productor sevillano Rafael Cobos, *El hijo zurdo*, con María León y rodada en la capital andaluza, ha sido una de las ficciones seleccionadas en Canneseries, que se celebrará del 14 al 19 de abril. Esta producción para Movistar Plus + que se estrenará en la temporada venidera es la serie española que competirá en esta festival junto a otras ficción en español, la argentina *Missing*. El jurado de esta sección estará presidido por una pareja española, los cineastas Javier Calvo y Javier Ambrossi.

De contenido español pero producción alemana *Juan Carlos - Downfall of the King* (*Juan Carlos - Caída de un Rey*) competirá entre las docuseries, donde está otra producción argentina, *Releyendo a Mafalda*, sobre el memorable personaje dibujado por Quino.

En el festival también se programará el primer episodio de *UPA Next*, la serie que continúa la historia de la mítica *Un paso adelante*, también para Antena 3, y que fue una de los grandes éxitos españoles entre el público francés hace quince años.



‘El hijo zurdo’, la serie de Rafael Cobos, seleccionada en Cannes

Redacción

La serie del productor sevillano Rafael Cobos, *El hijo zurdo*, con María León y rodada en la capital andaluza, ha sido una de las ficciones seleccionadas en Canneseries, que se celebrará del 14 al 19 de abril. Esta producción para Movistar Plus + que se estrenará en la temporada venidera es la serie española que competirá en esta festival junto a otras ficción en español, la argentina *Missing*. El jurado de esta sección estará presidido por una pareja española, los cineastas Javier Calvo y Javier Ambrossi.

De contenido español pero producción alemana *Juan Carlos - Downfall of the King* (*Juan Carlos - Caída de un Rey*) competirá entre las docuseries, donde está otra producción argentina, *Releyendo a Mafalda*, sobre el memorable personaje dibujado por Quino.

En el festival también se programará el primer episodio de *UPA Next*, la serie que continúa la historia de la mítica *Un paso adelante*, también para Antena 3, y que fue una de los grandes éxitos españoles entre el público francés hace quince años.



‘El hijo zurdo’, de Rafael Cobos, seleccionada en Cannes

Redacción

La serie del productor sevillano Rafael Cobos, *El hijo zurdo*, con María León y rodada en la capital andaluza, ha sido una de las ficciones seleccionadas en Canneseries, que se celebrará del 14 al 19 de abril. Esta producción para Movistar Plus + que se estrenará en la temporada venidera es la serie española que competirá en esta festival junto a otras ficción en español, la argentina *Missing*. El jurado de esta sección estará presidido por una pareja española, los cineastas Javier Calvo y Javier Ambrossi.

De contenido español pero producción alemana *Juan Carlos - Downfall of the King* (*Juan Carlos - Caída de un Rey*) competirá entre las docuseries, donde está otra producción argentina, *Releyendo a Mafalda*, sobre el memorable personaje dibujado por Quino.

En el festival también se programará el primer episodio de *UPA Next*, la serie que continúa la historia de la mítica *Un paso adelante*, también para Antena 3, y que fue una de los grandes éxitos españoles entre el público francés hace quince años.



‘El hijo zurdo’, la serie de Rafael Cobos, seleccionada en Cannes

Redacción

La serie del productor sevillano Rafael Cobos, *El hijo zurdo*, con María León y rodada en la capital andaluza, ha sido una de las ficciones seleccionadas en Canneseries, que se celebrará del 14 al 19 de abril. Esta producción para Movistar Plus + que se estrenará en la temporada venidera es la serie española que competirá en esta festival junto a otras ficción en español, la argentina *Missing*. El jurado de esta sección estará presidido por una pareja española, los cineastas Javier Calvo y Javier Ambrossi.

De contenido español pero producción alemana *Juan Carlos - Downfall of the King* (*Juan Carlos - Caída de un Rey*) competirá entre las docuseries, donde está otra producción argentina, *Releyendo a Mafalda*, sobre el memorable personaje dibujado por Quino.

En el festival también se programará el primer episodio de *UPA Next*, la serie que continúa la historia de la mítica *Un paso adelante*, también para Antena 3, y que fue una de los grandes éxitos españoles entre el público francés hace quince años.



‘El hijo zurdo’, la serie de Rafael Cobos, seleccionada en Cannes

Redacción

La serie del productor sevillano Rafael Cobos, *El hijo zurdo*, con María León y rodada en la capital andaluza, ha sido una de las ficciones seleccionadas en Canneseries, que se celebrará del 14 al 19 de abril. Esta producción para Movistar Plus + que se estrenará en la temporada venidera es la serie española que competirá en esta festival junto a otras ficción en español, la argentina *Missing*. El jurado de esta sección estará presidido por una pareja española, los cineastas Javier Calvo y Javier Ambrossi.

De contenido español pero producción alemana *Juan Carlos - Downfall of the King* (*Juan Carlos - Caída de un Rey*) competirá entre las docuseries, donde está otra producción argentina, *Releyendo a Mafalda*, sobre el memorable personaje dibujado por Quino.

En el festival también se programará el primer episodio de *UPA Next*, la serie que continúa la historia de la mítica *Un paso adelante*, también para Antena 3, y que fue una de los grandes éxitos españoles entre el público francés hace quince años.



«El 'boom' de las series españolas en el mundo ha mejorado nuestra autoestima»

Javier Cámara y Mónica López, que presentaron la nueva temporada de 'Rapa' en Crossover, dialogan aquí sobre Ferrol, su amor a Donostia y hasta el 'bat, bi, hiru, lau'

MITXEL EZQUIAGA

SAN SEBASTIÁN. Hablan entusiasmados de Galicia, donde han rodado las dos temporadas de la serie 'Rapa', de Movistar, pero no escatiman elogios para Donostia. Hasta hacen sus pinitos en euskera. «Aldapeko sagarraren adarraren puntan», canta Javier Cámara. «Bat, bi, hiru, lau», responde Mónica López.

Los dos actores fueron ayer los grandes protagonistas del festival Crossover, que continúa en Donostia hasta el sábado. Estrenaron en el cine de Tabakalera, repleto de público, el primer capítulo de la segunda temporada de 'Rapa', la historia negra que transcurre en Galicia, y lo hicieron acompañados del productor Alfonso Blanco y de Susana Herreras, de Movistar+. Antes conversaron con este periódico sobre su serie, sobre el 'boom' del audiovisual y sobre ciudades que les gustan. Como San Sebastián.

Descentralizar el sector

«Esta segunda temporada es la consolidación de una serie muy especial, como 'Rapa', que ha convertido Ferrol en nuestra casa y nos ha unido más a los dos», coinciden. «Yo vuelvo a hacer de guardia civil por enésima vez», dice ella. «Yo sigo siendo un curioso, un poco más parado que Mónica», apunta él. Cuentan cómo han entrado para rodar en el arsenal militar de Ferrol, desconocido para muchos ferrolanos, «y cómo esa ciudad un poco decadente nos ha enganchado a los dos». Movistar emitirá en breve la serie de Pepe Coira y Fran Araujo.

Los dos se felicitan por el 'boom' de las series, «que ha logrado que el talento español se exporte rápido y bien a todo el mundo», explica Cámara. «Antes éramos conocidos por Almodóvar o por Amenabar, ahora hay series creadas aquí, como 'La casa de papel', 'Entrevías' o 'Elite', que se ven inmediatamente en todo el mundo. Aunque sean a veces



Mónica López y Javier Cámara 'miran' tumbados al cielo de Tabakalera, ayer en Donostia. LOBO ALTUNA

LAS FRASES

Javier Cámara
 Actor

«Mi amigo Diego San José me ofreció dirigir uno de los capítulos de 'Venga Juan' y me encantó. Me gustaría repetir»

Mónica López
 Actriz

«En la nueva temporada de 'Rapa' rodamos en el arsenal militar de Ferrol, un espacio que muy pocos ferrolanos conocen»

historias muy locales, trascienden. Y eso ha mejorado el nivel de autoestima de la creación audiovisual española».

Resaltan además otro efecto beneficioso de la eclosión de las series. «Se ha descentralizado la industria audiovisual, hay equipos técnicos de primer nivel en Galicia, Canarias o Euskadi», resalta Javier Cámara. «Antes para

trabajar en este oficio había que ir a Madrid. Ahora, como la actriz Patricia López Arnaiz, puedes vivir en un pueblo de Álava y trabajar donde quieras. O Isabel Coixet viene a mi tierra, La Rioja, para rodar su nueva película».

Cámara no es solo actor. En uno de los capítulos de la serie 'Venga Juan' ha ejercido de director. «Dirigir era uno de mis sueños y mi amigo Diego San José, productor de la serie, me animó. Lo hice encantado. Me gustaría repetir». «Siempre está en modo director, con mirada de cineasta, en los rodajes se mantiene pendiente de cada detalle», apunta Mónica.

¿Algún piropo a San Sebastián, ciudad que conocen bien? «Aldapeko sagarraren adarraren puntan...», empieza a cantar Cámara. «Bat, bi, hiru, lau...», responde ella. «Sabéis que tenéis la ciudad más bonita del mundo», coinciden los dos. «En esta Donosti tropical hasta hemos metido los pies en el mar. Porque teníamos comida: si no, me hubiese bañado», dice la actriz. «Eres como en la serie, una mujer brava siempre para adelante. Yo soy más tranquilo», remata Cámara.

Hoy, 'el escritor y el ertzaina' y las hermanas Vilapuig

El festival Crossover continúa hoy con un intenso programa. A las 17.00 se realizará en directo en el Koldo Mitxelena la emisión de la sección 'Zer ikusi', del magazine 'Baipasa' de Euskadi Irratia. A las 18.30, también en el KM, Ibon Martín, novelista del género negro, conversará con Jon Udakiola, jefe del Servicio de Investigación Criminal de la Ertzaintza, sobre «las dos caras del crimen».

La jornada se cierra, en el propio Koldo Mitxelena, con el estreno de 'Selftape', serie de Filmin protagonizada y coescrita con tintes autobiográficos por las hermanas Joana y Mireia Vilapuig, con dirección de Bárbara Farré: dos actrices que conocieron el éxito de niñas afrontan el futuro. La entrada a los actos es libre.

VÍDEO

Escanee el código QR para ver el vídeo íntegro en Diariovasco.com





Javier Cámara y Mónica López regresan a Galicia con la segunda temporada de 'Rapa', cuyos primeros capítulos presentaron ayer en el Festival Crossover

✍ Alex Zubiria
📷 Javi Colmenero

DONOSTIA – Tras el éxito de la primera temporada, Movistar Plus encargó una segunda que se ha mantenido con absoluto secretismo. El festival donostiarra de series trajo ayer a Tabakalera los primeros detalles.

Poco se sabe de esta segunda temporada más allá de que está ambientada en Ferrol y de que hay un nuevo crimen que hace volver a unir a sus dos personajes.

–**Mónica López:** En realidad, son dos casos, aunque cada uno lo investigamos por nuestra cuenta. Ahora vivimos más cerca y, por ello, nuestra amistad se ha enriquecido. La enfermedad de Tomás ha ido evolucionando y es más fácil ayudarle. Maite, mi personaje, se encuentra metida de lleno en una ciudad extraña. Ferrol es una ciudad muy bonita, pero tiene un gran muro blanco que ha sido arrebatado a la ciudad y que se presta al arsenal militar. Con esta temporada mucha gente verá por primera vez el mar en su ciudad.

–**Javier Cámara:** Tomás, por su parte, está con un caso de hace 20 años que está en peligro de prescribir. Se enrola con una persona que lo está pasando mal y poco a poco va investigándolo. Es una temporada más vital y más energética.

Eso quizás responda a que ya no hay una necesidad de presentar a los personajes, ¿no?

–**J.C:** En un thriller los personajes pueden tener una evolución, pero dentro de un esquema. Aquí lo más importante es el caso y que quede bien explicado. La escritura es el éxito del thriller, luego puedes dar con unos personajes maravillosos y tener grandes aciertos como en la primera temporada con las dos actrices increíbles que daban vida a la madre y la hija.

–**M.L:** Eso lleva a que cuantos más actores gallegos mejor, a cuanto más auténticos sean mejor. Que haya espantos para contar sus historias, lo que nos lleva a la típica frase de que lo local explica mucho mejor lo universal.

Uno de los principales aciertos de la primera temporada es que el misterio estaba puesto en las causas del asesinato y no en el asesino. ¿Esta vez no será así?

–**M.L:** Esta vez no. El público va a ir descubriendo todo a la vez que los personajes. La primera temporada fue como un principio, con un caso único que sucedía y que nos mezclaba hasta enemistarnos. Ahora, los dos personajes son amigos y se llevan bien juntos. Encima se dan cuenta de que trabajan bien y, aunque hay secretos que no se pueden contar entre ellos, cada uno necesita al otro para su caso.

–**J.C:** Creo que es una temporada fantástica. A mí los guiones me gustan mucho más todavía.

Una de las cosas que más me lla-

Mónica López y Javier Cámara

ACTRIZ Y ACTOR DE 'RAPA'

“Ahora, por fin, se pueden hacer personajes con acentos concretos de una zona”



mó la atención de la primera era la falta de uso del gallego.

–**J.C:** Ya lo hizo antes *Fariña* y luego alguna serie más, pero ahora, por fin, se pueden hacer personajes con acentos concretos de una zona.

–**M.L:** Sí, pero ojalá eso dé paso a que se puedan hacer ficciones en los cuatro o cinco idiomas que tenemos en España. La gente está viendo en las plataformas series con subtítulos en inglés, así que por qué no podemos

verlas con subtítulos en euskera o en gallego.

–**J.C:** También es verdad que es una serie para un público concreto con un formato que funcionó muy bien antes con *Hierro*. Yo creo que cuan-

do a Jorge Coira y Fran Araújo, creadores de la serie, les propusieron hacer una nueva quisieron llevarse-la a su terreno, a lo que conocían, que era Ferrol y Galicia.

‘Fariña’, ‘As bestas’, ‘Rapa’... ¿Qué está pasando con Galicia y las ficciones?

–**J.C:** Creo que si hablas con los andaluces te dirán que es el momento de los andaluces, como con los vascos hace unos años, o con los catalanes o los valencianos en el teatro. En Galicia está ocurriendo lo mismo. Ha ocurrido igual internacionalmente con el cine iraní o con el coreano. Lo importante es que estos genios van a estar 20 o 30 años haciendo películas y series desde su tierra y que no es una simple ola que aquí termina. Ocurre igual con las mujeres, que deben seguir dotando de su personalidad a los proyectos y que esto no solo sea algo que viene y va. La serie también reivindica a personajes protagonistas mayores de 50 años e incluso a una mujer al frente de un cuerpo policial.

–**M.L:** Maite debe hacer frente a un entorno muy masculino, lleno de miradas. Ella ha decidido acercarse a vivir con Tomás porque se da cuenta de que es la cuidadora número uno de este señor. Lo que ocurre en la primera temporada es un antes y un después para ella. Es muy boni-

“La gente está viendo en las plataformas series con subtítulos en inglés, así que por qué no podemos verlas en euskera o en gallego”

“Dos personajes mayores de 50 años protagonizando una serie e interpretando a una guardia civil y a un profesor de instituto, ¿por qué no?”

to cómo evoluciona la amistad entre estos dos personajes sin ser una historia de amor, algo que agradecemos muchísimo.

–**J.C:** Dos personajes mayores de 50 años protagonizando una serie e interpretando a una guardia civil y a un profesor de instituto, ¿por qué no? Nosotros nos alegramos mucho de que no tuviéramos ninguna relación porque en el fondo no sería más que darle una clave de enganche al espectador. Ocurre lo mismo con el final de la primera temporada, que acaba mal y no es un final feliz.

¿Qué es lo que les da las series que no lo hacen las películas?

–**J.C:** Una cosa que me gusta mucho de las series es que todo puede cambiar. Por ejemplo, las dos primeras temporadas de *Homeland* son brillantes y, de repente, se cargan al protagonista y todo es distinto. Puedes hacer una tercera y que sea un desastre o seguir haciendo cosas que son una maravilla. Puedes hacer 40.000 saltos mortales y seguir ahí. O casos como *Rapa*, donde, de repente, alguien piensa que una actriz maravillosa como Mónica deje de hacer de secundaria para a sus 50 años convertirse en la protagonista. Eso es lo más maravilloso de todo. ●

2Playbook

Shay Segev (Dazn): “Las ligas se han acostumbrado a ciclos cortos, tarifas elevadas y exclusividad”

El CEO de Dazn Group analiza en conversación con 2Playbook el futuro de la plataforma, su nuevo plan estratégico y asegura que sus principales mercados, entre los que se encuentra España, serán rentables en 2023.



Álvaro Carretero 29 de marzo de 2023

Dazn aterrizó en España en 2019. Lo hizo de la mano de competiciones premium como MotoGP, Euroliga o Premier League. Cinco años después, su catálogo ya incluye las principales competiciones de motor, boxeo y fútbol masculino y femenino, y su CEO, Shay Segev, subraya en esta entrevista con 2Playbook que “nuestros principales mercados serán rentables en 2023”. Estos son España, Italia, Reino Unido, Japón y Alemania. Lo hará diversificando productos y servicios y gracias al ajuste en los precios de las tarifas, adaptados a la fuerte inversión realizada por la plataforma en la compra de derechos deportivos. En paralelo, sigue construyendo su OTT global y con su estrategia de tejer alianzas también globales con gigantes como Amazon y otros *stakeholders*.

¿El objetivo? Alcanzar la rentabilidad en 2024 tras facturar ya más de 2.300 millones de dólares y recibir una inversión acumulada de 6.000 millones.

¿Cómo ha cambiado el ecosistema audiovisual con la creciente penetración de las OTT?

Estamos asistiendo a un cambio demográfico y, sobre todo, en la forma en que la gente consume los medios de comunicación. Los aficionados al entretenimiento y al deporte están creando una nueva experiencia de visionado más envolvente y rica a través de segundas, terceras e incluso cuartas pantallas. Lo que estamos haciendo es integrar esas experiencias en un solo lugar, a través de nuestra aplicación.

¿El deporte parte con ventaja respecto a otros sectores en estos cambios?

Creemos que el deporte se encuentra en una posición única para sacar partido de estos cambios en las formas de consumo, ya que los aficionados buscan las funcionalidades sociales, de *gaming*, de *merchandising* y de apuestas a las que ya tienen acceso, a poder ser en un solo lugar. Además, con nuestra tecnología, nuestros datos y nuestras herramientas de marketing podremos ofrecer a los aficionados lo que quieren y adaptado a los diferentes gustos generacionales. Dazn puede servir de puente entre los titulares de los derechos y la base de aficionados a la que quieren llegar, al tiempo que conocen y aprenden lo que quieren los aficionados más nuevos y jóvenes.

¿Las plataformas de *streaming* han superado ya la fase de experimentación e inversión?

Se discute mucho sobre cuál es la siguiente fase de desarrollo para las plataformas de *streaming*, y está claro que hemos visto muchos cambios en los últimos años incluyendo fases de inversión y experimentación. Los consumidores son cada vez más exigentes en términos de calidad. No sólo en cuanto a contenidos, aunque eso es importante, sino también en cuanto a los productos y servicios disponibles en la plataforma que deciden utilizar. La inversión de Dazn en contenidos, no sólo en nuestros mercados principales de España, Alemania, Italia y Japón, sino también a nivel mundial con acuerdos como el Game Pass International de la NFL, ha sido nuestro objetivo en los últimos años, y seguirá siendo importante.

¿En qué fase se encuentra actualmente el sector del *streaming*?

Ahora estamos entrando en una fase de desarrollo y ejecución de productos y servicios que complementarán y aumentarán la oferta de contenidos. Cosas como *watch parties*, contenidos hiperpersonalizados y ofertas a medida son lo que demanda el consumidor moderno. Además, a medida que nuestro alcance y nuestra base de consumidores sigan creciendo, los titulares de derechos se verán atraídos por la plataforma para acceder a sus fans actuales, acercarse a nuevos fans potenciales y para comprender mejor lo que ambos grupos quieren de ellos en el futuro.

¿Nos dirigimos hacia un escenario de mayor concentración de contenidos?

Sin duda, estamos viendo cómo las empresas abandonan el enfoque del *walled garden* (jardín amurallado): se puede acceder al contenido, pero sólo bajo pago, pero esta no es nuestra filosofía. Somos socios pragmáticos que queremos que la mayor audiencia posible pueda acceder a nuestro servicio. Así que, si eso significa que en Alemania o Italia es a través de Sky, o que a nivel global es vía Amazon Prime Video, perfecto. Confiamos en que una vez que la gente acceda a Dazn quiera más y que, si acceden a través de nuestra propia aplicación, vean el resto de productos y servicios adicionales. Nuestro máximo objetivo es construir un destino digital de referencia para todos los aficionados al deporte donde encuentren el universo de entretenimiento deportivo que quieren; cómo lleguen a él es lo de menos.

¿Por qué es tan importante concentrar a los usuarios en una misma plataforma?

Tenemos un enfoque híbrido. Nuestra principal estrategia de mercado consiste en adquirir, al precio adecuado, derechos deportivos domésticos de primer nivel, como LaLiga en España, y atraer a los aficionados de pago a un producto *premium*. Así es como funciona más eficazmente el ciclo de inversión de las grandes ligas y competiciones deportivas. También queremos ser el lugar en el que los deportes consigan audiencias globales, o en el que las propiedades de interés global puedan llegar a sus seguidores de la forma más eficaz. Esto significa que atraer a más gente a la plataforma crea un círculo virtuoso: mejores contenidos, más productos y servicios, mayores oportunidades tanto para los aficionados como para los titulares de los derechos.

¿Cómo será Dazn dentro de tres o cinco años? ¿Será muy diferente de la plataforma que conocemos hoy?

Aún somos empresa en proceso de madurez. Mi reto, junto con el del resto del equipo directivo, es aprovechar el buen trabajo y los fuertes niveles de inversión realizados hasta ahora y utilizar esa base para impulsar las capacidades y la oferta al consumidor. Este año empezaremos a ver cómo parte de ese duro trabajo se traslada a la aplicación a través de los nuevos productos y servicios, que se están implantando en España, Italia y Reino Unido. También queremos servir de puente para los clientes que desean una experiencia deportiva más tradicional, pero con la posibilidad de acceder a más contenidos de forma flexible, ya sea por dispositivo o por región.

Netflix, Disney, Amazon... Todas ellas producen sus contenidos o pueden comprarlos a escala global. En deportes, sin embargo, la compra de derechos siempre se ha basado en el mercado local y requiere negociar país por país. ¿Cambiará a medio plazo con la entrada de más OTT que operen a escala global?

No veo que la estrategia híbrida de Dazn vaya a cambiar demasiado a corto o medio plazo. Existe un reto con las asociaciones y ligas, que se han acostumbrado a ciclos cortos, tarifas elevadas y exclusividad territorial. Pero eso está cambiando. Un aficionado a un club, una liga o un deporte puede estar en cualquier parte del mundo, y la oportunidad de interactuar con ese individuo

de manera que se cuide y desarrolle esa relación es algo que todos los deportes están luchando por abordar adecuadamente. Los deportes van a tener que diseñar sus propias estrategias híbridas, y ahí es donde entrarán en juego la tecnología plataformas globales como Dazn.

Dazn anunció recientemente su acuerdo con Amazon, ¿por qué es importante integrarse con otras plataformas de gran consumo?

Como decía, queremos ser muy pragmáticos y el acuerdo con Amazon Prime Video es un gran ejemplo de por qué es fundamental para nuestro éxito. Se ha demostrado que el enfoque de *walled garden* no funciona. Es un principio básico de retail: para que la gente compre tu producto, tienes que ponerlo en el escaparate, y Prime Video es uno de los mayores escaparates del mundo. También es un gran acuerdo para Amazon porque consiguen una oferta deportiva de primer nivel.

¿Qué papel desempeñará la producción interna de contenidos a corto y medio plazo?

Hemos tenido éxito con los contenidos propios, y hemos hecho películas y documentales como *El Fenómeno*, *The Fall* y *Green Lions*, y no lo descartaría categóricamente en el futuro. Pero en este momento nos centramos en nuestra cartera de derechos y en la mejor manera de ofrecerla a nuestros clientes y apoyarla con la combinación adecuada de programas adicionales que ofrecen análisis y entretenimiento.

¿Es la recurrencia de suscripciones el gran reto de las plataformas digitales?

La retención de clientes es importante para cualquier negocio, pero supone un reto especial cuando el principal atractivo para algunos es el contenido estacional, como las ligas nacionales de fútbol. Lo que estamos haciendo es crear una estrategia de precios escalonados que recompensa a los clientes por suscribirse anualmente. Es importante recompensar la fidelidad, a diferencia de algunos modelos de negocio que incentivan constantemente a los nuevos clientes. Pero también es necesario tener una mayor oferta de contenidos a los que puedan acceder esos clientes, para que no sólo se benefician desde el punto de vista del precio, sino que también obtengan un catálogo cada vez mayor de deportes globales, como la Liga de Lucha Profesional, o nuestro contenido de boxeo de Matchroom con Anthony Joshua, o los deportes extremos. A medida que crecemos y ofrecemos más deportes durante todo el año, el racional para mantener tu suscripción será aún más convincente.

¿Es posible monetizar una inversión tan elevada sólo a través de suscripciones o se necesitan otras líneas de negocio complementarias?

Por supuesto. Ya vamos camino de ser rentables en la mayoría de nuestros mercados principales a finales de 2023. Ahora que hemos alineado nuestros precios con los contenidos *premium* que tenemos en esos mercados, el negocio empieza a tener mucho más sentido. Y todo esto sin haber empezado a ofrecer las otras posibles fuentes de ingresos que permite nuestra oferta digital. La suscripción seguirá siendo el principal motor de ingresos del negocio, aunque

con el tiempo se reducirá su contribución porcentual. Eso es lo emocionante, que estamos solo al principio de extraer todo el potencial de nuestra plataforma. Aún queda mucho por hacer a medida que seguimos creciendo, ampliando nuestro alcance e innovando hacia un nuevo mundo en lo que a consumo de entretenimiento deportivo y comportamiento de los aficionados se refiere.

María Valenzuela, entre los ponentes del NEM Dubrovnik 2023

28 marzo, 2023

Del 5 al 8 de junio, tiene lugar la nueva edición del NEM Dubrovnik, mercado de televisión de referencia en la zona de Europa Central y del Este. En su 10 aniversario, la empresa organizadora Mediavision llevará a unos 60 profesionales a participar en el programa de conferencias, incluyendo diez figuras con ponencias, entre las que está la española María Valenzuela, directora general de MovistarPlus+ International.



Imagen de la edición 2022 de NEM Dubrovnik

Desde 2013, la ciudad costera croata Dubrovnik ha sido un punto de encuentro ineludible para el mercado televisivo, especialmente enfocado en la región de Europa Central y del Este. Durante cuatro días, se pueden conocer las últimas tendencias de la industria y las estrategias de las empresas en un mundo tan cambiante.

En años pasados, por NEM Dubrovnik han pasado representantes de empresas como Eutelsat, Deutsche Telekom, A1 Telekom Austria Group, United Group, Comcast, Irdeto, NAGRA, Global Agency i Warner Bros. Discovery and AMC Networks International, BBC Studios, Paramount, Disney, NBCUniversal,

Fremantle, Sony Pictures Television, Pickbox, MGM, all3media, Banijay, ITV Studios Global Entertainment, Viasat World, Telekom Srbija Group, First Serbian Television, ZDF, BETA Film, HRT, Nova TV, RTL Croatia, RTL Hungary y muchos más.

La organización ha anunciado 9 de los 10 ponentes principales de la edición 2023: Victoriya Boklag (CEO de United Group), Jamie Cooke (GM CEE, Baltics, Middle East, Mediterranean, Turkey y EMEA Pay TV y Creative Agency en Warner Bros. Discovery), Louise Pedersen (CEO de All3Media International), Frank Spotnitz (CEO & Executive Producer de Big Light Productions), Monty Sarhan (CEO de SkyShowtime), Melinda Szabó (Senior Vice President de B2C Commercial Growth Europe, Deutsche Telekom), Dušan Švalek (Deputy CEO de CME), Maria Valenzuela (Directora General de Movistar Plus+ International) y Moritz von Kruedener (Managing Director de Beta Film).

«Tengo muchas ganas de que llegue el NEM Dubrovnik en junio. La lucha por la atención de los espectadores nunca ha sido tan encarnizada como ahora. Con empresas audiovisuales locales, agentes globales de entretenimiento, creadores de contenidos y operadores de telecomunicaciones todos juntos, es una gran oportunidad para compartir puntos de vista e intentar predecir el futuro», Victoriya Boklag, CEO de United Group

“Habiendo completado recientemente el despliegue de SkyShowtime en nuestros mercados, incluyendo Europa Central y del Este, es un gran momento para unirnos a los profesionales de la industria en NEM Dubrovnik. Estoy deseando poder llevar a cabo la ponencia y estar presente en el evento para celebrar su 10 aniversario”, Monty Sarhan, CEO de SkyShowtime.



Nieves Sánchez, responsable de programación y adquisición de contenido de Warner TV ·

ENTREVISTA

Nieves Sánchez, sobre el cambio de TNT a Warner TV: “Nunca vamos a adquirir contenidos, aunque sean de la propia compañía, que no encajen”

A partir del 14 de abril, el canal de pago TNT desaparecerá y pasará a llamarse Warner TV. Su responsable de programación cuenta a Kinótico qué implica el cambio de marca y promete a los espectadores que el espíritu, entretener, se mantendrá

En solo unos días, TNT dejará atrás las tres letras de una marca tan consolidada y asociada al entretenimiento como la suya para pasar a llamarse Warner TV en un cambio que, en palabras de Nieves Sánchez, responsable de programación y adquisición de contenido, “tenía que pasar”. En una entrevista telefónica con Kinótico explica las razones de este movimiento y lo que esto implicará para el canal de pago.

“Realmente, es un cambio que tenía que pasar. Nos alineamos así con el resto de canales Warner en Europa”, explica Sánchez, quien recuerda también que TNT en España era el único canal de Warner Bros. Discovery que aún no había sido rebautizado, por decirlo así. La fecha elegida para el paso de una marca a otra no es aleatoria, sino que han decidido alienarlo con el aniversario del estudio Warner Bros.

“Hemos visto la palanca perfecta. El centenario es el día 4 de abril y nosotros lanzamos justamente el fin de semana del 14. Llevamos trabajando bastantes meses y era un proyecto del que ya se venía hablando en el pasado. Con la nueva compañía, Warner Bros. Discovery, tenía todo el sentido ya que Warner es una marca de prestigio a nivel mundial, es una de las marcas de medios más conocida internacionalmente y nos ayuda muchísimo”, resume la responsable de programación y adquisiciones del canal.

En una conversación previa hablamos con ella del valor de una marca tan reconocida como la de TNT y cómo eso ha ayudado al canal a posicionarse en un mercado con muchos jugadores. Sobre cómo afectará dejar atrás ese nombre, su respuesta es que será beneficioso porque van “a disfrutar de la sinergia de la compañía”. Ahí entra el incluir en su programación contenidos tanto de HBO como de Discovery sin olvidar franquicias tan consolidadas como ‘Friends’ y ‘The big bang theory’.

En el caso de HBO, el primer contenido que podrá verse es ‘Nadie sabe nada’. De Discovery incide en la importancia de estrenar ‘Expedición: Regresó al futuro’, programado para el fin de semana del lanzamiento de la nueva marca. Este consiste en un especial de cuatro episodios en el que el actor Christopher Lloyd, el mítico Emmett Brown de saga, y el presentador Josh Gates, recorren “diferentes localizaciones icónicas de Hollywood buscando los DeLorean con los que grabaron las películas”.

Estos dos programas son una muestra de cómo se beneficiará el canal de las nuevas sinergias y cómo esto contribuirá a la idea de diferenciarse que estaba presente bajo la marca TNT y seguirá bajo la nueva en “un momento ingente de contenidos” en el que hay que seguir diferenciándose “dentro de la televisión de pago”.

Más fácil acceso a más contenidos

Con cada vez más jugadores en el escenario de la adquisición, Sánchez explica a Kinótico que “si hace unos años existía un mercado de adquisición de series que era superclaro, donde la cita principal eran los screenings de Los Angeles en mayo, y donde las majors presentaban principalmente las series que iban a conformar la parrilla americana en el siguiente otoño, esto ha cambiado con la llegada de las nuevas plataformas. Por una parte, la producción de series se ha hecho ingente, es poco abarcable incluso, y se están produciendo series y presentando a lo largo de todo el año. Se están consumiendo actualmente más series que nunca, pero se han dividido los players que ofrecemos el contenido. Por otra parte, ha pasado una cosa, que es la que las majors tienen sus propias plataformas de streaming. Con lo cual, nos encontramos en un escenario nuevo”.

Con acceso a la producción de Warner Bros. Discovery, el proceso de adquisición para el canal se facilita, pero las guías no cambian. La responsable de programación de Warner TV aclara que “nosotros tenemos siempre como principal directriz contenidos que sean afines a nuestra marca de canal, nunca vamos a adquirir contenidos, aunque sean de la propia compañía, que no encajen. Nunca

lo hemos hecho y ahora, por estar dentro de esta empresa grande y gigantesca, no va a ser diferente. Pero sí que es verdad que vamos a tener más fácil acceso y podemos enriquecerlo con cosas que antes era más difícil acceder a ellas". El ejemplo más evidente de esto sería 'Joker', película elegida para el día de inauguración de Warner TV.



Christopher Lloyd, el mítico Emmett Brown de 'Regreso al futuro'

Esas sinergias que menciona Sánchez no afectarán a tipo de contenido que siempre ha ofrecido TNT y por el que le identifican sus espectadores. "El espíritu de puro entretenimiento sigue siendo el mismo, vamos a dar al espectador lo que está esperando ver en nuestro canal, que está definido, y eso no lo vamos a cambiar. Vamos a seguir con las mismas bases y los mismos valores, lo enriquecemos y nos alineamos, que es muy importante también decirlo. Porque antes había varios canales en Europa de TNT y ya todos son Warner TV... era nuestro momento", concluye.

Estrategia de producción propia

En los últimos años TNT ha producido algunas de las series más aplaudidas por la crítica y premiadas. Suyas son 'Maricón perdido', 'Vota/Vamos Juan' ('Venga Juan', la última temporada, se emitió en HBO Max) y su éxito más reciente, 'No me gusta conducir'. En los tres casos, con creadores del talento de Bob Pop, Diego San José y Borja Cobeaga. De si la estrategia de producción propia cambiará como Warner TV, Sánchez comenta que se está trabajando en ello, "todavía no podemos adelantar nada porque todavía no está, no está perfilado del todo".



LA SEGUNDA VIDA DE LAS SERIES QUE NO TRIUNFARON EN TELEVISIÓN

Ficción. Seis series de Mediterráneo, productora de Mediaset, están entre lo más visto en Netflix y Prime Video tras cosechar audiencias discretas en su paso por la tele

Por Esther Mucientes (Madrid)

El cambio que ha supuesto la aparición de las plataformas para la ficción y para las productoras, acostumbradas a crear contenidos sólo para la televisión en abierto, ya es un hecho. El éxito que están consiguiendo vía *streaming* determinadas ficciones que pasaron sin pena ni gloria por las televisiones o que triunfaron hace años sí que está suponiendo una auténtica sorpresa para sus creadores. Es lo que le está sucediendo a Mediterráneo, productora de Mediaset.

Esta productora se ha encontrado con varias de sus series colocadas en lo más alto de los contenidos más vistos de plataformas como Netflix o Prime Video. Ahora mismo Mediaset tiene en el Top 10 de las dos plataformas seis de sus productos. En Netflix, destacan *Entrevías*, con José Coronado, y *El Príncipe*, cuyo último capítulo fue en 2016. En Prime Video triunfa la veterana *La que se avecina*, además de *Escándalo*, relato de una obsesión, que en su emisión en Telecinco no superó el 6,5% de *share* y en la plataforma está en

lo más alto; *Desaparecidos*, en lo más alto incluso emitiéndose en Telecinco la segunda temporada; y la docuserie *Influencer*, que desde su estreno, hace dos semanas, ha ido escalando puestos hasta colocarse en el Top 5.

«Al final el contenido de lo audiovisual es como los libros: Todos los días salen libros nuevos y hay tantas novedades que a veces te abruman, pero las obras tienen un lector y con las series ocurre lo mismo», explica Ana Bustamante, directora general de Mediterráneo Mediaset España, que explica este éxito inesperado gracias a que las plataformas están permitiendo dar una segunda vida a series que, o bien no triunfaron en la televisión lineal, o bien, en otros tiempos hubieran muerto en el mismo instante que su capítulo final, como es el caso de *El Príncipe*. «Descubres una serie que no has visto, cae en tus manos y encuentras un tesoro».

Aprovechando la explosión del mercado audiovisual y el consumo a la carta, Mediaset tomó hace tiempo una decisión que le está dando pingües resultados en los contenidos vía *streaming*. Mientras el grupo vive una de sus mayores crisis de audiencia, sus ficciones se han convertido en todo un fenómeno en las plataformas. Bustamante no sabe explicar cuáles son las claves para que una serie se convierta en fenómeno, pero sí tiene claro el denominador común: «Es el boca-oreja. Te sientas en un bar y un amigo te dice que serie tendrías que ver. Eso es lo que hace que alguien la busque y entre».

Cierto que a *Entrevías* y a *El Príncipe* le acompañó también el éxito en la televisión en abierto, algo que con *Escándalo* no ha sucedido y que con *Desaparecidos* está costando, pero ambas son ahora mismo dos de las más vistas en Prime Video.

En el caso de *Escándalo*, la serie no marcó buenos datos en Telecinco, pero en las dos semanas que lleva en la plataforma no sólo se ha situado en el Top 10, sino que cada semana sube más. «Al final cuando te están dando algo que por lo sea te pillas en un día que no quieres verlo y que puedes esperar a que te la pongan en una plataforma entera, pues eliges verlo donde te viene mejor», afirma Bustamante. «Que esta serie haya tenido una audiencia menor que otras ficciones no quiere decir que no haya sido un éxito. Quizá no ha funcionado en audiencias, pero las series no son sólo audiencias».

Una serie puede no funcionar en un canal en abierto por una mala

José Coronado, protagonista de la serie 'Entrevías', una de las más vistas ahora mismo en Netflix. MEDITERRÁNEO

“Las series ya no dependen sólo de las audiencias”, dice Ana Bustamante, directora de Mediterráneo

programación o «porque hace sol y la gente sale a la calle», pero con las plataformas se puede elegir. «Cuantas más ventanas hay más posibilidades de producir», concluye Bustamante. «Los segundos platos son los principales en un menú y eso es lo que está sucediendo con nuestras ficciones».

PuroMarketing

Por Redacción **MARKETING** Mzo 28, 2023

¿Qué profesiones del sector del Marketing y la Publicidad se verán más afectadas por la inteligencia artificial?



Sin duda la inteligencia artificial está transformando la industria del marketing y la publicidad de muchas maneras, y es probable que algunas profesiones se vean más afectadas que otras. De forma general, todas las profesiones del marketing y la publicidad se verán afectadas por la IA en mayor o menor medida.

Inteligencia artificial ¿Oportunidad o amenaza para los profesionales de la Publicidad y el Marketing?

Podemos afirmar con certeza que la inteligencia artificial puede ser tanto una oportunidad como una amenaza para los profesionales del marketing y la publicidad. Por un lado, la IA puede ayudar a los profesionales a automatizar tareas rutinarias y aumentar la eficiencia y precisión de sus estrategias de marketing. Por otro lado, la IA también puede reemplazar algunas tareas que antes eran realizadas por humanos, lo que puede reducir la demanda de ciertas habilidades.

Según el estudio de “Marketing 2025: A Survey of Industry Leaders” desarrollado por Forbes, el 97% de los profesionales del marketing cree que la inteligencia artificial será importante en la industria en los próximos años. Además, de acuerdo a datos de Salesforce, el 61% de los profesionales del marketing ya han implementado la inteligencia artificial en sus estrategias de marketing, y el 27% planea hacerlo en un futuro cercano. En resumen, la inteligencia artificial se está

convirtiéndola en una herramienta cada vez más importante en la industria del marketing y la publicidad, y los profesionales del sector están reconociendo su valor y adoptándola en sus estrategias.

Dicho esto, a pesar de sus bondades, no cesan las preocupaciones sobre su impacto en innumerables oficios y profesiones dentro de la industria del Marketing y la Publicidad. A pesar de ello, la clave para aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas es desarrollar habilidades que complementen la IA y asegurarse de mantener un enfoque centrado en el cliente y ético en el uso de la tecnología. Es por ello importante, que los profesionales del sector estén al tanto de las tendencias y avances en la IA y se adapten a medida que surjan nuevos desarrollos y aplicaciones.

Son innumerables las profesiones que podrían verse afectadas por esta nueva era tecnológica que de alguna u otra forma, vayan experimentando cambios en la forma en la que se desarrollan dichos empleos. Todo ello debido a que la inteligencia artificial podría eliminar ciertas tareas que antes eran realizadas por humanos, lo que podría cambiar el panorama laboral del sector. En este sentido, podemos destacar como ejemplo, algunas profesiones o profesionales del sector del marketing y la publicidad, y de que forma podrían verse más afectadas por la eclosión de inteligencia artificial:

Analistas de datos: La IA puede ayudar a recopilar y analizar grandes cantidades de datos en tiempo real, lo que significa que los analistas de datos pueden tener que adaptarse a nuevas herramientas y tecnologías para procesar estos datos.

Especialistas en SEO: La IA ha cambiado la forma en que se indexan los motores de búsqueda y ha creado nuevas formas de clasificación de contenidos. Los especialistas en SEO pueden tener que ajustar sus estrategias de optimización de motores de búsqueda para adaptarse a estos cambios.

Creativos publicitarios: La IA ha demostrado ser capaz de generar contenido publicitario, lo que podría afectar a los creativos publicitarios que trabajan en la creación de anuncios.

Profesionales de la automatización del marketing: La IA puede automatizar muchas tareas de marketing, lo que podría afectar a los profesionales de la automatización del marketing que trabajan en la creación de campañas de correo electrónico y automatización de flujos de trabajo.

Profesionales de análisis de redes sociales: La IA puede analizar grandes cantidades de datos de redes sociales, lo que podría afectar a los profesionales de análisis de redes sociales que trabajan en la creación de informes y análisis de tendencias.

Especialistas en publicidad en línea: La IA puede ayudar a optimizar la orientación de la publicidad en línea, lo que podría afectar a los especialistas en publicidad en línea que trabajan en la creación y gestión de campañas publicitarias digitales.

Gestores de redes sociales: La IA puede ayudar a programar publicaciones, identificar contenido viral y responder automáticamente a ciertos tipos de comentarios en redes sociales, lo que podría afectar a los gestores de redes sociales que trabajan en la gestión y el crecimiento de las cuentas de las empresas.

Especialistas en experiencia del cliente: La IA puede ayudar a personalizar la experiencia del cliente, lo que podría afectar a los especialistas en experiencia del cliente que trabajan en la creación de estrategias de atención al cliente y en la gestión de la relación con los clientes.

Profesionales de marketing de contenidos: La IA puede ayudar a crear y distribuir contenido de manera más efectiva, lo que podría afectar a los profesionales de marketing de contenidos que trabajan en la creación de estrategias de contenido y en la gestión de blogs y sitios web.

Directores de marketing: La IA puede afectar la toma de decisiones en marketing, lo que podría afectar a los directores de marketing que trabajan en la estrategia general de marketing de la empresa.

Estos son solo algunos ejemplos de las profesiones que podrían verse afectadas por la IA en el sector del marketing y la publicidad. A medida que la tecnología continúa evolucionando, es probable que surjan nuevas oportunidades y desafíos para los profesionales de la industria.

Mar 27, 2023 7:00am PT

What the Near Future Holds for Media & Tech

By **Heidi Chung, Andrew Wallenstein**



With the first quarter of the year already over, there are still so many unanswered questions in media and technology circles about what will happen as 2023 rolls out. Variety Intelligence Platform made more than a few bold predictions earlier this month in a presentation of its "Trend Tracker" special report at SXSW. Read on to find out what our experts predict will shake out.

Expect a Writers Strike

Negotiations between the Writers Guild of America and the studios began March 20, and with a wealth of complex issues on the table — detailed in the VIP+ special report "Time to Strike?" — it's hard to believe a deal can come to pass without erecting picket lines.

The studios' parent companies have been hit too hard on Wall Street over the past year to feel charitable, whether it comes to streaming residuals or pension funds.

The writers are more unified than ever, and they're emboldened by their successful 2020 standoff with the talent agencies to go the mat with so much on the line. The only question this time around is how long the strike will last; the 2017-18 one spanned 100 days.

Even though the economic backdrop is not ideal for dealmaking, we've already seen a few content companies receive some big investments. So, while the pace of M&A has slowed in 2023, we could still see some deals across a few categories such as paid streaming and gaming.

The Next Media M&A Will Be...

The most likely target this year is WWE, which is clearly for sale and has no shortage of possible buyers.

Recent Big Media Mergers

Date Finalized	Companies	Value
Jun '18	AT&T > Time Warner	\$85B
Mar '19	Disney > FOX	\$71B
2023*	Microsoft > Activision Blizzard	\$69B
Apr '22	WarnerMedia > Discovery	\$43B
Oct '18	Comcast > Sky	\$39B
May '22	Take-Two > Zynga	\$13B
Dec '19	CBS > Viacom	\$12B
Mar '18	Discovery > Scripps Networks	\$12B
Aug '19	Sinclair > Fox Sports Networks	\$10B
Mar '22	Amazon > MGM	\$8.5B
Mar '21	Microsoft > ZeniMax	\$7.5B
Jan '22	Univision Holdings > Grupo Televisa	\$4.8B
Jul '22	Sony > Bungie	\$3.6B

Other sub-scale entertainment companies that could get scooped up include Lionsgate and AMC Networks, though probably not before the end of the year.

But don't expect sizable Big Tech deals. Lawmakers have their sights set on Silicon Valley, as they look to reign in monopolistic maneuvers.

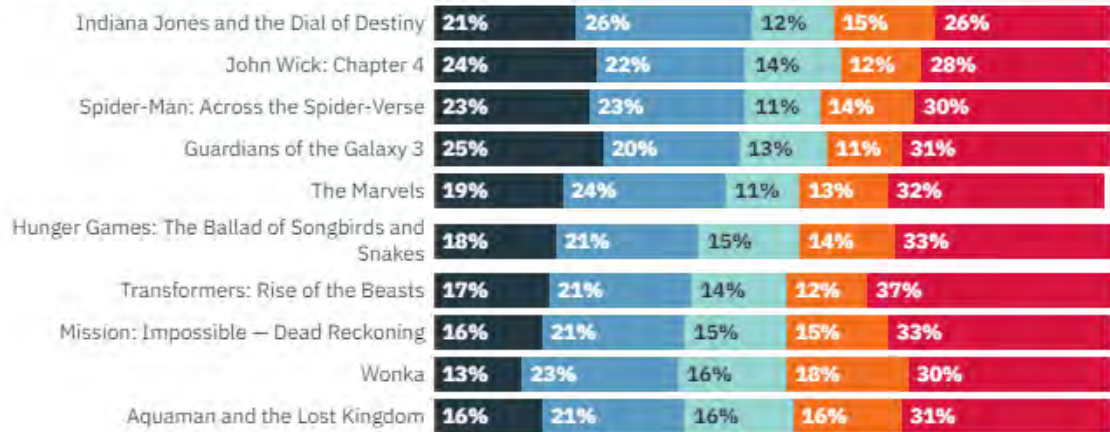
U.S. Box Office Won't Fully Recover

2023 box office has shown signs of life beyond the blockbusters that once seemed to be the only titles to soar, including Disney's "Avatar: Way of the Water." "Creed III," "Scream VI" and "Cocaine Bear" have all performed above expectations, meaning domestic box office is performing significantly better than it did by March of last year. There are lots more titles in the coming months that validate renewed confidence.

Most Anticipated 2023 Film Releases

Based on U.S. adults who were shown trailers for each film

● Very interested ● Somewhat interested ● Never heard of ● Not too interested ● Not interested at all



Regardless, don't expect a full-year recovery that would see 2023 box office get within striking distance of the double-digit billion figures Hollywood racked up in 2018 and 2019 before the pandemic.

The audience has gotten too accustomed to shrunken release windows putting movies on streaming quicker than ever, disincentivizing the kind of theater attendance of yesteryear.

Next NBA Rights Deal Will Go To...

While a growing number of TV rights packages tied to pro leagues are being siphoned away by streaming services, media companies such as Disney and Warner Bros. Discovery are likely to pay through the nose to retain the NBA games they currently split.

That said, they probably can't afford to keep everything they've already secured through 2024-25, which is why they've probably already waived their rights to negotiate exclusively so that the league does the inevitable: slice off a portion of games for a deep-pocketed tech partner, which could be Apple or Amazon and maybe even Netflix.

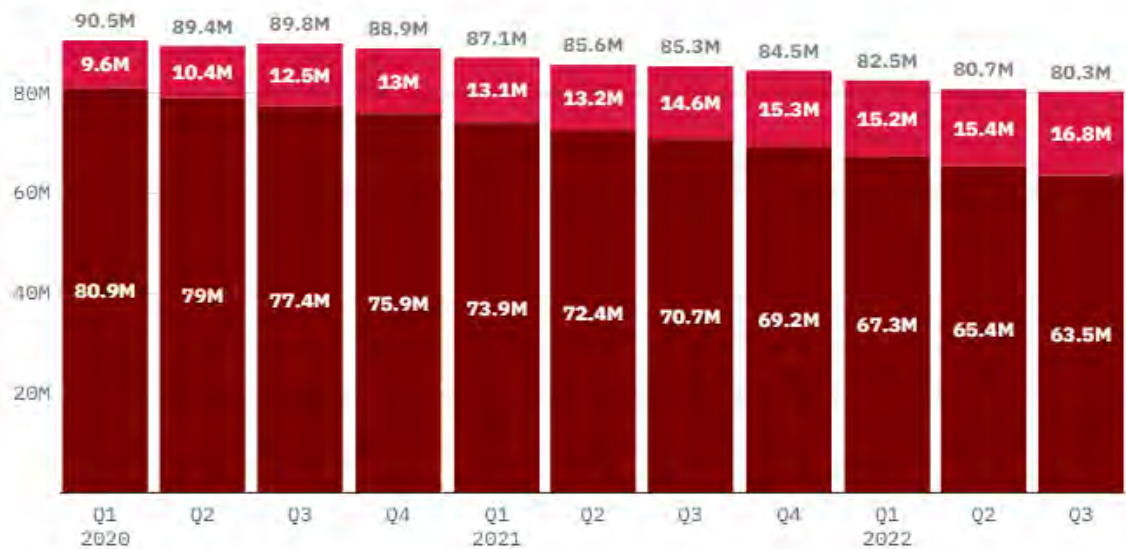
Cord-Cutting Will Accelerate Further

Pay TV subscriptions are declining at record levels, with 2022 being the worst we've seen yet. And cord-cutting will only get worse from here on out.

Pay TV is the most expensive it's ever been, and with consumers being more cost conscious than ever, cutting the cord seems a natural way to tighten the belt. On top of that, an even bigger cord-cutting driver will be prompted by NFL Sunday Ticket moving from DirecTV to YouTube TV in the fall. There just aren't many younger generations paying for TV subscriptions, and it's a trend that will not reverse.

U.S. Pay TV Subscribers

● MVPD ● VMVPD



Peak TV Has Finally Peaked

After a decade of incredible growth, gravity will finally have its way with the peak TV trend. While streaming's content volume has made up for the output decline at broadcast and cable, the total number of originals should level off in 2023, as Netflix trimmed its spending by 5% and Disney cut \$3 billion out of its own content budget.

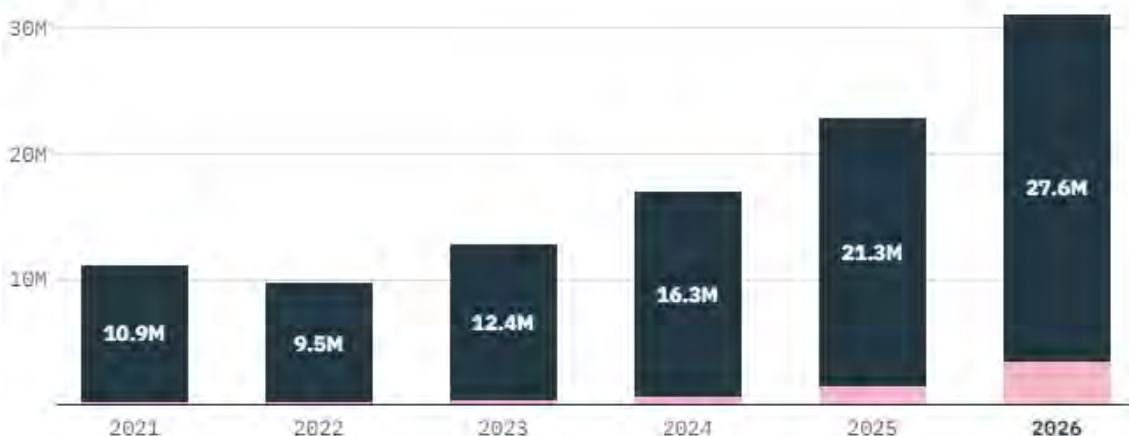
Which isn't to say there's a massive decline, though if there's a writers strike, the scripted tonnage will definitely take a significant hit.

Virtual Reality Will Get a Jolt From...

Apple is expected to unveil a mixed-reality headset in the second half of 2023, which is just the catalyst this market needs to shake off a weak 2022.

Global AR/VR Headset Shipment Forecast

● AR ● VR



Shipments of VR headsets actually declined year-over-year despite the fact Meta has been so dominant with its Quest product line, but don't be surprised if that company takes its foot off the gas as its metaverse plans fizzle and Mark Zuckerberg tightens his belt to please Wall Street.

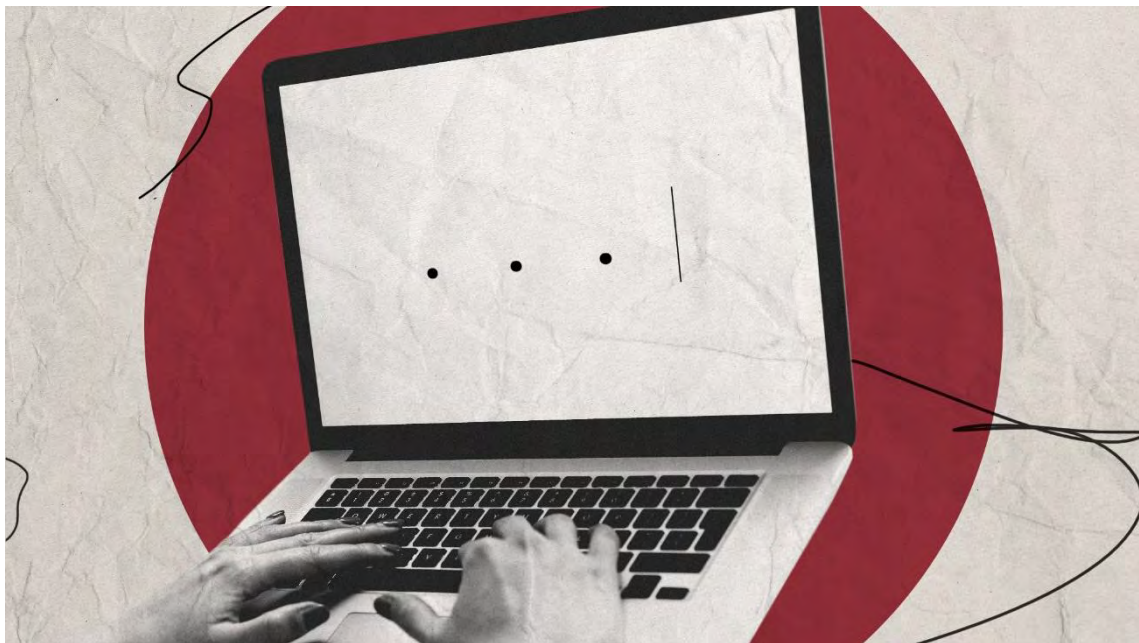
Don't expect anything from Apple to be some kind of iPhone-like overnight sensation — its first product will likely be very expensive — though history tells us this company makes a splash in any hardware category it enters.

HOME BUSINESS BUSINESS NEWS

Disney, Major Studios Get \$30M From Illegal Streaming Sites Amid Piracy Crackdown

Studios and production companies have aggressively been enforcing their copyrights to combat piracy.

BY WINSTON CHO MARCH 27, 2023 4:15PM



THR ILLUSTRATION / ADOBE STOCK

A coalition of top movie and TV studios have secured a \$30 million judgment against the operator of two illegal streaming sites.

The studios and defendant Dwayne Johnson (no relation to the actor) agreed to resolve the suit in a deal that includes an injunction barring him from continuing to operate any service that allows users to pirate movies, according to court documents filed on March 27.

Universal, Disney and Netflix sued Johnson in Dec. 2021 for copyright infringement. Universal, Warner Bros., Paramount and Apple, among others, also joined in the suit.

The extent of the piracy was “massive,” according to the complaint. Johnson operated two services, AllAccessTV (AATV) and Quality Restreams, that sold subscriptions to copyrighted movies and TV shows — including the Harry Potter and Jurassic Park movies as well as The Office — through thousands of live channels and video-on-demand offerings. The live channel feed allowed users to access major networks like HBO, Cinemax and NBC. Consumers could download the platforms on their devices.

The settlement comes as studios and production companies are increasingly taking entities to court for copyright violations stemming from the illegal streaming of content. In September, a trio of lawsuits from Voltage Pictures and other copyright owners against internet service providers for refusing to expel customers who repeatedly pirated their movies settled. Copyright law is the weapon of choice for intellectual property owners who are increasingly asserting their ownership rights to combat illegal streaming.

Subscription plans included VOD access for an additional \$15 per month on top of the monthly \$25 base plan. It organized content into numerous categories, including the streaming services on which the movie and TV shows aired.

The suit claimed that Johnson knew his conduct was illegal. It pointed to “concerted efforts to conceal the unlawful enterprise” by using a site that purports to sell VPN software but actually sells subscriptions to his services. If copyright infringement is willful, the owner is entitled to statutory damages of up to \$150,000 per infringed work.

Johnson allegedly generated \$3 million in annual revenue from AATV, according to the complaint.

HOME BUSINESS BUSINESS NEWS

Disney Layoffs Start This Week, Bob Iger Tells Employees As 7,000 Cuts Loom

There will also be a "larger" round of layoffs in April, and a third round before summer. "There will no doubt be challenges ahead as we continue building the structures and functions that will enable us to be successful moving forward," the CEO told staff in a memo.

BY ALEX WEPRIN MARCH 27, 2023 9:05AM



Disney CEO Bob Iger JEFF KRAVITZ/FILMMAGIC

The layoffs at The Walt Disney Co. will start this week.

In a memo to employees Monday, Disney CEO Bob Iger said that the company will now begin the process of notifying impacted staff, with two more rounds of cuts planned in the next couple of months.

Iger said in February that the company would shed 7,000 jobs as the company restructures around three core divisions: Disney Entertainment, ESPN, and Parks, Experiences and Products. The cuts are "necessary for creating a more effective, coordinated and streamlined approach to our business," Iger wrote on March 27, adding that senior leaders have been evaluating their operational needs since he announced the cuts.

Iger said in his memo that a second round of layoffs planned for April will be “larger” than the round this week, with “several thousand” cuts set to take place at that time. A third round of cuts will take place “before the beginning of the summer to reach our 7,000-job target.”

“For our employees who aren’t impacted, I want to acknowledge that there will no doubt be challenges ahead as we continue building the structures and functions that will enable us to be successful moving forward. I ask for your continued understanding and collaboration during this time,” Iger added. “In tough moments, we must always do what is required to ensure Disney can continue delivering exceptional entertainment to audiences and guests around the world – now, and long into the future.”

Iger returned as Disney’s CEO in November, with his successor and predecessor Bob Chapek departing after only about two and a half years on the job.

“The Board has concluded that as Disney embarks on an increasingly complex period of industry transformation, Bob Iger is uniquely situated to lead the Company through this pivotal period,” Disney’s board chair Susan Arnold said at the time.

In his first move after taking over, Iger ousted Chapek lieutenant Kareem Daniel, who ran the Disney Media and Entertainment Distribution Division, which was responsible for essentially all of the company’s non-parks revenue. Iger subsequently said that DMED would be shuttered so that strategic decision-making and financial responsibility could return to the creative divisions.

Dana Walden and Alan Bergman were tapped to oversee Disney Entertainment, with Jimmy Pitaro continuing to lead ESPN, and Josh D’Amaro running the parks and products division.

It is not immediately clear what impact the cuts this week will have on Disney’s corporate structure, or which divisions will be impacted, though the three rounds are expected to involve essentially every division of the company.

Iger’s memo on March 27 is below.

Dear Fellow Employees,

As I shared with you in February, we have made the difficult decision to reduce our overall workforce by approximately 7,000 jobs as part of a strategic realignment of the company, including important cost-saving measures necessary for creating a more effective, coordinated and streamlined approach to our business. Over the past few months, senior leaders have been working closely with HR to assess their operational needs, and I want to give you an update on those efforts.

This week, we begin notifying employees whose positions are impacted by the company’s workforce reductions. Leaders will be communicating the news directly to the first group of impacted employees over the next four days. A second, larger round of notifications will happen in April with several thousand

more staff reductions, and we expect to commence the final round of notifications before the beginning of the summer to reach our 7,000-job target.

The difficult reality of many colleagues and friends leaving Disney is not something we take lightly. This company is home to the most talented and dedicated employees in the world, and so many of you bring a lifelong passion for Disney to your work here. That's part of what makes working at Disney so special. It also makes it all the more difficult to say goodbye to wonderful people we care about. I want to offer my sincere thanks and appreciation to every departing employee for your numerous contributions and your devotion to this beloved company.

For our employees who aren't impacted, I want to acknowledge that there will no doubt be challenges ahead as we continue building the structures and functions that will enable us to be successful moving forward. I ask for your continued understanding and collaboration during this time.

In tough moments, we must always do what is required to ensure Disney can continue delivering exceptional entertainment to audiences and guests around the world – now, and long into the future. Please know that our HR partners and leaders are committed to creating a supportive and smooth process every step of the way.

I want to thank each of you again for all your many achievements here at The Walt Disney Company.

Sincerely,

Bob

THE WALL STREET JOURNAL.

WSJ NEWS EXCLUSIVE BUSINESS

Disney Eliminates Its Metaverse Division as Part of Company's Layoffs Plan

The unit, once seen as developing a new form of storytelling, had about 50 employees



Plans for Disney's metaverse strategy remained unclear a year after the division was created.

By [Robbie Whelan](#) and [Joe Flint](#) March 27, 2023 10:34 pm ET

Mickey Mouse has left the metaverse.

Walt Disney Co. DIS 1.64% has eliminated its next-generation storytelling and consumer experiences unit, the small division that was developing metaverse strategies, according to people familiar with the situation, as part of a broader restructuring that is expected to reduce head count by around 7,000 across the company over the next two months.

Headed by Mike White, a former Disney consumer-products executive, the division was tasked with finding ways to tell interactive stories in new technological formats using Disney's extensive library of intellectual property, the people said.

All of the team's roughly 50 members have lost their jobs, the people said. Mr. White remains at the company, although what his new role will be is unclear.

Disney's former chief executive, Bob Chapek, hired Mr. White in February 2022, telling employees in an internal memo at the time that the goal was to "create an entirely new paradigm for how audiences experience and engage with our stories."

Mr. Chapek, who was succeeded as CEO by Robert Iger in November, had described the metaverse as "the next great storytelling frontier."

Plans for Disney's metaverse strategy remained sketchy a year after the division was created, although the company had hinted that the new technology might have applications in fantasy sports, theme-park attractions and other consumer experiences.

Mr. White was also involved in an effort last year to design a membership initiative that in some ways resembled Amazon.com Inc.'s Prime program, which would integrate customer data across multiple Disney platforms, including streaming service Disney+, online retail operations and smartphone apps that visitors to Disney's theme parks use to purchase food, merchandise and other products.

That effort has also been abandoned, according to people familiar with the matter.

Mr. Iger has been bullish about the metaverse. Last year, he invested in and joined the board of Genies Inc., a technology startup that sells tools allowing users to create elaborate online avatars for use in the metaverse.

Disney is under pressure from investors to make deep cuts to nonessential businesses. Last year, the company hired consultants from McKinsey & Co. to help find cost-cutting opportunities, a move that angered some top content executives.

In February, Disney announced it would make \$5.5 billion in cuts and cut about 7,000 jobs as part of a broader restructuring plan. Economic headwinds, stiff competition in streaming and dwindling revenues from cable TV and the cinematic box office have pressured many big media companies.

Slow growth in the popularity of the metaverse has frustrated tech companies that have bet on new entertainment formats. Meta Platforms Inc., the parent of Facebook and Instagram, has shifted billions in resources to the metaverse, only to find low user demand and widespread confusion among users about how to use the technology.

A Meta spokesman has said the company's metaverse efforts were always intended to be a multiyear project. He said it is easy to be a cynic about the metaverse, but that the company continues to believe it is the future of computing.

Write to Robbie Whelan at robbie.whelan@wsj.com and Joe Flint at Joe.Flint@wsj.com

Mar 27, 2023 10:05am PT

Cannes 2023: Thierry Fremaux on the Festival's Relationship With Hollywood, Scorsese, Netflix, Oscars and TikTok (EXCLUSIVE)

By **Elsa Keslassy**



Thierry Fremaux

Can the Cannes Film Festival top itself after a 2022 edition that premiered three picture nominees, “Top Gun: Maverick,” “Triangle of Sadness,” and “Elvis”? Cannes chief Thierry Frémaux certainly hopes so. In his first interview about the upcoming 76th edition, Fremaux tells Variety about his efforts to pull together another milestone edition, talks about his failed attempt to get a woman to preside over this year’s jury and his hopes to lure prestige U.S. indies, along with Hollywood studio movies, after proving once again last year that Cannes can be a strong launchpad for the awards season.

But some things won’t change, as Netflix isn’t planning a return to the festival. Other streamers, like AppleTV+, however, are expected on the Croisette with Martin Scorsese’s movie “Flowers of the Killer Moon.”

On the sponsor side, Cannes will be working with TikTok while keeping a close eye on the social media site’s political ties. The Official Selection will be unveiled in mid-April in Paris.

Last year around the same time, you were overwhelmed. How is it this year?

I'm always overwhelmed around that time of the year! The selection process is in full gear and I'm lucky to have a wonderful team with Christian Jeune, head of the film department, and Stephanie Lamome who joined us as artistic advisor. For the last two years, we had to absorb a surplus of productions due to the lockdown, for movies that hadn't been released in theaters. The festival wanted to open itself to more films to help them exist. That's why in 2021 and 2022 the selection was larger. It was a choice. But in 2023, we would like to go back to a more traditional size in order to launch films in the best possible conditions.

Are you in talks with Apple and Paramount over Martin **Scorsese's film "Flowers of the Killer Moon"**?

Yes, we're in discussions. For 2023, the important thing is to make sure that Martin Scorsese attends with his new film which is an important work. The last time he came with a film was for "After Hours" in 1986!

Will Netflix ever return to Cannes?

Netflix films are welcome. Since they don't come out in theaters they can premiere out of competition. Netflix is a big success story and a home for many film professionals; their movies would be welcomed triumphantly and benefit from a wonderful launchpad thanks to the festival. I'd like to convince them to come, to not stand aside. But I know they wish to be in competition – Ted [Sarandos] has a competitive spirit!

Your rule must change at some point, right?

The world is changing, but Cannes is a film festival that defends theaters. But the arrival of platforms and their contribution to the creative world is as important on a global scale. French windowing rules are already evolving and will continue to do so. The administration board of the Cannes Film Festival dedicates a lot of time to this issue. We discuss Netflix very often, and these are always enriching debates.

So Netflix will continue going to Venice...

It's clear that the Mostra profits from Netflix movies. But we don't have the same culture or recent history. At Cannes, we make it mandatory for the opening night movie to be released the same day in theaters, whereas at Venice last year, the opening night slot was reserved for a (streaming) platform. That would be inconceivable in France.

With Vincent Lindon in 2022 and Ruben Ostlund this year, it seems clear that **Cannes doesn't give in to the hype of having stars presiding over the jury. How do you assemble a jury?**

Stars and auteurs aren't incompatible. Cate Blanchett proved it recently by being a magnificent jury president. The presence of Ruben Ostlund who won the Palme d'Or twice is the guarantee that we're going to speak about cinema. We'd like to reaffirm the fact that cinema isn't just filmmakers and actors, but also crew members, musicians, screenwriters and producers. But it's more and more difficult to assemble juries.

Why?

Everyone works a lot! When you're a director you're making a film for theaters or for a platform. You make a series, you produce a documentary. When you're an actor, you make films and series. Same with crew members. And when people have one or two weeks of break, they stay home with the kids.

There's also yet another man presiding over the jury. Did you try to have a female jury president?

These past few years there's been more women presiding over the jury. And there is parity in the competition jury. But to answer your question very concretely for 2023, we had a beautiful list of potential female jury presidents and none were available.

In competition, there's been slightly more female directors in recent years but never more than five. Can we expect to see more in 2023?

I also hope there will be more. The place of women in film is progressing indeniably. The selections and nominations must reflect this progression more strongly. At the same time, we don't say enough that in 2021, female directors won Cannes, Berlin, Venice and San Sebastian. It was first time in history. That same year in 2021, in Cannes, female directors won all the prizes: Palme d'Or, short film, Golden Camera, Golden Eye for best documentary, Cinef, etc. We must cheer up about the evolution of things, not just throw our hands up as if nothing was ever changing. Because things are changing.

Will Cannes screen movies from filmmakers who are considered "canceled" such as Roman Polanski or Woody Allen? Both men have new films.

I don't think Roman Polanski's film is ready for Cannes. Maybe Woody Allen's film will be. We will position ourselves depending on the situation.

We heard that HBO's series "The Idol" was going to premiere at Cannes?

I've only seen one episode. It seemed promising.

What about the next "Indiana Jones"?

I saw it, the film is wonderful. We would be delighted to show it at Cannes.

There are rumors of Pedro Almodovar's short opening the Festival.

It's a short film, I believe, so no, not on opening night. It's a rumor, but I like rumors, they're part of the Cannes mythology.

The festival launched a new section, Cannes Première, two years ago. Are you keeping it?

Cannes Première is a success and shows that festival can still evolve. It's a "mini-section" which allows us to show movies from established filmmakers outside of the competition and to provide them with a spectacular launchpad. Movies like "The Night of the 12" by Dominik Moll and "As Bestas" by Rodrigo Sorogoyen greatly benefited from it. And these films are screened at the Debussy theater, which was the favorite of Jean-Luc Godard — whose name I'm happy to mention. The experience was positive and will be continued.

What about Un Certain Regard ?

More than ever, Un Certain Regard is a section dedicated to young, original and experimental cinema. It's meant to be about discoveries and emerging filmmakers. The selection of 2022 was a great harvest. We presented the films of 11 female directors and 11 male directors and some of them earned great reviews and resonated internationally, for instance "War Pony" from Riley Keough and Gina Gammel which received the Golden Camera, "Plan 75" from the Japanese director Chie Hayakawa, "The Worst Ones," and "Joyland," the first film of Pakistani director Saim Sadiq about trans identity which was banned in its home country but was shortlisted at the Oscars, along with (other Un Certain Regard titles) "The Blue Caftan" from the Moroccan director Maryam Touzani and "Mediterranean Fever" from the Palestinian director Maha Haj, to name a few examples.

How important is it for Cannes to showcase a panorama of world cinema?

Cinema tells the history of the world, and Cannes must tell the history of everyone, and not just that of the occidental world, as it was the case 50 years ago. In the past, Asian cinema was summed up by Japan and since the start of the 2000s, Korea, Singapore, Thailand and China have emerged. In Eastern Europe, it was all about Poland for a long time (wonderful memory of Skolimowski last year), and it's now Hungary's turn, and Romania, with the emerging of a formidable new generation. Northern Europe also has something to say, and how so! With Ruben Ostlund and Joaquim Trier, and the Danish, the Icelandic directors. Cannes is the theater of this greater universality, even beyond the competition because these films are also selected for Un Certain Regard and in the short films, at the Cinéfondation, etc.

How has the world cinema landscape changed?

It's growing ! And we should not forget Spanish, Mexican, English, German and Italian cinema. We hear that Italian cinema is chasing its past glory but I think its contemporary glory is wonderful! Take for example Alice Rohrwacher who presented "The Wonders" and "Happy as Lazzaro" in competition and came back last year with the short film "Le Pupille" which was nominated for an Oscar after opening in Cannes. And as we noticed a few years ago in Lebanon, Palestine and Israel, there is a new generation of professionals and artists in the Persian gulf. In Dubai, Qatar, Abu Dhabi, as well as in Saudi Arabia. We should get ready to salute the coming of age of this region.

What do you think about Saudi Arabia hosting the Red Sea Festival ?

I went there and met some dynamic young people. Saudi Arabia is a country of 35 million people which promotes local filmmaking, and wants to produce films and allow artists to emerge. We should salute this. Of course, there are geo-political considerations. But Saudi Arabia evolves, especially when it comes to women's place in society. It progresses, probably not fast enough from our Occidental standpoint but when we see what's happening in Iran and Afghanistan we have to look at this evolution in a positive light.

What about Qatar financing Maiwenn's next film ("Jeanne du Barry") with Johnny Depp? Could Qatar start financing more and more French movies?

I don't know. Qatar finances the Paris football club, so maybe they want to do the same with French cinema? We should ask them. Cinema is an elusive object and we must respect its uncertainty, fragility and magic. Pouring tons of money has never made movies better. To make movies exist, we need artists and professionals first and foremost.

And freedom of expression...

Indeed. Even the Hollywood studios, whose vocation is to generate profit, have always respected this immutable rule. Let's hope that the movies from the great American auteurs will find back their audiences in the U.S., that the public will once again enjoy the great and beautiful stories for grown ups. We're happy to see that these films are working well in France. I think our country was the best international territory for Damien Chazelle's "Babylon" and Steven Spielberg's wonderful film "The Fabelmans" is thriving over here.

Do you think that's partly why U.S. studios are coming back to Cannes ?

The friendship between France and Hollywood is historic. Studios have always liked coming to the Cannes Film Festival. It was founded in 1939 and organized in 1946 (after WW2) by France and the United States. 2023 will prove once again the strength of this bond, I'm sure of it! When it comes to American auteur films, they prefer to be released at the end of the year to be closer to the Oscars season. But I must say it again: We can be born in May at Cannes and still be alive in March at the Dolby Theater ! We prove it each year.

This year was a milestone in terms of Cannes movies at the Oscars. Did you feel that studios were more receptive when you met them recently?

Yes, it's wonderful to see "Top Gun: Maverick" and "Elvis" celebrated at the Oscars as in Cannes. I've always been warmly greeted by studios because of what the festival represents for cinema and also because it champions the big screen. I also have very good relationships on a personal level with the heads of platforms. We invited Netflix back in 2017 and way before, we had invited Ted Sarandos for a panel at the Cannes Marché du Film. In 2016, Amazon attended with films by Jim Jarmusch, Park Chan-wook and Woody Allen. HBO and Apple have also presented films in the official selection.

The war is still raging in Ukraine. Will you invite Volodymyr Zelensky to make a speech on opening night like you did last year?

This war of aggression must stop in the first place. I'll say it on a personal level and I'm not the only one. Last year, we felt the urge to express our solidarity with Ukraine and our political opposition to the war, and to Russia's hawkish attitude. President Zelensky made a very beautiful speech, a cinephile's speech. We wanted to invited also because he's a comedian, someone who comes from our world. The engagement of artists has also been sacred for the film world in general and for France in particular. We were proud to give him this time to speak. We must continue to express our support. Especially since Ukraine has always been a big country of cinema with a young generation that expresses, through films, its fierce willingness to defend their country's independence.

What did you think of the Oscars this year?

I thought the ceremony was very good and I was happy to see Michelle Yeoh rewarded (and disappointed that Steven Spielberg wasn't, because his film is a love letter to cinema). I don't understand either why "Triangle of Sadness" can't vie for a best international film Oscar, even if it's in English. How can a non-American film win the Oscar for best film since it's a ceremony in honor of American cinema? "Parasite" won, it's great, but it's a Korean film. The Oscar for best film must go to an American film, like the Cesar for the best film goes to a French film and the Goya goes to a Spanish film.

TikTok is one of your sponsors since last year. Are you continuing with them?

We partnered with TikTok for the first time in 2022 to address younger and more international audiences. In France, TikTok has collaborated with the best cultural institutions, working with the Louvre Museum, the Château de Versailles and now with Cannes. We're happy to contribute to making the festival more accessible to younger people. And numbers are really impressive. We also know that TikTok raises a lot of questions from governments because it's a Chinese firm. When it comes to us, we're looking at how creators are remunerated and TikTok is reassuring us on their intentions. So we're happy about the results of this partnership and the human relationship we have forged with them, but we are, along with the new President Iris Knobloch, mindful that the engagements that TikTok has taken must be respected.

SERIES MANIA 2023 Series Mania Forum

Critical issues and key trends in the European series landscape tackled at the Series Mania Forum

by Fabien Lemerrier 22/03/2023

Peak investment? European co-productions at a low ebb? Value of IP? An enlightening debate at the Series Mania Forum on the trends revealed by the European Audiovisual Observatory



The series The Bureau, which will now get a US remake with George Clooney on board

The publication by the European Audiovisual Observatory of its annual report Key Trends 2022/2023 in the Video-on-Demand and television industries and markets ([downloadable here](#)) fuelled a very interesting debate that opened the Series Mania Forum, the professional component of the Series Mania Festival.

Although investment in European audiovisual content has not stopped increasing (especially in series and apart from a pause in growth in 2020) since the arrival on the market of global SVOD platforms, the latter's investments have not replaced those of TV broadcasters. On the contrary,

the latter, faced with new competition, have also accelerated their commitments to such an extent that they have financed 84% of all European original content in 2021, compared with 16% for streamers. It should also be noted that the growth in investment by global platforms in original European content has mainly benefited Spain (38% of all Spanish content funding) and to a lesser extent the UK, while Germany and France are still far behind in this respect. In total, 1328 titles and 14,858 hours of fiction TV were produced in Europe in 2021 with a trend towards shorter formats (3 to 13 episodes) which now account for around 60% of series produced in 2021. Germany dominates the European ranking of fiction producing countries both in terms of titles (followed by France and the UK) and hours (followed by Poland and Greece).

Have we reached a peak? According to Guillaume Pommier (who co-manages distribution at Federation Studios), "the period when money was flowing is over. There is a contraction in the market and streamers are more and more cautious in terms of spending. But channels are producing more and more and there are also new entrants like Paramount. However, broadcasters have to solve a complicated equation because on the one hand their advertising revenues are falling and on the other hand audiences are more and more demanding for premium content." Alexandra Lebret (General Director of the European Producers' Club) added: "There is now a lot of competition, and you have to differentiate yourself. But producers have to produce for less money and we see that investments are mainly directed towards local content. As for European co-productions, they work but they are at a sadly low level (and half of them are linguistic, like France/Belgium or Germany/Austria) because when there is a local broadcaster, it is very difficult to convince another country to commit itself on the basis of a minority co-production. New sources of funding should be found without an attached broadcaster, like the Eurimages initiative."

"The Alliance (RAI, ZDF, France Télévisions) should do more and increase to 7-8 series (compared with five at present)," recommends Guillaume Pommier, who is counting above all in the immediate future on pre-sales as a growth relay for production, but also on taking advantage of IPs (which represent 28% of European production compared with 42% in the USA). "A very good example is the series *The Bureau* [+], produced for Canal+ and for which the producer has very meticulously accompanied, in particular with the press, the distribution in all territories, and which is now going to be the subject of an American remake with George Clooney on board. Marketing is the key!" Alexandra Lebret added some nuance to this viewpoint: "the IP is an asset created by the producer, in which he has invested, including in co-development. The problem is when the IP escapes him for a second season, for a remake, etc. It's catastrophic because it's not the same as the one that was created. It is catastrophic because it is not in production that money is made and it is a neuralgic subject for the future of the industry and the independents because we are in the process of creating assets for the Americans, which we should not do. We really need to react on this point at the European level because IP is not an additional income, but an integral part of success."

SÉRIES MANIA 2023 Séries Mania Forum

Netflix saca la artillería pesada en el Séries Mania Forum

por Fabien Lemercier 24/03/2023

La plataforma ha presentado sus grandes series francesas, alemanas y nórdicas



De derecha a izquierda: Katja Hofem, Jenny Stjernstromer Bjork, Damien Couvreur y la periodista Rebecca Leffler durante la presentación (© Sylvain Lefevre)

It was amidst a vigorous atmosphere of thumping music and impactful trailers and music videos that Netflix's heads for France, for the Germany-Austria-Switzerland region and for the Nordic countries presented their upcoming local productions at the Series Mania Forum (the professional sidebar of the Series Mania Festival).

If "authenticity" really is the platform's cardinal editorial value - as insisted upon by Damien Couvreur, Katja Hofem and Jenny Stjernstromer Bjork - we should be more than a little worried about life in Berlin and Vienna where rival gangs clash, as depicted in the series *Criminel*, Netflix's second collaboration with Marvin Kren (the creator of *Freud* and *4 Blocks*) whose trailer screened in Lille promises a surge in all kinds of violence.

It's the same on the French side of the tracks, with *Furies*, which delves into the world of organised crime in Paris, influenced by *Nikita* and *John Wick*. Toplined by Lina El Arabi, Marina Foïs and Mathieu Kassovitz, and further starring Steve Tientcheu, Quentin Faure, Jérémy Nadeau, Sandor Funtek, Axel Brendemühl, Anne Azoulay and Eye Haidara, this action series created and written by Jean-Yves Arnaud and Yoann Legave (and directed by Cédric Nicolas-Troyan, Samuel Bodin and Laura Weaver) is produced by Empreinte Digitale and Daïmôn Films.

The first images from Julius Berg's French thriller *Anthracite* (6x50') were also unveiled, a work created by Fanny Robert and Maxime Berthemy, revolving around an accidental duo (rapper Hatik – who featured in *The Lockdown Tower* [+] and in the series *Validé* – and Switzerland's Noémie Schmidt – revealed via *L'étudiante et Monsieur Henri* [+]) investigating a murder linked to a collective suicide which took place 30 years previously in a small village in the Alps. This mini-series is steered by Anthracite Productions (of the Mediawan Group).

A thriller (set against a backdrop of mystery tinged with science-fiction) is also en route on the German side too, in the form of *Hello*, a four-episode mini-series set to be launched at the beginning of 2024, topped by Peri Baumeister, Yuna Bennett and Florian David Fitz (who's also credited for the series' writing, alongside Nadine Gottmann and Kim Zimmermann). This *Bon Voyage Films* produced is directed by Sebastian Hilger and Philipp Leinemann.

The Nordic countries won't be outdone either, thanks to the two series *Barracuda Queens* (a Swedish heist series based on real events, revolving around a girl gang – helmed by the same producers of *Quicksand* [+] and *Love & Anarchy* [+]) and *The Nurse* (likewise inspired by a true story about a Danish nurse convicted of the attempted manslaughter of four patients in hospital).

Original French productions nonetheless dominated this collective presentation, thanks to an extract of *Tapie* (*Wonderman* – read our article), the announcement of season 2 of the political comedy *En place* (starring Jean-Pascal Zadi as the President of the Republic – produced by Studio 14) and an exclusive sneak peek behind the scenes of season 3 of *Lupin* (produced by Gaumont), starring Omar Sy in a new variety of disguises. That's without forgetting the upcoming work *Fiasco*, whose cast is led by Pierre Niney (who created the series with Igor Gotesman and who plays the director of a debut feature film on which shooting proves especially tumultuous – produced by Five Dogs and Ninety Films), the documentary series *Tour de France* (produced by Box to Box and Quad) and Olivier Marchal's action series *Pax Massilia* (produced by Gaumont).

Worth a final mention at the close of this highly theatrical Lille-based presentation were the making-of images shared in relation to the Spanish series *Berlin* (the spin-off of *Money Heist*) and the Italian animated series for adults *This World Can't Tear Me Down* by Zerocalcare, without forgetting the little bit of promo for the imminent release of *Transatlantic* (created by Anna Winger – *Unorthodox* [+] - and Daniel Hedler) on 7 April, which is set to screen in *Series Mania*'s closing slot, and for the French series *Jusqu'ici tout va bien*, directed by and starring Belgian comedian Nawell Madani.

ENTERTAINMENT

Gen Z and Millennials Haven't Completely Abandoned Linear TV — Yet

Media & entertainment analyst Kevin Tran explains how pay TV's older audience doesn't preclude it from reaching those who enjoy things like video streaming and moviegoing



Getty Images / Morning Consult artwork by Anna Davis

By Kevin Tran March 28, 2023

- Linear TV's reach extends far beyond older consumers who have no interest in digital media or other entertainment experiences.
- In February, 27% of Gen Z adults and 34% of millennials said they watched linear TV daily, while 78% of adults who watched TV that often reported having at least one video streaming subscription.
- Media companies can take advantage by creating more programming across linear, streaming and theatrical that all ties together.

The entertainment industry has lamented the death of linear TV for years, but the truth is that U.S. consumers still spend a great deal of time watching traditional TV channels, and will likely continue to do so in the near future thanks to live programming.

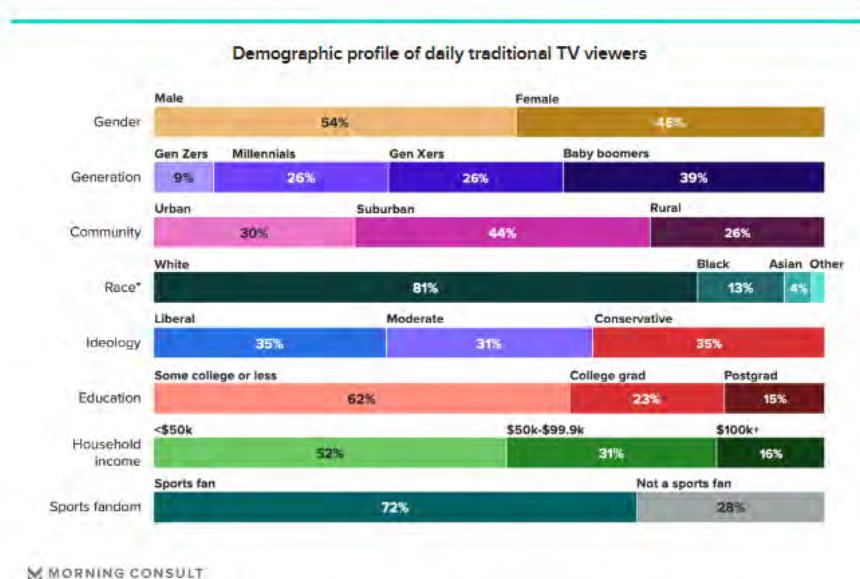
While traditional TV's life is limited — time spent with the medium is declining, and the average age of the medium's viewers is rising — media and brand executives risk overlooking a still-important platform by myopically focusing on grim long-term pay TV prognostications. Morning Consult data shows that while the traditional TV audience is mostly made up of Gen Xers and baby boomers, it shouldn't be ignored because pay TV still regularly reaches younger consumers, albeit to a lesser degree. Moreover, most linear TV viewers have at least one video streaming subscription, and many of them regularly make trips to the movies.

These habits indicate that media companies need to more effectively leverage their linear TV assets — by airing video streaming originals on traditional TV, for example, or developing television shows into theatrical IP. For brands, this means not pulling back spending on traditional TV too heavily, even as streaming rises.

Traditional TV draws older audiences, but many viewers are also interested in streaming and moviegoing

When imagining the linear TV audience, many picture older people who may lack tech savvy, or who show little interest in other entertainment experiences like moviegoing or playing video games. While the age expectation is in line with Morning Consult's research — 65% of self-reported daily traditional TV viewers in February were Gen Xers or baby boomers — our data shows that a sizable share of younger viewers still watch linear TV. It also points to what other consumer types the legacy medium reaches.

For example, 35% of those who said they watched traditional TV daily in February were Gen Z adults or millennials. Meanwhile, identical shares of liberals and conservatives (35%) said they watched traditional TV daily. And 54% of daily TV viewers were male, while 62% don't hold a college degree. Those who view traditional TV daily overwhelmingly considered themselves fans of sports (72%).



*Ethnicity and race were asked about separately, so Hispanic is not included in the race category above.
Survey conducted Feb. 22-27, 2023, among 889 U.S. adults who watched TV daily in February using a cable or satellite subscription, with an unweighted margin of error of +/-3 percentage points. Figures may not add up to 100% due to rounding.

Despite skewing older, traditional TV still has incredible reach overall, as evidenced by the 41% of U.S. adults who watched it daily in February and the 62% who used it at all that month. This sheer scale explains why linear TV is still regularly reaching some Gen Zers and millennials, despite younger adults' growing affinity for digital entertainment.

Over a quarter of Gen Z adults (27%) said they watched live TV daily in February via a cable or satellite TV subscription, while 34% of millennials said the same. Of course, these shares are lower than the comparable shares of Gen Xers (38%) and baby boomers (54%), but they're nothing to scoff at, as they still represent sizable portions of younger consumers that brands might not already be reaching through digital media.

So while traditional TV is favored most by Gen Xers and baby boomers, the enduring massive scale of linear TV means brands, film studios and game companies should still be able to use it to supplement their reach among their target demographic. After all, Morning Consult data has shown previously that Gen Zers and millennials are more likely to be video streaming service subscribers and moviegoers relative to their older counterparts. Additionally, 78% of adults who watched linear TV daily in February have at least one video streaming subscription, while 40% of those watching TV that often went to the movies at least once that month.

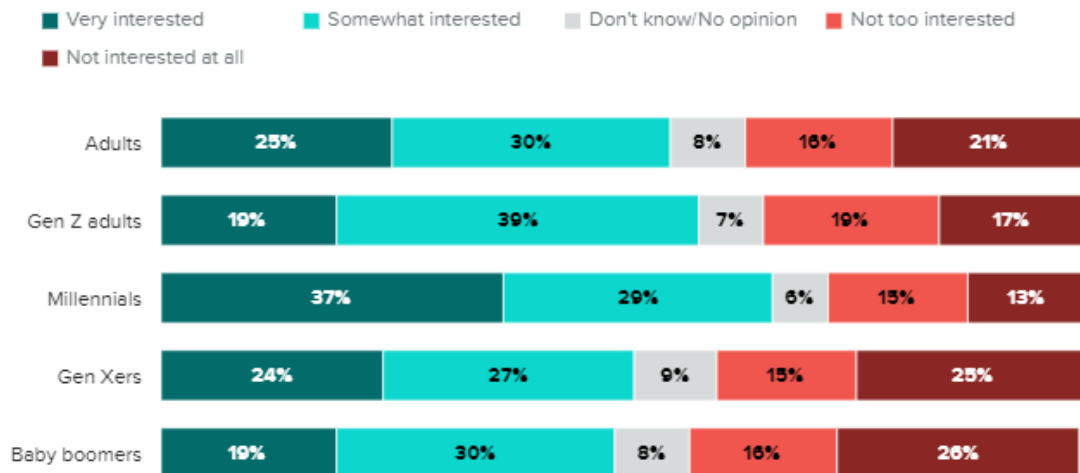
Morning Consult data highlights the opportunity for media conglomerates to lean more heavily on TV shows for theatrical film IP, given how willing younger viewers of linear TV are to frequent cinemas. For example, Paramount's "Yellowstone" accounted for six of the top 100 most-watched primetime broadcasts of 2022, hinting at the strong box office potential of a film based on the franchise.

But the fact that traditional TV is disproportionately favored by Gen Xers and baby boomers can also be a positive for media companies looking to boost streaming viewership. Media giants should use traditional platforms to expose Gen Xers and baby boomers to marquee streaming programming that they might not otherwise be aware of due to their devotion to pay TV. Disney has embraced this strategy with "Andor" and "The Mandalorian" before that, and will start airing episodes of the Hulu original "How I Met Your Father" on its Freeform cable channel next month.

How linear TV programming could change as companies chase profits for streaming operations

While cross-pollination of the same IP across linear and streaming can boost programs' ultimate ad revenue and reach, this would also stoke consumer demand. In March, 55% of all adults who watched linear TV in the past month said they are very or somewhat interested in seeing original programming from video streaming services on traditional TV channels, while the comparable shares of all other generations were close to 50% or higher.

Shares of linear television viewers who said they would be interested in watching original programming from video streaming services on traditional TV channels



MORNING CONSULT

Survey conducted March 17-19, 2023, among 1,547 U.S. adults who said they watched TV using a cable or satellite subscription in the past month, with an unweighted margin of error of +/-2 percentage points. Figures may not add up to 100% due to rounding.

This is why we argued in our January State of Media and Entertainment report that companies should lean more on platforms like linear TV to better monetize streaming content, and it's also why it made sense that Disney's Bob Iger in February hinted at doing this.

Iger, along with the rest of Hollywood, has an intensified mission to maximize the return on programming spend amid macroeconomic pressures. This focus on efficient content spending may eventually lead to a traditional TV landscape that has more channels playing fewer unique programs. For example, while MTV's seemingly exclusive reliance on "Ridiculousness" has drawn criticism for being an unimaginative cash grab, Paramount's media networks chief Chris McCarthy said in a recent interview that the strategy "absolutely delivers" for the linear TV audience, which according to him favors going to channels for one type of show.

And while the average viewer can only digest so much "Ridiculousness," Morning Consult data shows there is demand on linear TV for networks anchored around a single hit show. In March, 54% of adults said they would prefer if there were more channels centered around reruns of just one or a few popular titles.

Linear TV viewers said whether they would prefer it if more TV networks had programming schedules centered around reruns of just one or a few popular titles



MORNING CONSULT

Note: Prior to answering this question, respondents were provided with examples of networks such as MTV that heavily favor reruns of one or a few hit shows.

Survey conducted March 17-19, 2023, among 1,547 U.S. adults who said they watched traditional TV using a cable or satellite subscription in the past month, with an unweighted margin of error of ± 2 percentage points. Figures may not add up to 100% due to rounding.

The key, as with all else in the media business, is to capitalize on these consumer trends without overdoing it. While our data suggests there's room for more traditional TV networks to trim their programming slates in favor of fewer hits, going all-in on this strategy would likely drive some viewers away from traditional TV. Moreover, media companies can't run entire seasons of all their marquee streaming service originals on their traditional TV networks, as this would undercut the value of paying for video streaming subscriptions.

Although consumption of linear TV is still robust, it will only decline in reach in the years ahead, particularly among younger consumers — meaning its ability to act as an accelerant to streaming and box office revenue will steadily deteriorate, too. Companies should consider the guidance above to maximize their benefits from the traditional medium while it's still reaching over 40% of adults daily.

Mar 27, 2023 3:30pm PT

‘Yellowjackets’ Season 2 Becomes Showtime’s Most-Streamed Premiere

By **BreAnna Bell**



(L-R): Nuha Jes Izman as Teen Crystal, Samantha Hanratty as Teen Misty, Alexa Barajas as Teen Mari, Sophie Nélisse as Teen Shauna, Courtney Eaton as Teen Lottie, Nia Sodaya as Teen Akilah, Sophie Thatcher as Teen Natalie, Jasmin Savoy Brown as Teen Taissa, Steven Krueger as Ben Scott and Liv Hewson as Teen Van

“Yellowjackets” has broken a new record with its Season 2 opener. Following its March 26 premiere, the series became Showtime’s most-streamed debut ever, hitting nearly 2 million viewers across platforms according to figures from Nielsen, comScore, and Showtime’s internal streaming data. “Dexter: New Blood” previously held the title.

Showtime also boasts that it’s the best Season 2 premiere for the network in more than 10 years and nearly double the series premiere audience. The debut marks a 110% rise in viewership from the series premiere in November 2021 and 40% jump from “Yellowjackets” Season 1 finale in cross-platform viewing.

“‘Yellowjackets’ broke records as the most streamed Showtime debut ever thanks to Ashley, Bart, Jonathan and our extraordinary ensemble cast who brought season two to even greater heights,” said Chris McCarthy, president and CEO of Showtime/MTV Entertainment Studios & Paramount Media Networks. “By tapping into our proven strategy of promoting series across our full portfolio of brands at Paramount Media Networks, we successfully broadened the reach and brought new viewers into this incredible series that deftly combines psychological horror, dark comedy and coming-of-age drama.”

Hailing from creators Ashley Lyle and Bart Nickerson, Season 2 of the twisted drama picks up with the soccer team as they face a harsh winter ahead in the woods. In the face of their deepening hunger and fear, the tension among our Yellowjackets has only grown worse. As they confront the horrible truth of what survival entails, the real nightmare for each of them will be to figure out who they are— and what they are willing to sacrifice in order to stay alive.

In 2022, “Yellowjackets” was nominated for seven Emmy awards in the drama categories, including nods for series, lead actress (Lynskey), supporting actress (Ricci), directing (Kusama). The series also received two nominations for writing, one for Lyle and Nickerson, the other for Lyle, Nickerson and Lisco.

The series is executive produced by Lyle, Nickerson and fellow showrunner Jonathan Lisco; Drew Comins of Creative Engine, Ameni Rozsa, Sarah L. Thompson and Karyn Kusama.

PuroMarketing

Por Redacción MARKETING DIGITAL Mzo 28, 2023

Advergaming y Publicidad en los videojuegos: La revolución que llegó para quedarse

Con la llegada de los juegos en línea y los juegos para móviles, la publicidad en videojuegos ha experimentado una nueva revolución



El advergaming, también conocido como publicidad en videojuegos, es una estrategia publicitaria que utiliza los videojuegos como plataforma para promocionar productos, servicios o marcas. Se trata de un formato publicitario que consiste en insertar mensajes publicitarios en los videojuegos de manera que formen parte del propio juego. Estos mensajes publicitarios pueden ser desde elementos decorativos en el entorno del juego hasta personajes, objetos o misiones.

La publicidad en videojuegos es una forma efectiva de llegar a un público amplio y diverso, ya que los videojuegos son una de las formas de entretenimiento más populares en todo el mundo. Además, los jugadores suelen pasar muchas horas al día jugando a videojuegos, lo que significa que la publicidad en videojuegos tiene la capacidad de llegar a los jugadores en un momento en el que están completamente concentrados en el juego.

En la industria de los videojuegos existen diversas formas de publicidad que se han popularizado en los últimos años. Entre ellas, destaca el in-game advertising, el cual consiste en la inserción de publicidad directamente en el juego, ya sea a través de elementos decorativos, personajes, objetos o misiones.

Otra forma de publicidad es el advergaming, que se trata de juegos creados específicamente con fines publicitarios, en los que el jugador debe interactuar con elementos publicitarios para avanzar en el juego. Asimismo, el patrocinio de juegos es otra forma de publicidad, donde las marcas financian juegos ya existentes y pueden aparecer en diferentes lugares del juego, como en la portada, en la pantalla de inicio o en el juego en sí. Por último, el product placement es una forma de publicidad en la que las marcas pagan por incluir sus productos de manera natural en el juego, como por ejemplo en la cocina de una casa en un juego de simulación. Cada una de estas formas de publicidad tiene sus particularidades y beneficios, y cada vez son más las marcas que se suman a esta tendencia publicitaria en la industria de los videojuegos.



Historia del advergaming: de los primeros intentos a las estrategias más actuales

El advergaming no es una estrategia publicitaria reciente, ya que se remonta a los años 80, cuando las marcas comenzaron a patrocinar juegos de ordenador y consolas de videojuegos. En aquellos años, la publicidad se insertaba de forma muy básica en los juegos, a través de banners publicitarios o de la inclusión del logotipo de la marca en el juego.

Con el paso del tiempo, la publicidad en videojuegos ha evolucionado hasta convertirse en una estrategia mucho más sofisticada y efectiva.

A medida que la tecnología ha avanzado, los desarrolladores de videojuegos han sido capaces de crear juegos más complejos y realistas, lo que ha permitido a las marcas insertar sus mensajes publicitarios de manera más efectiva. En los años 90, las marcas comenzaron a experimentar con el advergaming, creando juegos específicos para promocionar sus productos o servicios. Uno de los primeros ejemplos de advergaming fue el juego Pepsiman, creado por la compañía japonesa KID en 1999, en el que el jugador controlaba a un personaje que debía recolectar latas de Pepsi mientras evitaba obstáculos.

Con la llegada de los juegos en línea y los juegos para móviles, la publicidad en videojuegos ha experimentado una nueva revolución

Además, las marcas pueden insertar sus mensajes publicitarios en juegos en línea de manera mucho más efectiva, ya que estos juegos suelen ser gratuitos y se financian a través de la publicidad. La publicidad en videojuegos se ha convertido en una estrategia publicitaria cada vez más popular y efectiva, que permite a las marcas llegar a un público amplio y diverso de manera creativa e innovadora.

Impacto del advergaming en la industria del videojuego: ¿ha cambiado la forma de hacer juegos?

El advergaming ha tenido un impacto significativo en la industria del videojuego, y ha cambiado la forma en que se hacen juegos en varios aspectos. Uno de los mayores impactos del advergaming ha sido en la forma en que se monetizan los juegos. Antes, la mayoría de los juegos se monetizaban mediante la venta directa al consumidor, pero el advergaming ha introducido nuevas formas de monetización, como la publicidad en el juego y las compras dentro del juego.

El advergaming ha cambiado la forma en que se diseñan los juegos

Los desarrolladores de videojuegos ahora tienen en cuenta los aspectos publicitarios desde el principio del proceso de desarrollo, y pueden diseñar juegos específicos para incluir publicidad de manera efectiva. Esto ha llevado a una mayor creatividad en el diseño de juegos, y ha hecho posible la integración de la publicidad de manera más natural y menos intrusiva.

Otro impacto del advergaming en la industria del videojuego es la mayor atención que se presta a la experiencia del usuario. Los desarrolladores de videojuegos ahora se esfuerzan por diseñar juegos que sean atractivos y entretenidos, pero que también ofrezcan una experiencia publicitaria efectiva y sin interrupciones. Esto ha llevado a un mayor enfoque en la calidad y la experiencia del usuario, lo que ha llevado a la creación de juegos más inmersivos y emocionantes.

Además, el advergaming ha llevado a una mayor colaboración entre las marcas y los desarrolladores de videojuegos. Las marcas ahora trabajan con los desarrolladores de videojuegos desde el principio del proceso de desarrollo, lo que les permite diseñar juegos que incluyan publicidad de manera efectiva. Esto ha llevado a una mayor integración entre la publicidad y el juego en sí, y ha llevado a una mayor efectividad de la publicidad.

Beneficios del advergaming: ¿por qué las marcas eligen esta estrategia publicitaria?

El advergaming es una estrategia publicitaria cada vez más popular entre las marcas, y esto se debe a los muchos beneficios que ofrece. A continuación, se presentan algunos de los principales beneficios del advergaming:

- Alcance amplio y diverso: los videojuegos son una de las formas de entretenimiento más populares en todo el mundo, y llegan a un público amplio y diverso. Esto significa que las marcas pueden llegar a un público muy amplio y diverso a través del advergaming.

- Mayor interacción y engagement: a diferencia de otras formas de publicidad, el advergaming ofrece una mayor interacción y engagement con el público. Los jugadores tienen que interactuar con los mensajes publicitarios para avanzar en el juego, lo que aumenta la atención y el interés en la marca.
- Creatividad e innovación: el advergaming permite a las marcas ser creativas e innovadoras en su forma de promocionarse. Los juegos pueden ser diseñados de manera que los mensajes publicitarios se integren de manera natural en el juego, lo que aumenta la efectividad de la publicidad.
- Posibilidad de segmentación: los desarrolladores de videojuegos pueden diseñar juegos específicos para un público determinado, lo que permite a las marcas llegar a un público objetivo de manera más efectiva.
- Medición de resultados: el advergaming ofrece la posibilidad de medir los resultados de manera precisa y efectiva. Los desarrolladores de videojuegos pueden medir el número de impresiones, clics y conversiones que se generan a través de la publicidad en videojuegos, lo que permite a las marcas evaluar la efectividad de su estrategia publicitaria.

Los riesgos del advergaming: ¿pueden los anuncios afectar negativamente a la experiencia de juego?

A medida que el advergaming se ha vuelto cada vez más popular en la industria del videojuego, también ha surgido la preocupación de que los anuncios puedan afectar negativamente la experiencia de juego para los jugadores. La inclusión de publicidad en los videojuegos puede parecer una forma fácil de generar ingresos para los desarrolladores de juegos, pero si no se hace de manera adecuada, puede afectar negativamente la experiencia del usuario y la efectividad de la publicidad. A pesar de sus bondades, si la publicidad es demasiado intrusiva o afecta negativamente la jugabilidad, puede hacer que los jugadores se alejen del juego y disminuir la efectividad de la publicidad.

Otro riesgo es la posibilidad de que el advergaming pueda afectar negativamente la creatividad y la innovación en la industria del videojuego. Si los desarrolladores de videojuegos se enfocan demasiado en la integración de la publicidad en los juegos, pueden perder el enfoque en la creatividad y la innovación en la jugabilidad y en el diseño de los juegos.

Además, la inclusión de publicidad en los videojuegos también puede generar una percepción negativa entre los jugadores, quienes pueden sentir que la publicidad es una invasión de su espacio y tiempo de juego. Si los jugadores sienten que están siendo obligados a ver anuncios innecesarios o inapropiados, es probable que su percepción de la marca anunciada se vea afectada negativamente y, en consecuencia, reduzcan su interés en el juego.

Igualmente, existe el riesgo de que los anuncios puedan afectar la percepción de los jugadores sobre la marca anunciada. Si los anuncios son de baja calidad, irrelevantes o se presentan de manera inapropiada, es probable que los

jugadores asocien esos aspectos negativos con la marca anunciada. Esto puede tener un impacto negativo en la percepción de la marca y en la efectividad de la publicidad.

El futuro del advergaming: ¿cómo evolucionará la publicidad en los videojuegos?

A medida que la industria del videojuego sigue creciendo y evolucionando, también lo hace el advergaming y la forma en que las marcas aprovechan este canal de publicidad. A medida que los desarrolladores de videojuegos buscan nuevas formas de monetizar sus juegos y las marcas buscan nuevas formas de llegar a audiencias clave, la publicidad en los videojuegos está evolucionando rápidamente.

Una de las formas en que la publicidad en los videojuegos está evolucionando es a través de la integración de publicidad programática.

La publicidad programática en los videojuegos permite a las marcas llegar a audiencias específicas a través de una variedad de medios y dispositivos. Los desarrolladores de videojuegos pueden utilizar plataformas de publicidad programática para seleccionar y mostrar anuncios a los usuarios según su ubicación, historial de navegación, comportamiento en línea y otros factores. Esto significa que las marcas pueden llegar a audiencias muy específicas a través de anuncios en videojuegos, lo que puede aumentar la efectividad de la publicidad y mejorar la experiencia del usuario.



Otra forma en que la publicidad en los videojuegos está evolucionando es a través de la integración de publicidad en juegos móviles. Los juegos móviles han sido una de las categorías más populares en la industria del videojuego, y a medida que la audiencia de estos juegos sigue creciendo, las marcas están aprovechando esta oportunidad para llegar a los usuarios a través de publicidad en juegos móviles. Los anuncios en juegos móviles pueden tomar muchas formas, desde anuncios estáticos hasta anuncios de video interactivos, y pueden ser una forma efectiva de llegar a los jugadores en movimiento.

La publicidad en los videojuegos también está evolucionando a través de la incorporación de tecnología de realidad virtual y aumentada.

La realidad virtual y aumentada están cambiando la forma en que los jugadores interactúan con los videojuegos y ofrecen nuevas oportunidades para la publicidad. Las marcas pueden utilizar tecnología de realidad virtual y aumentada para crear experiencias publicitarias inmersivas y emocionantes que pueden aumentar la percepción de la marca y mejorar la experiencia del usuario.

Éxito y fracaso en el advergaming: casos de estudio de campañas publicitarias en videojuegos

Finalmente, la publicidad en los videojuegos también está evolucionando a través de la incorporación de tecnología de realidad virtual (VR) y aumentada (AR). La realidad virtual y aumentada están cambiando la forma en que los jugadores interactúan con los videojuegos y ofrecen nuevas oportunidades para la publicidad. Las marcas pueden utilizar tecnología de realidad virtual y aumentada para crear experiencias publicitarias inmersivas y emocionantes que pueden aumentar la percepción de la marca y mejorar la experiencia del usuario.

Un ejemplo de una campaña exitosa de advergaming es la colaboración entre Burger King y Xbox. En 2006, Burger King lanzó una campaña publicitaria en la que regalaban juegos de Xbox en sus comidas. Los juegos incluían títulos como "Sneak King" y "Big Bumpin", y presentaban al Rey de Burger King como personaje principal. La campaña fue un éxito, ya que los juegos se agotaron rápidamente y ayudaron a Burger King a aumentar su presencia en la comunidad de jugadores de Xbox.

Por otro lado, un ejemplo de una campaña de advergaming que no fue bien recibida fue la colaboración entre KFC y el juego "I Love You, Colonel Sanders!". El juego, que fue desarrollado por KFC en colaboración con un estudio de videojuegos, presentaba a los jugadores como estudiantes que asistían a la Universidad de Kentucky Fried Chicken y se enamoraban del Coronel Sanders. La campaña fue criticada por ser demasiado exagerada y poco efectiva, lo que resultó en una respuesta tibia por parte de los jugadores y la comunidad en general.

Advergaming y ética: ¿cuáles son los límites que se deben respetar?

Cuando se trata de advergaming, hay muchos debates éticos que deben ser considerados. La publicidad en los videojuegos debe ser realizada de una manera que no interrumpa la experiencia de juego y que sea claramente identificada como publicidad. A continuación, se detallan algunos de los límites éticos que deben ser respetados en el advergaming:

Identificación clara de la publicidad: La publicidad en los videojuegos debe ser fácilmente identificable para los jugadores. Las marcas deben asegurarse de que los anuncios no se presenten de manera engañosa, y que los jugadores sepan que están viendo un anuncio en lugar de parte del juego.

Respeto a la privacidad del usuario: Las marcas deben ser responsables en la forma en que recopilan y utilizan los datos de los jugadores. La privacidad del usuario debe ser respetada en todo momento, y las marcas deben asegurarse de que los jugadores comprendan cómo se utilizan sus datos.

Contenido apropiado: Los anuncios en los videojuegos deben ser apropiados para el público objetivo. Las marcas deben asegurarse de que el contenido de los anuncios no sea ofensivo ni inapropiado para los jugadores.

Limitación del tiempo y la frecuencia de la publicidad: Las marcas deben ser cuidadosas en la cantidad de publicidad que se muestra a los jugadores. Los anuncios deben aparecer en un momento apropiado y no interrumpir la experiencia de juego. Además, la frecuencia de los anuncios debe ser limitada para no cansar o irritar a los jugadores.

Evitar la explotación de la vulnerabilidad de los jugadores: Las marcas deben evitar la explotación de la vulnerabilidad de los jugadores, como los niños o las personas que pueden ser adictas al juego. Las marcas deben ser cuidadosas en la forma en que se dirigen a estas audiencias y asegurarse de que los anuncios no sean explotativos.

Conclusiones: balance y reflexiones sobre el advergaming y la publicidad en los videojuegos

Tras analizar los diferentes aspectos del advergaming y la publicidad en los videojuegos, se puede concluir que esta forma de publicidad ha ido en aumento en los últimos años, y se espera que siga creciendo en el futuro. Es una forma efectiva de llegar a un público joven y diverso que cada vez dedica más tiempo a los videojuegos.

Sin embargo, es importante tener en cuenta los riesgos que conlleva el advergaming y los límites que se deben respetar. Es necesario que las marcas sean responsables y éticas en sus campañas publicitarias en los videojuegos, evitando afectar negativamente la experiencia de juego de los usuarios y respetando su privacidad.

Por otro lado, los casos de éxito y fracaso en el advergaming demuestran la importancia de una buena estrategia publicitaria que se adapte al juego y al público objetivo. Es necesario crear campañas publicitarias creativas e innovadoras que permitan una interacción fluida entre el jugador y el elemento publicitario, y que no resulten invasivas.



Finalmente, el futuro del advergaming y la publicidad en los videojuegos se presenta prometedor, con la aparición de nuevas tecnologías y la integración de los juegos en diferentes dispositivos y plataformas. La industria de los videojuegos seguirá siendo un canal importante para la publicidad, y las marcas deberán adaptarse a las nuevas tendencias y demandas del mercado.

'The Chosen (Los elegidos)', la serie de éxito que ha conquistado el mundo, llegará el 6 y 7 de abril a Movistar Plus+

28 de marzo de 2023



Llega en Semana Santa a Movistar Plus+ la serie de éxito que ha conquistado el mundo. Por primera vez, la historia más grande jamás contada se presenta en una serie de varias temporadas, enfocada en los personajes y el contexto histórico de los Evangelios, con la figura de Jesús de una manera nunca vista antes en pantalla.

Ideal para maratón

La primera temporada de 'The Chosen (Los elegidos)' consta de ocho episodios y un episodio especial ('El pastor') y se estrena completa en Movistar Plus+ el jueves 6 de abril. La segunda entrega, también compuesta de ocho episodios y uno especial ('Los mensajeros') llega a la plataforma completa el viernes 7 de abril.

Sinopsis

Judea, siglo I. Un pescador buscavidas ahogado por las deudas; una mujer maltratada y atrapada por sus propios demonios, un joven recaudador de impuestos marginado por su familia por trabajar para los romanos y un influyente mandatario judío que cuestiona todo lo que había creído cierto hasta ahora... La

vida de estas y otras personas da un giro radical cuando conocen a un misterioso hombre del que se rumorea que cura a los enfermos, se hace amigo de los pobres y habla sin tapujos de traer la liberación a un pueblo cansado de la opresión del poder de los romanos.

Un fenómeno global

Más de 450 millones de espectadores en más de 140 países ha visto esta serie que ha sido traducida a 56 idiomas. La serie está íntegramente financiada por donantes, el mayor crowdfunding en la historia de las producciones audiovisuales. En España, la primera temporada se presentó en la SEMINCI de Valladolid (sección Seminci Series) y se estrenó en diciembre en salas (algo que no había ocurrido en otros países).

Un enfoque moderno

La primera adaptación cinematográfica en varias temporadas sobre la vida de Jesús, al que se muestra de una forma «personal, íntima, e inmediata». Lejos de la pomposidad de otras producciones clásicas, en 'The Chosen (Los elegidos)' Jesús es muy normal, simpático, magnético y con mucho sentido del humor. Está contada por quienes le conocieron, Jesús no es el centro, y apuesta por la diversidad racial y presencia femenina en personajes con entidad propia. Da una visión poco habitual de las mujeres en este tipo de historias.

Jueves 6 y viernes 7

SERIES

La serie "The Chosen (Los Elegidos)" llega a Movistar Plus+

28 de marzo de 2023



Las dos primeras temporadas de la serie dirigida por Dallas Jenkins se podrán ver en la plataforma desde el próximo jueves 6 de abril

Tras su exitoso debut español en la plataforma acontra+, donde se ha convertido en el contenido más demandado por sus abonados, esta Semana Santa la serie "The Chosen (Los Elegidos)" llega a Movistar Plus+.

Las dos primeras temporadas de la serie dirigida por el estadounidense Dallas Jenkins, que se ha convertido en un fenómeno en todo el mundo, se podrán ver en la plataforma a partir del próximo jueves 6 de abril. También estarán disponibles los capítulos especiales "El pastor", sobre la primera Navidad que inspiró posteriormente a la producción de la serie, y "Los mensajeros". Además de en Movistar Plus+ y en acontra+, la serie, que tuvo un estreno selectivo en cines de España, está disponible en DVD y Blu-ray.

The Chosen (Los Elegidos), que ha sido traducida a 56 idiomas, lleva más de 500 millones de visionados en 142 países distintos. Es la primera adaptación cinematográfica en varias temporadas sobre la vida de Jesús. Una serie que se ofrecerá en 7 temporadas, con más de 50 episodios, y que está íntegramente financiada por donantes. El mayor crowdfunding en la historia de las producciones

audiovisuales: para la primera temporada, más de 19.000 personas donaron 11 millones de dólares, y para la segunda y tercera temporada, se han recaudado más de 40 millones de dólares.

The Chosen (Los Elegidos) se situó como la segunda serie más popular de todos los tiempos según el ranking del sitio especializado IMDB, solo por detrás de Breaking Bad.

La tercera temporada se estrenó el pasado mes de noviembre en cines de Estados Unidos certificando una vez más su éxito, alcanzando la tercera posición del Box Office en su primer fin de semana. La serie ha batido récords de estreno para un evento sobre fe, consiguiendo la mayor recaudación (más de 8 millones de dólares) y asistencia en un solo día para Fathom Events, proveedor de contenido de entretenimiento que transmite eventos en salas de cine en todo Estados Unidos.

The Chosen (Los Elegidos) está protagonizada por Jonathan Roumie en el papel de Jesús, junto a Shahar Isaac, Elizabeth Tabish, Paras Patel, Erick Avari, Yasmine Al-Bustami, Noah James, Amber Shana Williams y Vanessa Benavente, entre otros.

En el transcurso de sus dos primeras temporadas, la serie ha recibido elogios de la crítica y el público por su precisión histórica y bíblica y su espíritu lúdico, y por ser un drama conmovedor con toques de humor genuino y con un gran impacto. Además, viene avalada por varios premios, como el de la Actuación más inspiradora en televisión en los MovieGuide Awards para Jonathan Roumie, o el premio Film & TV Impact en los K-Love Fan Awards. En España, se ha hecho con el premio a la Mejor serie sobre el hecho religioso de los XXVII Premios Alfa y Omega de este mismo año, así como con el Premio BRAVO de la Conferencia Episcopal Española.

Las dos primeras temporadas debutan el 6 de abril

"The Chosen" podrá verse en Movistar+

Tras su exitoso debut español en la plataforma acontra+, donde se ha convertido en el contenido más demandado por sus abonados, esta Semana Santa la serie "The Chosen (Los elegidos)" llega también a Movistar Plus+.



The Chosen

Las dos primeras temporadas de la serie dirigida por el estadounidense Dallas Jenkins, que se ha convertido en un fenómeno en todo el mundo, se podrán ver en la plataforma a partir del próximo jueves 6 de abril. También estarán disponibles los capítulos especiales "El pastor", sobre la primera Navidad que inspiró posteriormente a la producción de la serie, y "Los mensajeros". Además de en Movistar Plus+ y en acontra+, la serie, que tuvo un estreno selectivo en cines de España, está disponible en DVD y Blu-ray. The Chosen (Los elegidos), que ha sido traducida a 56 idiomas, lleva más de 500 millones de visionados en 142 países distintos. Es la primera adaptación cinematográfica en varias temporadas sobre la vida de Jesús. Una serie que se ofrecerá en 7 temporadas, con más de 50 episodios, y que está íntegramente financiada por donantes. El mayor crowdfunding en la historia de las producciones audiovisuales: para la primera temporada, más de 19.000 personas donaron 11 millones de dólares, y para la segunda y tercera temporada, se han recaudado más de 40 millones de dólares.

The Chosen (Los elegidos) se situó como la segunda serie más popular de todos los tiempos según el ranking del sitio especializado IMDB, solo por detrás de Breaking Bad. La tercera temporada se estrenó el pasado mes de noviembre en cines de Estados Unidos certificando una vez más su éxito, alcanzando la tercera posición del Box Office en su primer fin de semana. La serie ha batido récords de estreno para un evento sobre fe, consiguiendo la mayor recaudación (más de 8 millones de dólares) y asistencia en un solo día para Fathom Events, proveedor de contenido de entretenimiento que transmite eventos en salas de cine en todo Estados Unidos.

La serie está protagonizada por Jonathan Roumie en el papel de Jesús, junto a Shahar Isaac, Elizabeth Tabish, Paras Patel, Erick Avari, Yasmine Al-Bustami, Noah James, Amber Shana Williams y Vanessa Benavente, entre otros. En el transcurso de sus dos primeras temporadas, la serie ha recibido elogios de la crítica y el público por su precisión histórica y bíblica y su espíritu lúdico, y por ser un drama conmovedor con toques de humor genuino y con un gran impacto. Además, viene avalada por varios premios, como el de la Actuación más inspiradora en televisión en los MovieGuide Awards para Jonathan Roumie, o el premio Film & TV Impact en los K-Love Fan Awards. En España, se ha hecho con el premio a la Mejor serie sobre el hecho religioso de los XXVII Premios Alfa y Omega de este mismo año, así como con el Premio BRAVO de la Conferencia Episcopal Española.



Miércoles, 29 de marzo de 2023

ReligiónenLibertad

PORTADA BLOGS PAPA FRANCISCO ESPAÑA AMÉRICA LIBROS OTRAS NOTICIAS VÍDEOS OPINIÓN LIBROS REL [DONA AHORA](#) [SUSCRÍBETE](#)

Desde este Jueves Santo, «The Chosen» puede verse en España en Movistar Plus+: un fenómeno histórico



The Chosen ya va por su tercera temporada, y las dos primeras podrán verse desde Jueves Santo en Movistar

Jesús M.C. 28 marzo 2023 15:14

La teleserie *The Chosen* (Los Elegidos) lleva ya años asombrando por su financiación de crowdfunding y su éxito de público, pero desde este Jueves Santo será mucho más accesible al público español al poder visionarse desde Movistar Plus+.

La serie nos muestra cómo Jesús va llamando a sus apóstoles, y las vidas, heridas e ilusiones que cada uno de estos trae consigo. Ha sido traducida a 56 idiomas, lleva más de 500 millones de visionados en 142 países distintos y es la primera adaptación cinematográfica en varias temporadas sobre la vida de Jesús. Su objetivo es ambicioso: alcanzar las 7 temporadas con un total de 50 episodios.

Para evitar la dictadura de las grandes corporaciones del cine, el equipo de esta teleserie se financia directamente con pequeños donativos y ha logrado el mayor crowdfunding en la historia audiovisual: 19.000 personas donaron 11 millones de dólares para la primera temporada, y para la segunda y tercera temporada, se han recaudado más de 40 millones de dólares.

En España ha debutado en la plataforma acontra+, donde se convirtió en el contenido más demandado por sus abonados.

A partir de este Jueves Santo, en Movistar Plus+ se podrán ver las dos primeras temporadas. También estarán disponibles los capítulos especiales "El pastor", sobre la primera Navidad que inspiró posteriormente a la producción de la serie, y "Los mensajeros".

Además de en Movistar Plus+ y en acontra+, la serie, que tuvo un estreno selectivo en cines de España, está disponible en DVD y Blu-ray.

Entre sus logros figura el haberse situado como la segunda serie más popular de todos los tiempos según el ranking del sitio especializado IMDB, solo por detrás de "Breaking Bad".

La tercera temporada se estrenó el pasado mes de noviembre en cines de Estados Unidos certificando una vez más su éxito, alcanzando la tercera posición del Box Office en su primer fin de semana. Ese estreno batió un récord en películas de fe: más de 8 millones de dólares recaudados en un sólo día.

La historia está protagonizada por Jonathan Roumie en el papel de Jesús, un católico que a menudo habla de su fe y relación con Dios. Le acompañan Shahar Isaac, Elizabeth Tabish, Paras Patel, Erick Avari, Yasmine Al-Bustami, Noah James, Amber Shana Williams y Vanessa Benavente, entre otros.

Fiel al espíritu bíblico, valiente en su apuesta musical y tratamiento del humor que humaniza a los personajes, esta producción ha enganchado al público. Ha recibido premios como el de Actuación más inspiradora en televisión en los MovieGuide Awards para Jonathan Roumie, o el premio Film & TV Impact en los K-Love Fan Awards.

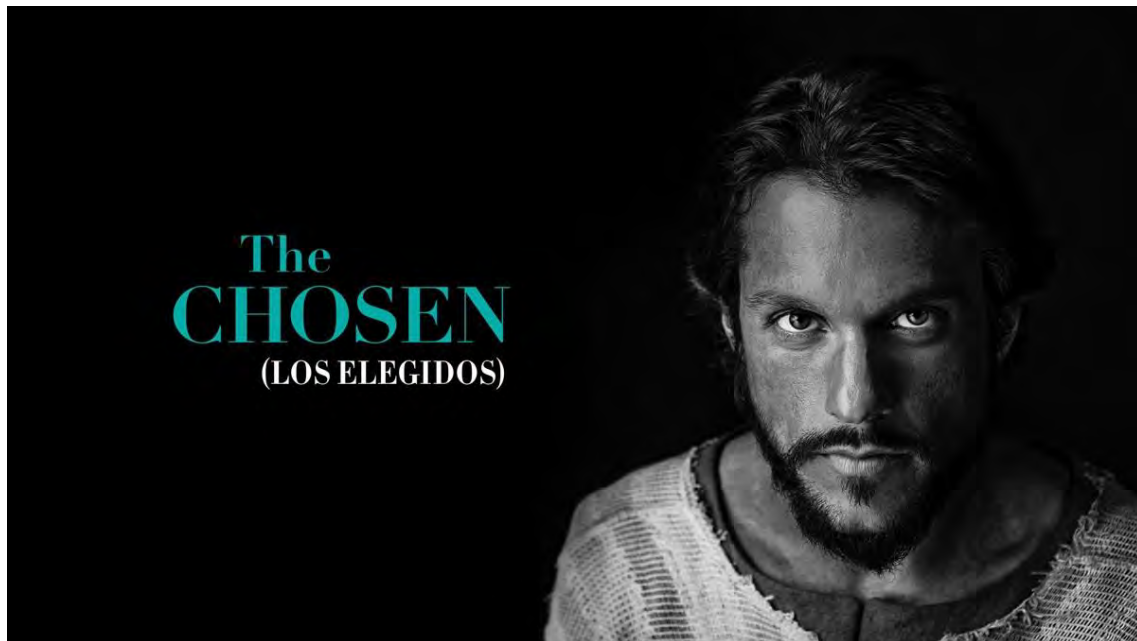
En España, se ha hecho con el premio a la Mejor serie sobre el hecho religioso de los XXVII Premios Alfa y Omega de este mismo año, así como con el Premio BRAVO de la Conferencia Episcopal Española.



LOVINGSERIES.COM

MOVISTAR PLUS+ ESTRENA LA SERIE 'THE CHOSEN'

Chris Patterson marzo 28, 2023



Llega en Semana Santa a Movistar Plus+ la serie de éxito que ha conquistado el mundo. Por primera vez, la historia más grande jamás contada se presenta en una serie de varias temporadas, enfocada en los personajes y el contexto histórico de los Evangelios, con la figura de Jesús de una manera nunca vista antes en pantalla. La primera temporada de The Chosen (Los elegidos) llega completa el 6 de abril y la segunda el día siguiente, 7 de abril. Cada una de ellas consta de ocho episodios y un especial.

Judea, siglo I. Un pescador buscavidas ahogado por las deudas; una mujer maltratada y atrapada por sus propios demonios, un joven recaudador de impuestos marginado por su familia por trabajar para los romanos y un influyente mandatario judío que cuestiona todo lo que había creído cierto hasta ahora... La vida de estas y otras personas da un giro radical cuando conocen a un misterioso hombre del que se rumorea que cura a los enfermos, se hace amigo de los pobres y habla sin tapujos de traer la liberación a un pueblo cansado de la opresión del poder de los romanos.

Esta es la primera adaptación cinematográfica en varias temporadas sobre la vida de Jesús, al que se muestra de una forma 'personal, íntima, e inmediata'. Lejos de la pomposidad de otras producciones clásicas, en ella Jesús es muy normal, simpático, magnético y con mucho sentido del humor. La serie está contada por quienes le conocieron, Jesús no es el centro, y apuesta por la

diversidad racial y presencia femenina en personajes con entidad propia. Da una visión poco habitual de las mujeres en este tipo de historias. Más de 450 millones de espectadores en más de 140 países ha visto esta serie que ha sido traducida a 56 idiomas. La serie está íntegramente financiada por donantes, el mayor crowdfunding en la historia de las producciones audiovisuales.



¡LA SUPER EXITOSA SERIE “THE CHOSEN (LOS ELEGIDOS)” LLEGA A MOVISTAR PLUS+!

Escrito por: [Crítico TV](#)

Publicado en: [Estrenos series Movistar Plus 2022-2023](#)



Segunda serie más popular de todos los tiempos según el ranking del sitio especializado IMDB, solo por detrás de *"Breaking Bad"*

Tras su exitoso debut español en la plataforma **acontra+**, donde se ha convertido en el contenido más demandado por sus abonados, esta Semana Santa la serie **THE CHOSEN (LOS ELEGIDOS)** llega a **Movistar Plus+**.

Las dos primeras temporadas de la serie dirigida por el estadounidense **Dallas Jenkins**, que se ha convertido en un fenómeno en todo el mundo, se podrán ver en la plataforma a partir del próximo jueves 6 de abril.

También estarán disponibles los capítulos especiales *"El pastor"*, sobre la primera Navidad que inspiró posteriormente a la producción de la serie, y *"Los mensajeros"*. Además de en **Movistar Plus+** y en **acontra+**, la serie, que tuvo un estreno selectivo en cines de España, está disponible en DVD y Blu-ray.

Las dos primeras temporadas de la serie dirigida por el estadounidense **Dallas Jenkins**, que se ha convertido en un fenómeno en todo el mundo, se podrán ver en la plataforma a partir del próximo jueves 6 de abril.

También estarán disponibles los capítulos especiales "*El pastor*", sobre la primera Navidad que inspiró posteriormente a la producción de la serie, y "*Los mensajeros*". Además de en **Movistar Plus+** y en **acontra+**, la serie, que tuvo un estreno selectivo en cines de España, está disponible en DVD y Blu-ray.



Sinopsis de la primera temporada:

Por primera vez, la historia más grande jamás contada se presenta en una serie de varias temporadas. Enfocada en los personajes y el contexto histórico de los Evangelios, la primera temporada del mayor proyecto audiovisual producido mediante crowdfunding nos muestra a personas como Pedro, Nicodemo, María Magdalena, Mateo y, por supuesto, Jesús, de una manera nunca vista antes en pantalla.

Sinopsis de la segunda temporada:

En la segunda temporada de "The Chosen (Los Elegidos)", Jesús empieza su tarea pública y rápidamente corre la voz de que Él es el esperado Mesías. Su creciente fama atrae a multitudes cada vez más numerosas, nuevos discípulos y aumentan los milagros, pero también acarrea problemas. María se enfrenta a viejos demonios, explota la tensión entre Simón y Mateo, y Santiago y Juan luchan contra sus prejuicios y su temperamento. Pero todos continúan caminando junto al hombre que no siempre entienden, pero al que siempre seguirán.

THE CHOSEN (LOS ELEGIDOS), que ha sido traducida a 56 idiomas, lleva más de 500 millones de visionados en 142 países distintos. Es la primera adaptación cinematográfica en varias temporadas sobre la vida de Jesús. Una serie que se ofrecerá en 7 temporadas, con más de 50 episodios, y que está íntegramente financiada por donantes. El mayor

crowdfunding en la historia de las producciones audiovisuales: para la primera temporada, más de 19.000 personas donaron 11 millones de dólares, y para la segunda y tercera temporada, se han recaudado más de 40 millones de dólares.

THE CHOSEN (LOS ELEGIDOS) se situó como la [segunda serie más popular](#) de todos los tiempos según el ranking del sitio especializado IMDB, solo por detrás de "Breaking Bad".

La tercera temporada se estrenó el pasado mes de noviembre en cines de Estados Unidos certificando una vez más su éxito, alcanzando la tercera posición del *Box Office* en su primer fin de semana. La serie ha batido récords de estreno para un evento sobre fe, consiguiendo la mayor recaudación (más de 8 millones de dólares) y asistencia en un solo día para Fathom Events, proveedor de contenido de entretenimiento que transmite eventos en salas de cine en todo Estados Unidos.

THE CHOSEN (LOS ELEGIDOS) está protagonizada por Jonathan Roumie en el papel de Jesús, junto a Shahar Isaac, Elizabeth Tabish, Paras Patel, Erick Avari, Yasmine Al-Bustami, Noah James, Amber Shana Williams y Vanessa Benavente, entre otros.

En el transcurso de sus dos primeras temporadas, la serie ha recibido elogios de la crítica y el público por su precisión histórica y bíblica y su espíritu lúdico, y por ser un drama conmovedor con toques de humor genuino y con un gran impacto. Además, viene avalada por varios premios, como el de la *Actuación más inspiradora en televisión* en los **MovieGuide Awards** para Jonathan Roumie, o el premio



. En España, se ha hecho con el premio a la *Mejor serie sobre el hecho religioso* de los **XXVII Premios Alfa y Omega** de este mismo año, así como con el **Premio BRAVO** de la Conferencia Episcopal Española.

CINEMANÍA

Dónde ver 'Yellowjackets', la serie de intriga protagonizada por Christina Ricci y Melanie Lynskey

CINEMANÍA 28.03.2023 - 16:09H

La lucha por la supervivencia del grupo de jugadoras de fútbol emite actualmente su segunda temporada.



La primera temporada de Yellowjackets arrasaba en la temporada de premios, después de recibir 7 nominaciones a los Emmy y otras tantas en los Independent Spirit, los Gotham o los Critics Choice Awards. Un éxito relacionado íntimamente al buen tino en la elección de su casting, permitiendo la creación de una segunda temporada, que emite actualmente sus episodios.

La serie aborda dos tramas temporales, con una centrada en la lucha por la supervivencia de un equipo de fútbol femenino juvenil atrapadas en un territorio hostil en los 90, después de un accidente aéreo. Por su parte, las supervivientes también aparecen 25 años después, en un presente repleto de secretos. Una tensión que aumentará en la segunda temporada, mientras el invierno se intensifica y las amenazas aumentan.

El casting está encabezado por grandes nombres de la industria hollywoodiense como Christina Ricci (Miércoles), Melanie Lynskey (The Last of Us), Juliette Lewis (Bienvenidos a Chippendales) o Jasmin Savoy Brown (Scream VI), entre otras grandes actrices, en un reparto donde el empoderamiento femenino está muy presente.



Dónde ver 'Yellowjackets' en España

En España, el thriller creado por Showtime puede verse a través de Movistar+, que emite ahora los nuevos episodios, mientras que Fubo TV cuenta con la primera temporada. Por el momento, la plataforma SkyShowtime no ha añadido a su catálogo la producción, aunque no es descartable que lo haga en un futuro.

La segunda temporada añadía a su reparto a los actores Elijah Wood (saga El señor de los Anillos), quien interpreta a un detective que complica las cosas a la Misty adulta (Ricci). Un actor al que también se sumaban Lauren Ambrose (A dos metros bajo tierra, Servant), en el papel de la versión adulta de Van, y Simone Kessell (Obi Wan Kenobi), como la versión adulta de Lottie.

Thank you for watching

Yellowjackets es una serie creada por Ashley Lyle y Bart Nickerson, colaboradores habituales, quienes habían trabajado juntos con anterioridad como guionistas y productores de Narcos y de Los originales. Una ficción que continúa aumentando considerablemente su audiencia con el paso del tiempo.

Descubre los estrenos de cine en abril en Movistar Plus+

27 de marzo de 2023



La química entre Julia Roberts y George Clooney, el nuevo Caballero Oscuro interpretado por Robert Pattinson, la última apuesta de Jordan Peele por sorprender, thrillers de diferente estilo, una película protagonizada por una de las mejores bandas de rock de los últimos años y mucho cine español de enorme calidad, con Pilar Palomero, Carlos Vermut y Karra Elejalde entre otros, son las grandes apuestas cinematográficas de Movistar Plus+ para sus estrenos de abril.

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.

Studio 66

Dave Grohl y el resto de miembros de la banda Foo Fighters protagonizan esta comedia de terror, tremendamente gore, rodada en la misma mansión californiana en la que el grupo grabó el disco 'Medicine at Midnight' y en la que, según Grohl, ocurrieron todo tipo de cosas extrañas.

En la película (basada en una historia que el propio Grohl ideó en base a esos sucesos inexplicables), los Foo Fighters llegan a una mansión de Encino, California, para grabar su décimo disco, pero Grohl es poseído por un ser maligno y comienza a matar a sus compañeros de las formas más sangrientas y más violentas que se puedan imaginar.

Desde el domingo 2

La bestia

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, 'Ted K', '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.

Desde el viernes 7

La emperatriz rebelde

Una mirada diferente a la vida de la indómita emperatriz Isabel de Baviera, muy alejada de la edulcorada Sissi de Romy Schneider de la década de 1950. Culta, resuelta, deseosa de vivir y de aprender, la Isabel de 'La emperatriz rebelde' está a punto de cumplir 40 años y se siente cansada de su monótona y constreñida vida en una corte en la que apenas representa un bello adorno... un adorno que, además, está envejeciendo.

La encargada de darle vida es Vicky Krieps, cuya excelente interpretación le valió, entre otros premios, el del Cine Europeo y el de los festivales de Cannes (sección Una cierta mirada) y de Chicago, en donde el jurado destacó que «la interpretación de Vicky Krieps de la emperatriz Sissi es impredecible desde el primer segundo hasta el último. Krieps se muestra feroz, sorprendente y llena de dolor y consigue desprender positividad a pesar de todas las restricciones a las que se ve sometida su personaje, haciendo imposible mirar hacia otro lado. ¡Una actuación brillante!».

Desde el miércoles 12

Nop

Tras las perturbadoras y originales 'Déjame salir' y 'Nosotros', el director, guionista, productor y actor Jordan Peele decidió que su tercera película como realizador sería una reinención del clásico cine de terror de alienígenas y platillos volantes. Peele quería lograr «la quintaesencia del género, la más refinada de todas»... y así nació 'Nop'.



La cinta comienza hace varios años en el plató de una sitcom familiar de éxito protagonizada por el simpático chimpancé Gordy, una serie que terminó abruptamente con la sangrienta muerte de (casi) todos los presentes en el estudio. Ahora, en un rancho californiano cercano al parque de atracciones de uno de los niños supervivientes de aquella matanza comienzan a caer objetos del cielo (monedas, llaveros...) y uno de ellos acaba con la vida de un legendario domador de caballos para el cine.

Con todo el suspense, los giros de guion, la crítica social y el negro sentido del humor de sus obras anteriores, 'Nop' trata, como explica Peele, «sobre el espectáculo y nuestra adicción al espectáculo y sobre el hecho de que estamos siendo engullidos por él. Pero también habla de nuestra necesidad intrínseca de ser reconocidos por quiénes somos y qué somos».

Desde el viernes 14

Santos criminales

Los capos de la mafia no nacen, se hacen. Esta es la historia de Tony Soprano antes de convertirse en el todopoderoso jefe del crimen organizado que conocimos en 'Los Soprano', la serie que 'The Guardian' declaró en 2019 como la mejor del siglo XXI. Esta precuela de 'Los Soprano' comienza en 1967 en Nueva Jersey, donde están a punto de estallar los brutales disturbios raciales que asolaron la ciudad de Newark (la más poblada del estado) aquel verano. Nueva Jersey está controlado por la familia mafiosa DiMeo, pero muchas cosas están a punto de cambiar... y el joven Anthony Soprano, junto a su tío y mentor Dickie Moltisanti, será testigo y parte de los nuevos juegos de poder.

Con guion de David Chase (creador de la serie original) y Lawrence Konner y dirección de Alan Taylor (realizador de 'Thor: El mundo oscuro' y de episodios de prestigiosas series como 'Juego de tronos' o la propia 'Los Soprano'), la película tiene como narrador al personaje de Christopher Moltisanti, al que vuelve a interpretar Michael Imperioli. También vuelven a aparecer las versiones más jóvenes de otros conocidos personajes de la serie y se incorporan algunos nuevos. Como curiosidad, el adolescente Anthony Soprano está interpretado por Michael Gandolfini, hijo del actor que daba vida a Tony Soprano: el gran James Gandolfini.

Desde el sábado 15

Vasil

Karra Elejalde ('La vida padre'), Alexandra Jiménez ('Supernormal') y el actor búlgaro Ivan Barnev protagonizan esta historia en la que dos hombres, opuestos entre sí, consiguen romper sus barreras para construir una amistad muy especial basada en la tolerancia y el respeto a los demás. En esta cinta, Barnev interpreta a Vasil, un hombre brillante, carismático y una eminencia en el ajedrez que, sin embargo, duerme en la calle desde que llegó de Bulgaria. Por otro lado, está Alfredo (Karra Elejalde), un arquitecto jubilado, quién acoge a Vasil en su casa.

'Vasil' es la ópera prima de la directora Avelina Pratt y está basada en una historia real que le ocurrió a su padre. La película aborda temas como la exclusión social, la identidad cultural o los movimientos migratorios. Como explica Platt, las personas «queremos ayudar un poco, pero hasta ciertos límites, sin que toquen nuestra parcela de confort. A partir de ahí nos sentimos un poco amenazados».

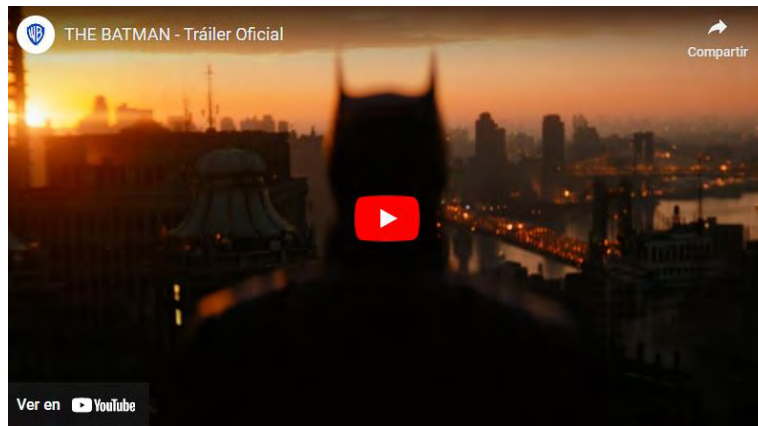
Desde el domingo 16

The Batman

Robert Pattinson es Batman en esta apasionante y sombría entrega del Universo Extendido DC. En 'The Batman', el Hombre Murciélago creado por Bob Kane y Bill Finger lleva dos años protegiendo la corrupta ciudad de Gotham. Ahora, Bruce Wayne / Batman y sus escasos aliados van a enfrentarse a un asesino que tiene a la élite de la ciudad en su punto de mira.

Junto a Pattinson, completan el reparto Zoë Kravitz (Selina Kyle / Catwoman), Andy Serkis (Alfred Pennyworth), Jeffrey Wright (teniente James Gordon), Colin Farrell (Oswald Cobblepot / El Pingüino), John Turturro (Carmine Falcone), Paul Dano (Edward Nashton / Enigma), Peter Sarsgaard (Gil Colson, el fiscal de distrito de Gotham) y Jayme Lawson (Bella Reál, candidata a la alcaldía).

Desde el viernes 21



La maternal

Tras su multipremiada ópera prima ('Las niñas'), la cineasta Pilar Palomero entrega otra emocionante y conmovedora historia, en esta ocasión sobre niñas madre. La película se centra en Carla, una chica de 14 años que vive con su jovencísima madre en un restaurante de carretera a las afueras de un pueblo. Con su progenitora casi siempre ausente de la casa, la indómita Carla ha aprendido a vivir su propia vida, casi siempre al lado de su amigo Efraín. Un día, tras una trastada de Carla especialmente grave, la asistente social acude a casa de las dos chicas, descubriendo que la pequeña está embarazada.

Para dar vida a Carla, Pilar Palomero contó con la debutante Carla Quílez, cuya excelente interpretación le valió la Concha de plata a la mejor actriz en el Festival de San Sebastián de 2022, aunque su corta edad no le permitió participar en los Goya. Junto a ella, completan el reparto Ángela Cervantes ('Chavalas') como su madre y un grupo de actrices no profesionales que han pasado por la experiencia de embarazos prematuros en la vida real. A ellas dedica el filme Palomero, quien describe 'La maternal' como «una película que trata sobre la complejidad de ser adolescente y madre al mismo tiempo; un retrato luminoso y oscuro, alegre y doloroso, tierno y duro, en el que sobre todo quiero transmitir la fuerza, la heroica resiliencia y la inagotable perseverancia de María, Sheila, Estel, Jamila, Claudia y todas las mujeres que han inspirado esta historia».

Desde el domingo 23

Mantícora

El muy personal director madrileño Carlos Vermut ('Quién te cantará', 'Magical Girl') entrega una perturbadora obra sobre el amor y los monstruos que nos rodean protagonizada por un excelente Nacho Sánchez, cuya interpretación le valió el premio Feroz al mejor actor. Nacho Sánchez da vida a Julián, un modelador de criaturas para videojuegos que un día salva la vida de su vecino, un niño de diez años atrapado por el fuego. Cuando oye los gritos del pequeño, Julián no se lo piensa dos veces, tira la puerta de la casa y rescata al niño, al que tranquiliza hasta que su madre vuelve a casa. Esa misma noche, Julián acude a urgencias con graves problemas para respirar, pero no es el humo el causante, sino un intenso ataque de ansiedad.

El actor consigue crear un personaje amable y encantador, un personaje con el que es fácil empatizar... incluso sabiendo que lleva dentro un monstruo. Ese dilema moral es precisamente lo que Vermut buscaba crear en la película: «el protagonista genera rechazo, pero, de alguna manera, como espectador empatizo con el dolor que le provoca el oscuro deseo que oculta».

Desde el miércoles 26

Viaje al paraíso

Los actores Julia Roberts y George Clooney, amigos desde hace décadas, se divierten y nos divierten protagonizando esta comedia romántica dirigida por el especialista en el género Ol Parker, director de 'Mamma Mia! Una y otra vez' y guionista de las dos entregas de 'El exótico Hotel Marigold'.



Desplegando una innegable química, estas dos superestrellas de Hollywood dan vida a Georgia y David, una expareja muy mal avenida que ahora mismo solo tiene en común el amor por su hija Lily. Ella es la chica perfecta y el orgullo de sus progenitores. Recién graduada en derecho, Lily es tan responsable que hasta pretende trabajar durante sus vacaciones en Bali para dar la talla cuando se incorpore a un bufete... aunque quizá haya algo que la retenga en el paraíso balinés.

Llena de buen rollo, romanticismo y maravillosos paisajes, la película 'Viaje al paraíso' es un divertido entretenimiento sobre la dulce sorpresa que pueden ofrecer las segundas oportunidades.

Desde el viernes 28

La chica salvaje

«Un romance, una chica que tiene todas las de perder, un misterioso asesinato y un juicio, todo ello con un singular telón de fondo que hace que la historia sea aún más dramática». Así describe su directora, Olivia Newman ('Mi primer combate'), este thriller romántico que adapta el bestseller homónimo de Delia Owens.



La película 'La chica salvaje' comienza el 30 de octubre de 1969, cuando en las marismas de la pequeña localidad de Barkley Cove, en Carolina del Norte, unos niños encuentran el cadáver del joven Chase Andrews. Inmediatamente, todo el pueblo acusa de su muerte a Kya, una chica que se crio sola en los peligrosos pantanos de la zona tras ser abandonada de niña por toda su familia. A partir de ahí, la cinta se mueve entre el thriller judicial ambientado en los sucesos de 1969 y el drama romántico que explica la vida anterior de la joven Kya, en una emotiva historia que es toda una crítica al sistema patriarcal, los prejuicios sociales y la discriminación imperante en los Estados Unidos de mitad del siglo XX.

Producida por la actriz Reese Witherspoon (quien se enamoró del libro de Owens y quiso llevarlo al cine), la película cuenta como tema principal con la canción 'Carolina', de Taylor Swift.

Desde el sábado 29

Emily la estafadora

Aubrey Plaza protagoniza este thriller estrenado en el Festival de Sundance de 2022, ópera prima de John Patton Ford. En él, Emily, una joven atormentada por una deuda estudiantil de 70.000 dólares decide introducirse junto a otros voluntarios en una estafa de compra venta de productos de alto valor mediante tarjetas de crédito e identificaciones fraudulentas.

El filme retrata a una mujer con antecedentes penales, sin expectativas personales ni profesionales, cuyas decisiones siempre han sido erróneas y que ahora se ve abocada a delinquir como última salida. 'Emily la estafadora' es simplemente el reflejo de alguien cansado de las deudas, de la explotación laboral, del pasado, que busca una escapatoria. Cada estafa, por pequeña que sea, le conduce a la siguiente cuando el dinero fácil llama a su puerta. Aunque la actuación de Emily sea totalmente reprobable, el director de la cinta consigue que se empaticé con la protagonista dejando de lado en todo momento cualquier tipo de afán didáctico.

Desde el domingo 30

Operadores

The Batman destaca entre las 12 películas que Movistar estrena en el mes de abril de 2023

David Soriano | Publicado el 28 de marzo, 2023 · 12:05



A punto estamos de dar la bienvenida al nuevo mes y eso significa que comienzan a llegar las primeras noticias sobre la renovación de catálogo que habrá en las principales plataformas de televisión y streaming. Ya conocemos cuáles serán los estrenos de Movistar Plus+ para el mes de la Semana Santa, al menos en cuanto a cine se refiere.

The Batman es uno de los estrenos más sonados del próximo mes en Movistar, pero también hay lugar para la comedia, el terror o el drama, incluso con sabor español.

Estrenos de cine en Movistar Plus+

El mes comienza con algo de locura. El 2 de abril se estrena Studio 666, una comedia de terror protagonizada por Dave Grohl y el resto de miembros de la banda Foo Fighters. La banda llega a una mansión de Encino, California, para grabar su décimo disco, pero Grohl es poseído por un ser maligno y comienza a matar a sus compañeros de las formas más sangrientas y más violentas que se puedan imaginar.

El viernes 7 de abril se suma al catálogo de películas de Movistar Plus+ La Bestia, protagonizada por Idris Elba como el doctor Nate Samuels viajando hasta la tierra natal de su difunta esposa.



Lo que empieza siendo un viaje de relax se convierte en una lucha por la supervivencia cuando un león que ha escapado de unos cazadores furtivos empieza a perseguirles.

Desde el miércoles 12 podrás ver *La Emperatriz Rebelde*, cinta que cuenta otra cara de la emperatriz Isabel de Baviera, más conocida como Sissi. En esta ocasión, se centra en una etapa de la vida de la emperatriz en la que está a punto de cumplir 40 años y se siente cansada de su monótona y constreñida vida en una corte en la que apenas representa un bello adorno. A partir de ese momento llegará una ola de imprevisibilidad a la vida de Isabel.

Jordan Peele, tras dos cintas que no dejaron indiferente a nadie como *Déjame Salir* o *Nosotros* regresa a la silla de director con *Nop*, que podremos ver en la plataforma desde el viernes 14 de abril y es una reinención del clásico cine de terror de alienígenas y platillos volantes. Como explica el director, *Nop* trata «sobre el espectáculo y nuestra adicción al espectáculo y sobre el hecho de que estamos siendo engullidos por él. Pero también habla de nuestra necesidad intrínseca de ser reconocidos por quiénes somos y qué somos».

Santos Criminales se podrá ver desde el sábado 15 y gustará especialmente a los fans de *Los Soprano*, una de las mejores series de la historia. Esta precuela es la historia de Tony Soprano antes de convertirse en el todopoderoso jefe del crimen organizado que conocimos, con una ambientación en la Nueva Jersey de 1967, donde están a punto de estallar los brutales disturbios raciales que asolaron la ciudad de Newark.

The Batman es uno de los platos fuertes del mes, especialmente si no tienes HBO Max, su hogar desde hace un año. El viernes 21 llega este reboot cinematográfico del *Hombre Murciélago*, con Robert Pattinson llegando al proyecto para ponerse en la piel de Bruce Wayne y su alter ego Batman. La sinopsis es la siguiente: «cuando un asesino apunta a la élite de Gotham con una serie de maquinaciones sádicas, un rastro de pistas crípticas lleva al Mejor Detective del Mundo a realizar una investigación en el inframundo, donde se cruza con personajes como Selina Kyle, alias Catwoman (Zoë Kravitz), Oswald Cobblepot, alias El Pingüino (Colin Farrell), Carmine Falcone (John Turturro) y Edward Nashton, alias Enigma (Paul Dano)».



El viernes 28 nos espera Viaje al paraíso, protagonizada por Julia Roberts y George Clooney, quienes en esta cinta interpretan a Georgia y David, una expareja muy mal avenida que ahora mismo solo tiene en común el amor por su hija Lily. Recién licenciada en Derecho, Lily pretende trabajar durante sus vacaciones en Bali para dar la talla cuando se incorpore a un bufete, aunque quizás sus padres también acaben yendo allí.

Un día después podrás ver La Chica Salvaje, un thriller romántico dirigido por Olivia Newman que adapta el bestseller homónimo de Delia Owens. La cinta tiene como punto de partida cuando unos niños encuentran el cadáver del joven Chase Andrews. Inmediatamente, todo el pueblo acusa de su muerte a Kya, una chica que se crio sola en los peligrosos pantanos de la zona tras ser abandonada de niña por toda su familia.



Para cerrar el mes tenemos Emily la estafadora, disponible desde el último día del mes. Aubrey Plaza protagoniza este thriller dando vida a Emily, una joven atormentada por una deuda estudiantil de 70.000 dólares decide introducirse junto a otros voluntarios en una estafa de compra venta de productos de alto valor mediante tarjetas de crédito e identificaciones fraudulentas.

Cine español en Movistar en abril de 2023

Además, tras el estreno anticipado de As Bestas, la cinta que arrasó en los Goya, cuyo estreno estaba previsto para el 7 de abril, pero se adelantó al 24 de marzo, también habrá un par de películas que estuvieron nominadas a los premios nacionales de cine.

La Maternal, 3 nominaciones a los Goya, llega el domingo 23 de abril. La cineasta Pilar Palomero regresa tras el éxito de Las Niñas con otra emocionante historia, en esta ocasión protagonizada por Carla, de 14 años, una niña salvaje y rebelde que vive en circunstancias humildes en las afueras de su pueblo y tiene una relación muy difícil, casi tóxica, con su madre. Llevada a un hogar de acogida por los servicios sociales locales, Carla da a luz y tiene que enfrentarse a un mundo de perplejidades y decisiones aún mayores, junto con otra joven madre del centro.



Otra de las cintas que fueron nominadas a los Goya, en este caso con 4 candidaturas, es Manticora, que se añade al catálogo de Movistar Plus+ el próximo miércoles 26 de abril. Esta cinta cuenta la historia de Julián, un exitoso diseñador de videojuegos que vive atormentado por un oscuro secreto. Cuando Diana aparece en su vida, Julián sentirá cercana la oportunidad de ser feliz.

Además de estas dos nominadas, el día domingo 16 se estrena Vasil, protagonizada por Karra Elejalde, Alexandra Jiménez y el actor búlgaro Ivan Barnev. Es la historia de dos hombres, opuestos entre sí, consiguen romper sus barreras para construir una amistad muy especial basada en la tolerancia y el respeto a los demás. La película aborda temas como la exclusión social, la identidad cultural o los movimientos migratorios.

EL IMPARCIAL

cultura

Lunes, 27 de Marzo de 2023

PLATAFORMAS

Cine de estreno en Movistar+: *Viaje al paraíso*, *La maternal* y la precuela de *Los Soprano*

E.I. Lunes 27 de marzo de 2023



Viaje al paraíso - 28 de abril

Los actores Julia Roberts y George Clooney, amigos desde hace décadas, protagonizan esta comedia romántica dirigida por el especialista en el género Ol Parker. Desplegando una innegable química, estas dos superestrellas de Hollywood dan vida a Georgia y David, una expareja muy mal avenida que ahora mismo solo tiene en común el amor por su hija Lily. Ella es la chica perfecta y el orgullo de sus progenitores.

The Batman - 21 de abril

Robert Pattinson es Batman en esta entrega del Universo Extendido DC. Ahora, Bruce Wayne / Batman y sus escasos aliados van a enfrentarse a un asesino que tiene a la élite de la ciudad en su punto de mira. Junto a Pattinson, completan el reparto Zoë Kravitz (Selina Kyle / Catwoman), Andy Serkis (Alfred Pennyworth), Jeffrey Wright (teniente James Gordon), Colin Farrell (Oswald Cobblepot / El Pingüino), John Turturro

(Carmino Falcone), Paul Dano (Edward Nashton / Enigma), Peter Sarsgaard (Gil Colson, el fiscal de distrito de Gotham) y Jayme Lawson (Bella Reál, candidata a la alcaldía).



NOP - 14 de abril

Tras las perturbadoras y originales 'Déjame salir' y 'Nosotros', el director, guionista, productor y actor Jordan Peele decidió que su tercera película como realizador sería una reinención del clásico cine de terror de alienígenas y platillos volantes. Peele quería lograr "la quintaesencia del género, la más refinada de todas"... y así nació 'Nop'. La cinta comienza hace varios años en el plató de una sitcom familiar de éxito protagonizada por el simpático chimpancé Gordy, una serie que terminó abruptamente con la sangrienta muerte de (casi) todos los presentes en el estudio. Ahora, en un rancho californiano cercano al parque de atracciones de uno de los niños supervivientes de aquella matanza comienzan a caer objetos del cielo (monedas, llaveros...) y uno de ellos acaba con la vida de un legendario domador de caballos para el cine.



La bestia - 7 de abril

Un thriller de supervivencia lleno de tensión en el que Idris Elba tiene que enfrentarse al más mortífero y sanguinario león salvaje. 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.



La chica salvaje - 29 de abril

"Un romance, una chica que tiene todas las de perder, un misterioso asesinato y un juicio, todo ello con un singular telón de fondo que hace que la historia sea aún más dramática". Así describe su directora, Olivia Newman ('Mi primer combate'), este thriller romántico que adapta el bestseller homónimo de Delia Owens.



Santos criminales - 15 de abril

Los capos de la mafia no nacen, se hacen. Esta es la historia de Tony Soprano antes de convertirse en el todopoderoso jefe del crimen organizado que conocimos en Los Soprano. Esta precuela comienza en 1967 en Nueva Jersey, donde están a punto de estallar los brutales disturbios raciales que asolaron la ciudad de Newark (la más poblada del estado) aquel verano.



La maternal - 23 de julio



Tras su premiada ópera prima (Las niñas), la cineasta Pilar Palomero entrega otra emocionante y conmovedora historia, en esta ocasión sobre niñas madre. La película se centra en Carla, una chica de 14 años que vive con su jovencísima madre en un restaurante de carretera a las afueras de un pueblo. Con su progenitora casi siempre ausente de la casa, la indómita Carla ha aprendido a vivir su propia vida, casi siempre al lado de su amigo Efraín. Un día, tras una trastada de Carla especialmente grave, la asistente social acude a casa de las dos chicas, descubriendo que la pequeña está embarazada.

Studio 666 - 2 de abril



Dave Grohl y el resto de miembros de la banda Foo Fighters protagonizan esta comedia de terror rodada en la misma mansión californiana en la que el grupo grabó el disco 'Medicine at Midnight' y en la que, según Grohl, ocurrieron todo tipo de cosas extrañas.

Mantícora - 26 de abril



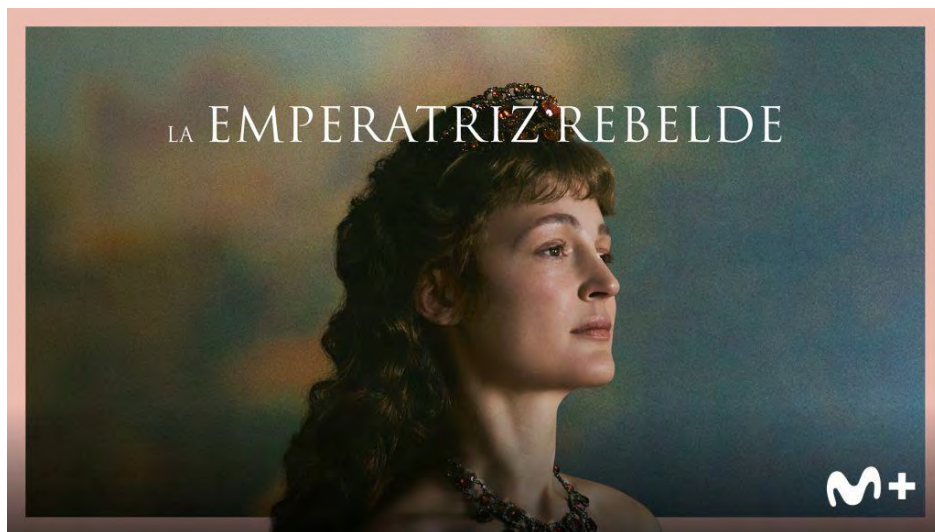
El director madrileño Carlos Vermut dirige una perturbadora obra sobre el amor y los monstruos que nos rodean protagonizada por un excelente Nacho Sánchez, cuya interpretación le valió el premio Feroz al mejor actor.

Vasil - 16 de abril



Karra Elejalde, Alexandra Jiménez y el actor búlgaro Ivan Barnev protagonizan esta historia en la que dos hombres, opuestos entre sí, consiguen romper sus barreras para construir una amistad muy especial basada en la tolerancia y el respeto a los demás.

La emperatriz rebelde - 12 de julio



Una mirada diferente a la vida de la indómita emperatriz Isabel de Baviera, muy alejada de la edulcorada Sissi de Romy Schneider de la década de 1950. Culta, resuelta, deseosa de vivir y de aprender, la Isabel de La emperatriz rebelde está a punto de cumplir 40 años y se siente cansada de su monótona y constreñida vida en una corte en la que apenas representa un bello adorno... un adorno que, además, está envejeciendo.

Emily la estafadora - 30 de abril



Aubrey Plaza protagoniza este thriller estrenado en el Festival de Sundance de 2022, ópera prima de John Patton Ford. En él, Emily, una joven atormentada por una deuda estudiantil de 70.000 dólares decide introducirse junto a otros voluntarios en una estafa de compra venta de productos de alto valor mediante tarjetas de crédito e identificaciones fraudulentas.

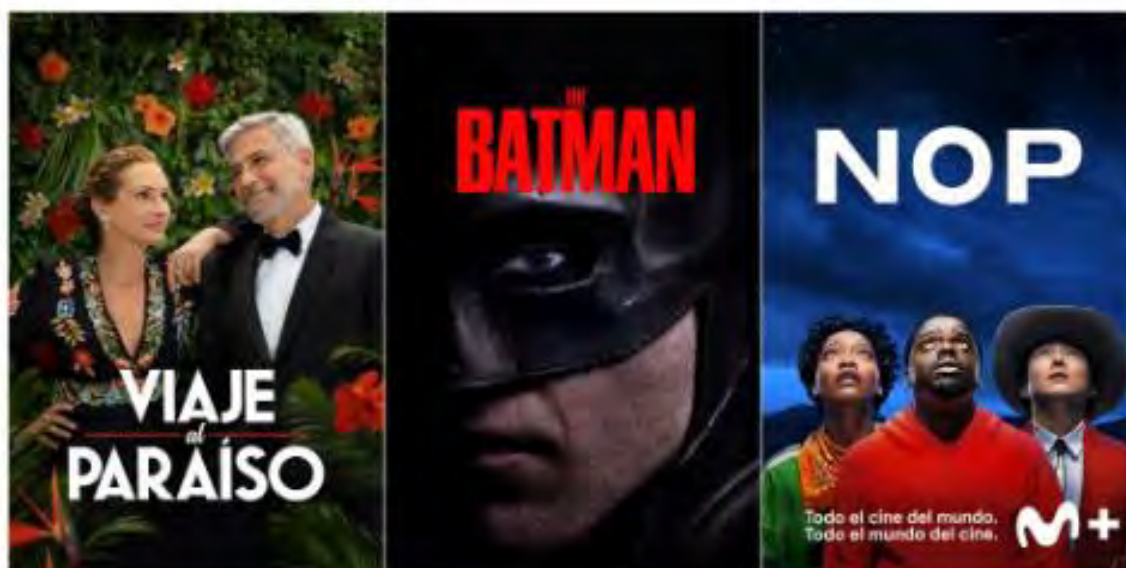


© Lunes, 27 Marzo 2023 12:15

[Email](#) [Imprimir](#)

¡Calendario Estrenos Películas Cine Sagas Movistar Plus ABRIL 2023! -►-► ¡La precuela de LOS SOPRANO, THE BATMAN, LA BESTIA / Idris Elba (Luther), MANTÍCORA, NOP / Grupo A24, LA MATERNAL, STUDIO 666 / Foo Fighters, LA CHICA SALVAJE / Taylor Swift y+!

Escrito por Trajano



La química entre Julia Roberts y George Clooney, el nuevo Caballero Oscuro interpretado por Robert Pattinson, la última apuesta de Jordan Peele por sorprender, *thrillers* de diferente estilo, una película protagonizada por una de las mejores bandas de rock de los últimos años y mucho cine español de calidad, con Pilar Palomero, Carlos Vermut y Karra Elejalde entre otros, son las grandes apuestas cinematográficas de Movistar Plus+ para sus estrenos de abril.

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 (SÓLO TÍTULOS Y FECHAS)

- > 'Studio 66'. Desde el domingo 2 de abril.
- > 'La bestia'. Desde el viernes 7 de abril.
- > 'La emperatriz rebelde'. Desde el miércoles 12.
- > 'Nop'. Desde el viernes 14.
- > 'Santos criminales'. Desde el sábado 15.
- > 'Vasil'. Desde el domingo 16.
- > 'The Batman'. Desde el viernes 21.
- > 'La maternal'. Desde el domingo 23.
- > 'Manticora'. Desde el miércoles 26.
- > 'Viaje al paraíso'. Desde el viernes 28.
- > 'La chica salvaje'. Desde el sábado 29.
- > 'Emily la estafadora'. Desde el domingo 30.

**¡DESTACADOS DEL CALENDARIO ESTRENOS PELÍCULAS CINE
MOVISTAR PLUS ABRIL 2023!**



THE BATMAN

Desde el viernes 21.

Robert Pattinson es Batman en esta apasionante y sombría entrega del Universo Extendido DC. En 'The Batman', el Hombre Murciélago creado por Bob Kane y Bill Finger lleva dos años protegiendo la corrupta ciudad de Gotham. Ahora, Bruce Wayne / Batman y sus escasos aliados van a enfrentarse a un asesino que tiene a la élite de la ciudad en su punto de mira.

Junto a Pattinson, completan el reparto Zoë Kravitz (Selina Kyle / Catwoman), Andy Serkis (Alfred Pennyworth), Jeffrey Wright (teniente James Gordon), Colin Farrell (Oswald Cobblepot / El Pingüino), John Turturro (Carmine Falcone), Paul Dano (Edward Nashton / Enigma), Peter Sarsgaard (Gil Colson, el fiscal de distrito de Gotham) y Jayme Lawson (Bella Reál, candidata a la alcaldía)



NOP (del grupo A24)

Desde el viernes 14.

Tras las perturbadoras y originales 'Déjame salir' y 'Nosotros', el director, guionista, productor y actor Jordan Peele decidió que su tercera película como realizador sería una reinención del clásico cine de terror de alienígenas y platillos volantes. Peele quería lograr "la quintaesencia del género, la más refinada de todas"... y así nació 'Nope'.

La cinta comienza hace varios años en el plató de una *sitcom* familiar de éxito protagonizada por el simpático chimpancé Gordy, una serie que terminó abruptamente con la sangrienta muerte de (casi) todos los presentes en el estudio. Ahora, en un rancho californiano cercano al parque de atracciones de uno de los niños supervivientes de aquella matanza comienzan a caer objetos del cielo (monedas, llaveros...) y uno de ellos acaba con la vida de un legendario domador de caballos para el cine.

Con todo el suspense, los giros de guion, la crítica social y el negro sentido del humor de sus obras anteriores, 'Nope' trata, como explica Peele, "sobre el espectáculo y nuestra adicción al espectáculo y sobre el hecho de que estamos siendo engullidos por él. Pero también habla de nuestra necesidad intrínseca de ser reconocidos por quiénes somos y qué somos".



LA BESTIA

Desde el viernes 7.

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, 'Ted K', '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.



LA CHICA SALVAJE

Desde el sábado 29.

"Un romance, una chica que tiene todas las de perder, un misterioso asesinato y un juicio, todo ello con un singular telón de fondo que hace que la historia sea aún más dramática". Así describe su directora, Olivia Newman ('Mi primer combate'), este *thriller* romántico que adapta el *bestseller* homónimo de Delia Owens.

La película 'La chica salvaje' comienza el 30 de octubre de 1969, cuando en las marismas de la pequeña localidad de Barkley Cove, en Carolina del Norte, unos niños encuentran el cadáver del joven Chase Andrews. Inmediatamente, todo el pueblo acusa de su muerte a Kya, una chica que se crió sola en los peligrosos pantanos de la zona tras ser abandonada de niña por toda su familia. A partir de ahí, la cinta se mueve entre el *thriller* judicial ambientado en los sucesos de 1969 y el drama romántico que explica la vida anterior de la joven Kya, en una emotiva historia que es toda una crítica al sistema patriarcal, los prejuicios sociales y la discriminación imperante en los Estados Unidos de mitad del siglo XX.

Producida por la actriz Reese Witherspoon (quien se enamoró del libro de Owens y quiso llevarlo al cine), la película cuenta como tema principal con la canción 'Carolina', de Taylor Swift.



SANTOS CRIMINALES

Desde el sábado 15.

Los capos de la mafia no nacen, se hacen. Esta es la historia de Tony Soprano antes de convertirse en el todopoderoso jefe del crimen organizado que conocimos en 'Los Soprano', la serie que 'The Guardian' declaró en 2019 como la mejor del siglo XXI. Esta precuela de 'Los Soprano' comienza en 1967 en Nueva Jersey, donde están a punto de estallar los brutales disturbios raciales que asolaron la ciudad de Newark (la más poblada del estado) aquel verano. Nueva Jersey está controlado por la familia mafiosa DiMeo, pero muchas cosas están a punto de cambiar... y el joven Anthony Soprano, junto a su tío y mentor Dickie Moltisanti, será testigo y parte de los nuevos juegos de poder.

Con guion de David Chase (creador de la serie original) y Lawrence Konner y dirección de Alan Taylor (realizador de 'Thor: El mundo oscuro' y de episodios de prestigiosas series como 'Juego de tronos' o la propia 'Los Soprano'), la película tiene como narrador al personaje de Christopher Moltisanti, al que vuelve a interpretar Michael Imperioli. También vuelven a aparecer las versiones más jóvenes de otros conocidos personajes de la serie y se incorporan algunos nuevos. Como curiosidad, el adolescente Anthony Soprano está interpretado por Michael Gandolfini, hijo del actor que daba vida a Tony Soprano: el gran James Gandolfini.



LA MATERNAL

Desde el domingo 23.

Tras su multipremiada ópera prima ('Las niñas'), la cineasta Pilar Palomero entrega otra emocionante y conmovedora historia, en esta ocasión sobre niñas madre. La película se centra en Carla, una chica de 14 años que vive con su jovencísima madre en un restaurante de carretera a las afueras de un pueblo. Con su progenitora casi siempre ausente de la casa, la indómita Carla ha aprendido a vivir su propia vida, casi siempre al lado de su amigo Efraín. Un día, tras una traxada de Carla especialmente grave, la asistente social acude a casa de las dos chicas, descubriendo que la pequeña está embarazada.

Para dar vida a Carla, Pilar Palomero contó con la debutante Carla Quílez, cuya excelente interpretación le valió la Concha de plata a la mejor actriz en el Festival de San Sebastián de 2022, aunque su corta edad no le permitió participar en los Goya. Junto a ella, completan el reparto Ángela Cervantes ('Chavalas') como su madre y un grupo de actrices no profesionales que han pasado por la experiencia de embarazos prematuros en la vida real. A ellas dedica el filme Palomero, quien describe 'La maternal' como "una película que trata sobre la complejidad de ser adolescente y madre al mismo tiempo; un retrato luminoso y oscuro, alegre y doloroso, tierno y duro, en el que sobre todo quiero transmitir la fuerza, la heroica resiliencia y la inagotable perseverancia de María, Sheila, Estel, Jamila, Claudia y todas las mujeres que han inspirado esta historia".



STUDIO 666

Desde el 2 de abril.

Dave Grohl y el resto de miembros de la banda Foo Fighters protagonizan esta comedia de terror, tremendamente *gore*, rodada en la misma mansión californiana en la que el grupo grabó el disco 'Medicine at Midnight' y en la que, según Grohl, ocurrieron todo tipo de cosas extrañas.

En la película (basada en una historia que el propio Grohl ideó en base a esos sucesos inexplicables), los Foo Fighters llegan a una mansión de Encino, California, para grabar su décimo disco, pero Grohl es poseído por un ser maligno y comienza a matar a sus compañeros de las formas más sangrientas y más violentas que se puedan imaginar.



MANTÍCORA

Desde el miércoles 26.

El muy personal director madrileño Carlos Vermut ('Quién te cantará', 'Magical Girl') entrega una perturbadora obra sobre el amor y los monstruos que nos rodean protagonizada por un excelente Nacho Sánchez, cuya interpretación le valió el premio Feroz al mejor actor. Nacho Sánchez da vida a Julián, un modelador de criaturas para videojuegos que un día salva la vida de su vecino, un niño de diez años atrapado por el fuego. Cuando oye los gritos del pequeño, Julián no se lo piensa dos veces, tira la puerta de la casa y rescata al niño, al que tranquiliza hasta que su madre vuelve a casa. Esa misma noche, Julián acude a urgencias con graves problemas para respirar, pero no es el humo el causante, sino un intenso ataque de ansiedad.

El actor consigue crear un personaje amable y encantador, un personaje con el que es fácil empatizar... incluso sabiendo que lleva dentro un monstruo. Ese dilema moral es precisamente lo que Vermut buscaba crear en la película: "el protagonista genera rechazo, pero, de alguna manera, como espectador empatizo con el dolor que le provoca el oscuro deseo que oculta"



VASIL

Desde el domingo 16.

Karra Elejalde ('La vida padre'), Alexandra Jiménez ('Supernormal') y el actor búlgaro Ivan Barnev protagonizan esta historia en la que dos hombres, opuestos entre sí, consiguen romper sus barreras para construir una amistad muy especial basada en la tolerancia y el respeto a los demás. En esta cinta, Barnev interpreta a Vasil, un hombre brillante, carismático y una eminencia en el ajedrez que, sin embargo, duerme en la calle desde que llegó de Bulgaria. Por otro lado, está Alfredo (Karra Elejalde), un arquitecto jubilado, quién acoge a Vasil en su casa.

"Vasil" es la ópera prima de la directora Avelina Pratt y está basada en una historia real que le ocurrió a su padre. La película aborda temas como la exclusión social, la identidad cultural o los movimientos migratorios. Como explica Platt, las personas "queremos ayudar un poco, pero hasta ciertos límites, sin que toquen nuestra parcela de confort. A partir de ahí nos sentimos un poco amenazados".



LA EMPERATRIZ REBELDE

Desde el miércoles 12.

Una mirada diferente a la vida de la indómita emperatriz Isabel de Baviera, muy alejada de la edulcorada Sissi de Romy Schneider de la década de 1950. Culta, resuelta, deseosa de vivir y de aprender, la Isabel de 'La emperatriz rebelde' está a punto de cumplir 40 años y se siente cansada de su monótona y constreñida vida en una corte en la que apenas representa un bello adorno... un adorno que, además, está envejeciendo.

La encargada de darle vida es Vicky Krieps, cuya excelente interpretación le valió, entre otros premios, el del Cine Europeo y el de los festivales de Cannes (sección Una cierta mirada) y de Chicago, en donde el jurado destacó que "la interpretación de Vicky Krieps de la emperatriz Sissi es impredecible desde el primer segundo hasta el último. Krieps se muestra feroz, sorprendente y llena de dolor y consigue desprender positividad a pesar de todas las restricciones a las que se ve sometida su personaje, haciendo imposible mirar hacia otro lado. ¡Una actuación brillante!"



EMILY LA ESTAFADORA

Desde el domingo 30.

Aubrey Plaza protagoniza este *thriller* estrenado en el Festival de Sundance de 2022, ópera prima de John Patton Ford. En él, Emily, una joven atormentada por una deuda estudiantil de 70.000 dólares decide introducirse junto a otros voluntarios en una estafa de compra venta de productos de alto valor mediante tarjetas de crédito e identificaciones fraudulentas.

El filme retrata a una mujer con antecedentes penales, sin expectativas personales ni profesionales, cuyas decisiones siempre han sido erróneas y que ahora se ve abocada a delinquir como última salida. 'Emily la estafadora' es simplemente el reflejo de alguien cansado de las deudas, de la explotación laboral, del pasado, que busca una escapatoria. Cada estafa, por pequeña que sea, le conduce a la siguiente cuando el dinero fácil llama a su puerta. Aunque la actuación de Emily sea totalmente reprochable, el director de la cinta consigue que se empatee con la protagonista dejando de lado en todo momento cualquier tipo de afán didáctico.

Movistar Plus+ anuncia sus películas de estreno de abril: The Batman, ¡Nop!, etc.

Javier Cazallas 27 mar. 2023



La plataforma de streaming de Telefónica incorpora grandes estrenos a su catálogo a lo largo de abril, tanto nacionales como internacionales.

Como cada mes, Movistar Plus+ se dispone a reforzar su catálogo de películas con grandes estrenos que han triunfado en la gran pantalla y esperan repetir su éxito en la pequeña.

Abril de 2023 no va a ser ninguna excepción. La plataforma de streaming y televisión a la carta de Telefónica de España tiene en el menú interesantes incorporaciones al catálogo de contenido.

Empezamos este mismo domingo, 2 de abril, con Studio 666, la comedia de terror filmada por los Foo Fighters en la que se mudan a una mansión de Encino repleta de terroríficas historias del Rock.

Seguimos el viernes 7 de abril con La bestia, el thriller protagonizado por Idris Elba en el que un león fugado lo hostigará a él y a su familia durante un viaje a Sudáfrica.

Unos días después, el miércoles 12, llega La emperatriz rebelde, una nueva película austríaca basada en la vida de Isabel de Austria, más conocida popularmente como Sissi.

Si lo que te apetece es un poco de incertidumbre al estilo de Jordan Peele, el viernes 14 tienes el estreno de ¡Nop! en Movistar Plus+.

Pero quizá busques algo más "familiar", como una historia de la Mafia. El sábado 15 te puedes quitar las ganas con Santos criminales, la precuela de Los Soprano centrada en la infancia de Tony Soprano.

Todo el cine que llega a Movistar Plus+ en abril

Superado el ecuador del mes de abril, el domingo 16, llega el drama Vasil, dirigido por Avelina Prat, sobre un inmigrante apasionado por el ajedrez que se valdrá del juego para romper las barreras del hombre que lo acogió.

Marca bien el viernes 21 de abril, pues Robert Pattinson se pondrá la capucha y la capa en The Batman, la película independiente de DC con la nueva iteración del justiciero de Gotham, dirigida por Matt Reeves.

El cine español regresa a Movistar Plus+ el domingo 23 con La maternal, el drama dirigido por Pilar Palomero. Si te sabe a poco, el miércoles 26 tienes Mantícora, el excelente thriller de Carlos Vermut.

Otra ración de comedia el viernes 28 de abril con el estreno de Viaje al paraíso, la película que reúne después de varios años a George Clooney y Julia Roberts.

Pero el sábado 29 volvemos con los thrillers gracias a Olivia Newman y La chica salvaje, la cinta protagonizada por Daisy Edgar-Jones. Terminaríamos el domingo 30 con Aubrey Plaza y Emily la estafadora, la película dirigida por John Patton Ford.

Los estrenos de cine de abril en Movistar Plus+ ampliarán su selección cinematográfica con un catálogo ya de por sí bastante completito.



EL REGRESO DE JAMIE Y CLAIRE

"Outlander", temporada 7: fecha de estreno y tráiler de la primera parte

¡Vuelven Jamie y Claire! La aventura más emocionante y esperada del año con el estreno de la primera parte de la séptima temporada de "Outlander" está muy cerca, ya hay fecha.



Caitriona Balfe (Claire) en "Outlander" T7 - Starz Entertainment, LLC

Alicia Marín 29/03/2023 1m 47s

Los fans de "Outlander" pueden respirar tranquilos: la espera ha terminado. El 17 de junio llega a Movistar Plus+ la primera parte de la tan esperada séptima temporada de la exitosa serie protagonizada por Sam Heughan y Caitriona Balfe.

La historia continúa justo donde la dejamos en la temporada anterior: Claire era arrestada injustamente por Brown y sus hombres, escoltada de cerca por Tom Christie. Su destino es la prisión de Wilmington, una pequeña ciudad sin ley donde la encarcelan a la espera de su sentencia.

Mientras tanto, Jamie, tras ser salvado por Ian y el líder de los cherokee de un destino fatal, se prepara para encontrar el paradero de Claire antes de que sea demasiado tarde y hacer justicia con quienes se la han vuelto a arrebatarse. Pero las cosas nunca son fáciles para nuestros protagonistas y el camino hacia la libertad estará lleno de peligros, aventuras y emociones intensas.



La nueva temporada de "Outlander" promete ser una de las más emocionantes y dramáticas hasta el momento. Los ocho primeros episodios nos mantendrán pegados a la pantalla, y tendremos que esperar hasta 2024 para ver los ocho restantes. No obstante, recordamos que la octava y última temporada de la exitosa ficción ya está confirmada y también podrá disfrutarse en Movistar Plus+.



"Outlander", basada en las novelas de Diana Gabaldon y desarrollada por Ronald D. Moore, ha sido un éxito desde su inicio y ha formado parte de la familia Movistar Plus+ durante años. El reparto encabezado por Sam Heughan y Caitriona Balfe junto a Sophie Skelton y Richard Rankin ha enamorado a millones de fans en todo el mundo, y esta temporada no será diferente.



vemosTV



Programación

La primera parte de la 'Outlander' Temporada 7 llega el 17 de junio a Movistar Plus+

CARMEN FERNANDEZ ETREROS 27/03/2023



La plataforma de streaming Movistar Plus+ ha anunciado que la primera parte de la séptima temporada de la conocida serie Outlander, que tendrá 8 episodios, se estrenará a partir del 17 de junio. La segunda parte tendrá también 8 primeros episodios llegarán a Movistar Plus+ en 2024.

Movistar Plus+ también ha anunciado que la serie Outlander tendrá una octava y última temporada que se podrá ver en la plataforma de streaming. Una serie que cuenta con muchos seguidores en todo el mundo y adapta la saga escrita por Diana Gabaldón, está protagonizada por los actores Sam Heughan y Caitriona Balfe.

¿Qué va a pasar en esta temporada?

Hay que recordar que al final de la sexta temporada, Claire Randall, la protagonista de la serie, era arrestada injustamente por Brown y sus hombres, y fue escoltada por Tom Christie a la prisión de Wilmington, una pequeña ciudad sin ley. A Claire la meten en la cárcel a la espera de su sentencia donde tendrá que sobrevivir.

Al mismo tiempo Jamie, el otro protagonista de la serie, tras ser salvado por Ian y el líder de los cherokee de un destino fatal, se está preparando para encontrar el paradero de Claire antes de que sea demasiado tarde y hacer justicia con quienes se la han vuelto a arrebatar.



El reparto de *Outlander* temporada 7

La primera parte de la séptima temporada de Outlander ha sido desarrollada por Ronald D. Moore y está protagonizada de nuevo por la actriz Caitriona Balfe (Belfast, Le Mans 66, Super 8, Ahora me ves, Plan de escape) y el actor Sam Heughan (Bloodshot, Island at War, Doctor). En el reparto de la serie también están los actores Sophie Skelton (221, Day of the Dead: Bloodline) y Richard Rankin (Thirteen, Una buena receta).

La primera parte de la temporada 7 de Outlander es una de las apuestas de Movistar Plus+ para esta primavera junto con la tercera parte de Todas las criaturas grandes y pequeñas que se podrá ver el 3 de mayo, Montecristo protagonizada por el actor William Levy, conocido por trabajo en Café con aroma a mujer que se estrena el 21 de abril y la segunda temporada de la dramedia Sentimos las molestias con Antonio Resines y Miguel Rellán que se podrá ver a partir de este jueves 30 de marzo.

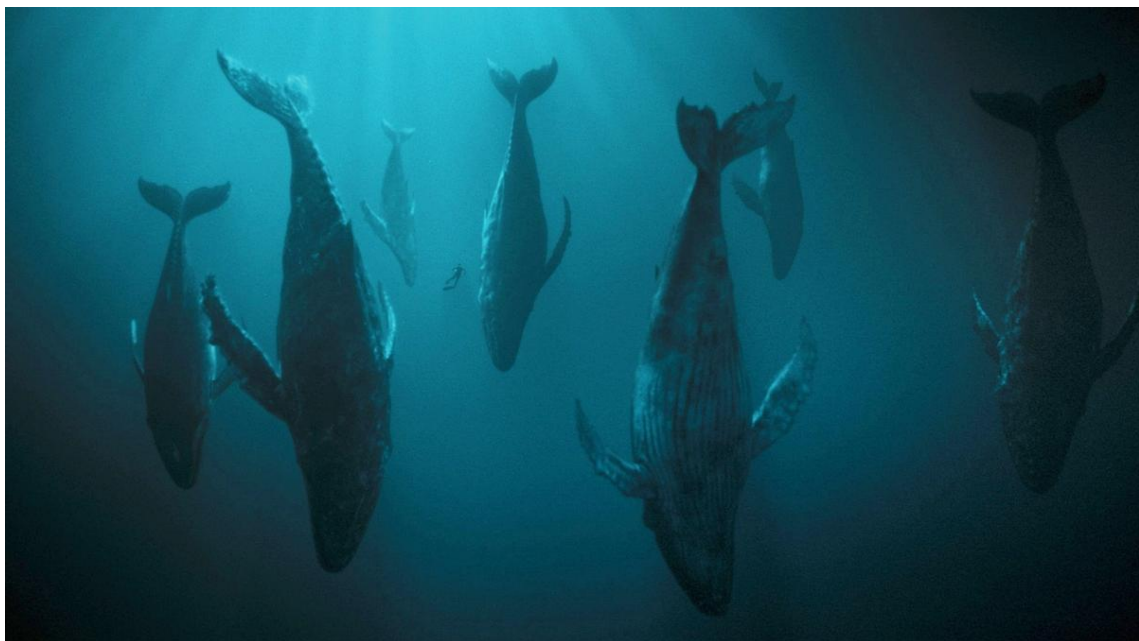


**DEIA – NOTICIAS DE GIPUZKOA – DIARIO NOTICIAS DE NAVARRA
– DIARIO DE NAVARRA**

‘El quinto día’, un terror oceánico que asusta por su trama realista

La serie alemana plantea la posibilidad real de que los océanos acaben rebelándose

Constan Doval NTM Bilbao | 28-03-23 |



Una escena de la serie alemana ‘El quinto día’. MOVISTAR PLUS+

Nadie se imaginaba que hace tres años un virus iba a desatar un miniapocalipsis en la Tierra. El mundo se confinó para hacer frente a una amenaza que parecía sacada de una serie o película de ciencia ficción. Pero no, era real. Tanto, que los muertos se contaban por miles dada día, las infecciones eran incontrolables y los hospitales estaban completamente colapsados.

Si no ponemos remedio, la siguiente crisis que puede poner en jaque al mundo es la medioambiental. Son muchos los indicadores que nos alertan del incremento de la temperatura del planeta, de la subida del nivel del mar... Precisamente, ¿qué ocurriría si a los océanos se les ocurriera rebelarse? La sobreexplotación marina y la contaminación está haciendo mucho daño a los mares, que podrían acabar estallando.



Con esta premisa juega una de las ficciones que se ha convertido en todo un fenómeno. Se trata de la alemana El quinto día (Der Schwarm), ciencia ficción realista que nos alerta de los peligros que se esconden bajo las profundidades marinas y que en cualquier momento pueden salir a la superficie si seguimos machacando al planeta.

Defendiendo su hábitat

El quinto día está basada en la novela homónima de Frank Schätzing y su conversión en serie es obra de Frank Doelger, uno de los productores de Juego de Tronos. Ante las atrocidades cometidas por los humanos, en el fondo del mar se ha originado un organismo inteligente con el objetivo de defender su territorio y garantizar su supervivencia.

En su presentación en la Berlinale, Doelger comentó que cuando le presentaron el proyecto “contenía un 80% de fantasía frente a un escaso 20% de realidad”. Se propuso revertir esos porcentajes. Contactaron con la prestigiosa bióloga marina Antje Boetius para que la serie fuera “lo más realista posible a nivel humano y científico, sin renunciar a la presencia de ciertos elementos fantásticos. Tratamos de presentar las cuestiones científicas de una manera clara y trabajamos mucho para trasladar la serie al mundo de hoy”, según explicó Frank Doelger.

Así, en sus primeros capítulos se ven langostas venenosas, ballenas que atacan barcos de turistas, gusanos que crecen a un ritmo aterrador, rocas que expulsan metano helado y que comienzan a proliferar en la superficie... Unos peligros que podrían ser perfectamente extrapolables a la realidad. Ante esta situación, un grupo de científicos tratarán de salvar a la humanidad confrontando sus conocimientos. “Buscamos la forma de conectar personalmente la ciencia con cada uno de los personajes y sus reacciones”, apuntó Doelger. La serie, disponible en Movistar+, es una coproducción internacional que consta de ocho capítulos de una hora de duración.

'Montecristo' la nueva serie basada en el clásico de Alejandro Dumas

28 de marzo de 2023

La serie basada en el clásico literario El Conde de Montecristo llegará completa el próximo 21 de abril a Movistar Plus+.



La nueva serie dramática de suspense Montecristo estará protagonizada por William Levy y llegará el 21 de abril a Movistar Plus. La compondrán seis episodios, disponibles desde el día de lanzamiento.

La serie está basada en el clásico literario de Alejandro Dumas: El Conde de Montecristo. Narra la historia de Alejandro Montecristo (William Levy), un misterioso empresario que irrumpe en la escena pública y suscita preocupación entre la élite mundial, ya que nadie conoce de donde viene y el origen de su fortuna.



Montecristo es el fundador y director ejecutivo de una nueva empresa tecnológica que ha despertado la envidia y el interés de muchos, entre ellos, Fernando Álvarez Mondego (Roberto Enríquez), un empresario relacionado con la aristocracia española que quiere adquirirla. Lo que Fernando no sabe es que Montecristo es alguien a quien conoció hace décadas y que la razón de su repentina aparición es la venganza.

Junto a William Levy y Roberto Enríquez, completan el reparto Esmeralda Pimentel, Juan Fernández, Silvia Abascal, Itziar Atienza, Guiomar Puerta y Franky Martin.

La adaptación televisiva está creada por Lidia Fraga y Jacobo Díaz y dirigida por Alberto Ruiz-Rojo.



‘Montecristo’, la serie protagonizada por William Levy, se estrena el 21 de abril en Movistar Plus+

CARMEN FERNANDEZ ETREROS 28/03/2023



Una de las novedades para el mes de abril de Movistar Plus+ es la serie Montecristo producida por Secuoya Studios y William Levy. La ficción está basada en la novela del escritor Alejandro Dumas El Conde de Montecristo.

Montecristo es una original serie dramática de suspense que se estrenará completa, sus 6 episodios, el 21 de abril a Movistar Plus+. Además, en el reparto estarán junto a William Levy los actores Roberto Enríquez, Esmeralda Pimentel, Juan Fernández y Silvia Abascal, entre otros.

Esta adaptación televisiva moderna del clásico de Dumas ha sido creada por Lidia Fraga y Jacobo Díaz (Método criminal) y dirigida por Alberto Ruiz-Rojo (Entrevías, La templanza).



Una versión moderna del clásico

La serie cuenta la historia de Alejandro Montecristo (William Levy), un misterioso empresario que de repente se convierte en el centro de la vida social y pronto la élite mundial se preocupa porque nadie conoce de donde viene y el origen de su fortuna.

En esta nueva versión moderna del clásico Montecristo es el fundador y director ejecutivo de una nueva empresa tecnológica. Pronto despierta la envidia y el interés de muchos, entre ellos, Fernando Álvarez Mondego (Roberto Enríquez), un empresario relacionado con la aristocracia española que quiere adquirirla. Según la sinopsis de Movistar Plus+: “Lo que Fernando no sabe es que Montecristo es alguien a quien conoció hace décadas y que la razón de su repentina aparición es la venganza”.



El reparto de *Montecristo*

La serie Montecristo está protagonizada por los actores William Levy (Café con aroma de mujer) y Roberto Enríquez (El embarcadero). Además de los protagonistas en el reparto están los actores Esmeralda Pimentel (Donde hubo fuego) que interpreta el papel de Haydée Hernández, mano derecha de Montecristo y experta hacker y Juan Fernández (El Cid) al aristócrata y embajador español en La Habana, Cristóbal Herrera.

También en el reparto están Silvia Abascal (Asombrosa Elisa) que da vida a Mercedes Herrera, hija del embajador español en La Habana, Itziar Atienza (Entrevías) a la abogada cubana Helena Vilaforte, Guiomar Puerta (Estoy vivo) a Alba Mondego, la hija de Mercedes y Fernando, y Franky Martin (Entrevías) a Jackie, el chófer de Montecristo, entre otros.

Esta original serie es una de las apuestas de la plataforma de streaming Movistar Plus+ junto con la primera parte de la temporada 7 de Outlander, la tercera entrega de Todas las criaturas grandes y pequeñas y la segunda temporada de la dramedia Sentimos las molestias con Antonio Resines y Miguel Rellán.



Análisis

La cuarta temporada de 'El día menos pensado' carece del morbo al que nos había acostumbrado la serie sobre el Movistar

QUERÍAMOS SANGRE, NO FINALES FELICES



SERGIO R. VIÑAS

Mira, no. No habíamos venido a esto. No, después de tres temporadas de adictivo despellejamiento público entre deportistas adultos, el Telecinco de la vida real, una pequeña ración de *Sálvame* para quienes disfrutamos con el ciclismo y, para qué engañarnos, miramos un pelín por encima del hombro a quienes consumen esos formatos. Queríamos nuestro bocado de carne fresca, como cada año por estas fechas. Y la cuarta temporada de *El día menos pensado* (Movistar+) no fue nada de esto.

Es cierto que en parte ya lo sabíamos, pues al fin y al cabo es un documental sobre lo que ha ocurrido, no una ficción, y por tanto conocíamos el contenido a grandes rasgos. Sabíamos que la temporada del Movistar Team había sido una tortura por la amenaza de descenso y que había tenido un final feliz, merced en parte al compañerismo entre los corredores de la escuadra que dirige Eusebio Unzué, también con el staff.

Una temporada sin villanos

Ya sabíamos que no íbamos a ver a Mikel Landay y Nairo Quintana ignorándose en carrera como si no se conocieran; ni a Richard Carapaz pasándose a todo su equipo por el arco del triunfo; ni a Marc Soler pataleando por tener que esperar a su líder en plena ascensión; ni a Miguel Ángel López enloqueciendo por celos, justificados o no, hacia Enric Mas; ni a Alejandro Valverde mordiendo la lengua para no mandar a todos los anteriores a tomar por ahí.

Pero, aun así, resultó decepcionante. La cuarta temporada de *El día menos pensado* es una producción audiovisual técnicamente impecable, como siempre, pero con un guión predeterminado que, después de que el formato nos hubiera acostumbrado al morbo de manera intencional, se queda muy corto. El final feliz (los buenos resultados del final de temporada, con un Mas renacido siendo segunda en La Vuelta y Lombardía, ganador del Giro de la Emilia; y la permanencia en el World Tour) lo queríamos sin la menor duda para la realidad, pero no sirve para el documental.



Valverde pasando por la meta del Madrid en el final de la Vuelta 2022.

CHARLY LÓPEZ

Acostumbrados a ver a deportistas profesionales adultos comportarse como críos, la historia de superación que nos cuentan en el relato de 2022 resulta anticlimática. El contrapunto de éxito, de compañerismo, de buen hacer y de cómo debe funcionar un grupo de deportistas de élite ya lo ponía el equipo femenino (y lo sigue haciendo, como se vuelve a demostrar en esta cuarta temporada). Ni necesitábamos ni queríamos verlos a ellos haciendo lo mismo.

Ni siquiera repara demasiado el documental en un punto de la temporada que se adivina muy tenso, cuando a corredores de caché como Iván García Cortina o Alex Aranburu se les baja del Tour y la Vuelta a última hora para que peleen por victorias en carreras de segunda fila. «Eusebio me llamó cuando iba a coger el vuelo hacia el Tour, mi maleta ya estaba ahí», es todo lo lejos que se llega, por voz de Cortina.

Las cervezas de Valverde

La cima de la temporada llega a los cinco minutos, cuando Alejandro Valverde, en la temporada de su retirada rinde tributo a la birra: «El tema de la cerveza no me lo he quitado. Dos cervezas al día, me las quité alguna vez, pero vi que el rendimiento era el mismo y me dije: '¿para qué me las voy a quitar?'». Héroe. Más todavía.

Los cuatro capítulos de los que se componen la temporada estrenada la noche del lunes en Vamos sirven de gran homenaje a la despedida del murciano tras su legendaria carrera, también al memorable curso de Annemiek Van Vleuten (Giro, Tour, Vuelta y Mundial) y humanizan a un Mas que en otras entregas había tendido a parecer un autómatas que ni sentía ni padecía. Bien, todo eso está muy bien. El producto sigue triunfando como modo de visualizar cómo trabaja un equipo deportivo profesional. ¿Pero y mi ración de vísceras?

Quizá lo que le ha pasado a la serie es lo que comenta, a cuenta de otro asunto, el genuino director deportivo Chente García Acosta, en la que es la frase de la temporada: «Está claro que no podemos ir a comer el mundo, que luego hay que cagarlo». Pues eso. ■

OPINIÓN

‘El día menos pensado’: No habíamos venido a esto; queríamos más vísceras, no finales felices

La cuarta temporada de la serie del Movistar Team es una producción audiovisual técnicamente impecable, como siempre, pero con un guión predeterminado que, después de que el formato nos hubiera acostumbrado al morbo de manera intencional, se queda muy corto.

Sergio R. Viñas Jefe de Deportes de El Periódico de España 28 de marzo del 2023



Alejandro Valverde, manteado por sus compañeros del Movistar Team.

Mira, no. No habíamos venido a esto. No, después de tres temporadas de adictivo despellejamiento público entre deportistas adultos, el Telecinco de la vida real, una pequeña ración de ‘Sálvame’ para quienes disfrutamos con el ciclismo y, para qué engañarnos, miramos un pelín por encima del hombro a quienes consumen esos formatos. Queríamos nuestro bocado de carne fresca, como cada año por estas fechas. Y la cuarta temporada de ‘El día menos pensado’ (Movistar+) no fue nada de esto.

Es cierto que en parte ya lo sabíamos, pues al fin y al cabo es un documental sobre lo que ha ocurrido, no una ficción, y por tanto conocíamos el contenido a grandes rasgos. Sabíamos que la temporada del Movistar Team había sido una tortura por la amenaza de descenso y que había tenido un final feliz, merced en parte al compañerismo entre los corredores del equipo, también con el 'staff'.



Una temporada sin villanos

Ya sabíamos que no íbamos a ver a Mikel Landa y Nairo Quintana ignorándose en carrera como si no se conocieran; ni a Richard Carapaz pasándose a todo su equipo por el arco del triunfo; ni a Marc Soler pataleando por tener que esperar a su líder en plena ascensión; ni a Miguel Ángel López enloqueciendo por celos, justificados o no, hacia Enric Mas; ni a Alejandro Valverde mordiendo la lengua para no mandar a todos los anteriores a tomar por ahí.

Pero, aun así, resultó decepcionante. La cuarta temporada de 'El día menos pensado' es una producción audiovisual técnicamente impecable, como siempre, pero con un guión predeterminado que, después de que el formato nos hubiera acostumbrado al morbo de manera intencional, se queda muy corto. El final feliz (los buenos resultados del final de temporada, con un Mas renacido, y la permanencia en el World Tour) lo queríamos sin la menor duda para la realidad, pero no sirve para el documental.

Un relato anticlimático

Acostumbrados a ver a deportistas profesionales adultos comportarse como críos, la historia de superación que nos cuentan en el relato de 2022 resulta anticlimática. El contrapunto de éxito, de compañerismo, de buen hacer y de cómo debe funcionar un grupo de deportistas de élite ya lo ponía el equipo femenino (y lo sigue haciendo, como se vuelve a demostrar en esta cuarta temporada). Ni necesitábamos ni queríamos verles a ellos haciendo lo mismo.

Ni siquiera repara demasiado el documental en un punto de la temporada que se adivina muy tenso, cuando a corredores de caché como Iván García Cortina o Alex Aranburu se les baja del Tour y la Vuelta a última hora para que peleen por victorias en carreras de segunda fila. "Eusebio me llamó cuando iba a coger el vuelo hacia el Tour, mi maleta ya estaba ahí", es todo lo lejos que se llega, por voz de Cortina.

Las cervezas de Valverde

La cima de la temporada llega a los cinco minutos, cuando Alejandro Valverde, en la temporada de su retirada rinde tributo a la birra: "El tema de la cerveza no me lo he quitado. Dos cervezas al día, me las quité alguna vez, pero vi que el rendimiento era el mismo y me dije: '¿para qué me las voy a quitar?'". Héroe. Más todavía.



Los cuatro capítulos sirven de gran homenaje a la despedida del murciano tras su legendaria carrera, también al memorable curso de Annemiek Van Vleuten (Giro, Tour, Vuelta y Mundial) y humanizan a un Mas que en otras entregas había tendido a parecer un autómatas que ni sentía ni padecía. Bien, todo eso está muy bien. ¿Pero y mi ración de vísceras?

Quizá lo que le ha pasado a la serie es lo que comenta, a cuenta de otro asunto, el genuino Chente García Acosta, en la que es la frase de la temporada: “Está claro que no podemos ir a comernos el mundo, que luego hay que cagarlo”. Pues eso.

NOTICIAS Y RESULTADOS

4ª temporada de "El día menos pensado": los mejores momentos

Movistar Plus+ estrenó anoche la nueva temporada de la serie documental que desvela las interioridades del Movistar Team. Analizamos los cuatro episodios de la entrega más emotiva.

FERNANDO BELDA 28 de marzo de 2023 (12:30 CET)



Los mejores momentos de la 4ª temporada de El día menos pensado

El estreno de cada nueva entrega de "El Día Menos Pensado", la serie documental que desvela las interioridades del **Movistar Team**, se ha convertido en los últimos años en uno de los momentos más esperados de la temporada para todos los aficionados al ciclismo. Anoche se produjo en Vamos, canal de Movistar Plus+, el **estreno de los cuatro episodios de la cuarta entrega**, que recoge lo ocurrido durante la **temporada 2022**.

Es la **más emotiva** (y con menos polémica) de todas las emitidas hasta el momento, con **cuatro grandes hilos argumentales**: la retirada de **Alejandro Valverde** tras más de dos décadas en el pelotón profesional; el bloqueo mental de **Enric Mas** en los descensos y cómo lo superó en tiempo récord; la histórica temporada de **Annemiek van Vleuten**, en la que ganó Giro, Tour, Vuelta y Mundial sobreponiéndose a todo tipo de contratiempos; y la **angustia por los puntos UCI** y una posible pérdida de la categoría WorldTour.



EPISODIO 1 | UN AÑO ÚNICO

Tras una larga y exitosa carrera, **Alejandro Valverde vive su última temporada en el Movistar Team.** *"Un año más, con 42, es capaz de seguir peleando con los mejores. Es lo más increíble de él. Y que de nuevo te aparece cada inicio de temporada como el hombre mas ilusionado del equipo"*, dice con admiración Eusebio Unzué. Se muestran imágenes del Alejandro más familiar y se recuerda su espectacular inicio de temporada, en el que logra victorias en un trofeo de la Challenge Mallorca y en una etapa y la general de O Gran Camiño. Camino del hotel, en el coche del equipo, comenta motivado y divertido: *"Seis minutos a casi 440 vatios de media, con 61,6 que pesaba esta mañana. Ahí está. el Bala primero; McNulty segundo. Somos la hostia, eh"*, dice riéndose. *"Con 42 años que voy a cumplir y aquí más picado que el copón; y con mi recovery"*, dice mostrando la cerveza que se está bebiendo. *"Me he quitado muchas cosas, pero la cerveza no. Dos cervezas al día. Me lo he quitado alguna vez, pero ví que mi rendimiento era igual y tampoco ganaba peso. así que para qué me la voy a quitar. Sí no me va mal, pues la mantengo"*.

Por otro lado, el equipo femenino vive un complicado inicio del Tour ya que **Annemiek Van Vleuten sufre una intoxicación alimenticia** que le hace perder tiempo en las primeras etapas. La neerlandesa no podía comer ni beber y queda físicamente muy tocada. *"Si hubiéseis visto la Annemiek que yo ví en la habitación. Estaba muerta, pero muerta"*, recuerda Sebastián Unzué.

Además, se reviven las **caídas de Enric Mas en la primera mitad de la temporada** (en Tirreno, Itzulia y Dauphiné) **que empiezan a generarle dudas.** Y mientras el balear sufre en el Criterium du Dauphiné, **Carlos Verona culmina a lo grande en Vaujany una fuga para estrenar su casillero de triunfos como profesional.** Una victoria muy emotiva y celebrada por todos. *"Te lo merecías, Carlos"*, le dice el líder Primoz Roglic. *"Al final es bonito tener un día en el que puedas levantar los brazos, y poner un poco de brillo a todo ese trabajo que muchas veces no se ve"*, dice el madrileño. Y Chente García Acosta recuerda el consejo que un día le dio sobre su rol como gregario: *"Tú hazte imprescindible"*.

Su victoria es un pequeño balón de oxígeno en **un equipo que no estaba rindiendo acorde a lo esperado** y sobre el que empezaba a sobrevolar la **amenaza**, cada vez más seria, de **la pérdida de categoría WorldTour**. "Fue un momento muy duro, porque el tema de los puntos se estaba poniendo complicado", recuerda Patxi Vila. A Unzué se le empieza a ver muy preocupado por la necesidad de sumar puntos UCI. "Ya sabéis en la pelea que estamos. Por un punto se podrá subir o bajar. No lo olvidéis", le dice a los ciclistas en el autobús del equipo.

Movistar inicia el Tour de Francia con mucha ilusión, y con un líder claro, pero **todo se complica con los problemas de Enric Mas en los descensos**. "Por un lado tenía confianza en que íbamos a sacar los puntos, pero según nos acercábamos al Tour y veía la necesidad, me entraban los nervios y hasta el pánico", cuenta el balear, que terminaría abandonando tras dar positivo por COVID y bloqueado metalmente. "Muy malas sensaciones. Tenía un miedo interno que no lograba superar", reconoce. "Menudo panorama (...) Pobre chaval", dice Patxi Vila en el coche. **El equipo queda al borde del descenso**. "Ves que te puedes ir al garete con un equipo de 42 años de historia", añade el responsable de rendimiento del equipo.



EPISODIO 2 | 'VIVE LE TOUR'

Tras la dura experiencia de la *Grande Boucle*, **Enric Mas se refugia en su casa** y, tras unos días sin tocar la bicicleta, **empieza a trabajar con la ayuda de un psicólogo deportivo y un especialista en descensos**, y con la compañía de José Joaquín Rojas. Mientras tanto, según los comentarios críticos hacia el corredor en las redes sociales.

"Creo que se ha sido muy duro con él", comenta Patxi Vila". "En las redes sociales hay comentarios que hacen daño y que duelen mucho. La afición espera de tí que ganes. Tienes mucha presión encima", explica Valverde. Cuando el balear limpia su mente y empieza a entrenar, las sensaciones eran otras. "Estaba convencido de que íbamos a llegar bien a La Vuelta" dice.

Pero el episodio está centrado en la **gesta de Annemiek Van Vleuten en el Tour de France Femmes**. Tras ganar el Giro de Italia, el inicio de la ronda francesa no pudo ser más desafortunado para la neerlandesa. En la 3ª etapa, camino de Éparny, Van Vleuten empieza a sentirse cada vez más hinchada y molesta. A 30 km del final se comunica por la radio con el director Jorge Sanz. "Jorge, necesito ir al baño". Con la etapa en su punto álgido, Sanz y Sebastián Unzué se muestran preocupados en el coche. "¿Parar? Que se cague encima", dice el primero. Al final la neerlandesa para en medio de unos viñedos a hacer sus necesidades, y con la ayuda de Aude Biannic y Emma Norsgaard regresa al pelotón, aunque cede unos segundos en los últimos metros.



En las etapas siguientes continua el sufrimiento por los problemas estomacales de Van Vleuten, y la situación en el equipo se complica con la caída y abandono de Norsgaard. Pero consiguen minimizar daños para plantarse antes las dos jornadas decisivas de montaña recuperada y a solo 1'28" de la líder Marianne Vos. Ante la 7ª los directores plantean una **estrategia agresiva para intentar romper la carrera desde lejos**. "Nos vamos a anticipar y vamos a empezar a hacer daño desde el primer puerto", explica Sanz en la charla en el autobús. Dicho y hecho: la neerlandesa ataca en el Petit Ballon, donde solo puede aguantar su ritmo una Demi Vollering que también terminaría cediendo. A 60 km del final, **Van Vleuten ya rueda en solitario hacia una gesta histórica**.

"*Está muerta. Vamos Miek. la estás destrozando*", le dicen desde el coche del equipo. La neerlandesa vuela y no deja de aumentar su renta. Jorge Sanz se sitúa con el coche a su lado y habla con ella:

- "*A partir de ahora te voy a llamar "Animal" Van Vleuten*"

- "*Bestia*", replica divertida la neerlandesa.

- "*¡Disfruta!*", le dicen entre risas desde el coche.

Van Vleuten culmina su exhibición ganando la etapa con amplísimas diferencias, y se viste de amarillo con más de tres minutos de ventaja sobre Vollering. "*Sienta genial el amarillo. Mi color favorito*", dice.

En la última etapa, con final en La Planche des Belles Files, vemos **más detalles de la profesionalidad y el orgullo de campeona de Van Vleuten**. Antes de salir presentan una preciosa bicicleta en color amarillo que le han preparado en Canyon. Pero no corre con ella porque pesa 200 gramos más. Durante la etapa pincha y las rivales aceleran el ritmo para descolgarla, en un gesto que molesta a Sebastián Unzué y a la propia corredora. "*Eso me molestó bastante*", reconoce. "*Si me habéis hecho esto, no penséis que os voya dejar ganar la etapa*". Tras diversos cambios de bicicleta, ataca en las primeras rampas de La Planche des Belles Files para rematar, ganandado de amarillo, una gesta inolvidable. "*Para mí es una gran historia porque me recompuse estando mal. Es lo más grande que he conseguido, por encima de los Mundiales y del oro olímpico que gané en Tokio*".

El equipo masculino afronta una Vuelta a España crucial para la salvación, con la duda del estado de Enric Mas. "*Sinceramente, no esperaba que fuera capaz de recuperar tan rápido después de todo lo que había pasado*", reconoce Eusebio Unzué. Pronto se vio que **el balear estaba en un gran momento de forma y con confianza**, y las dudas empezaron a disiparse. **Alejandro Valverde pide compartir habitación con Mas**: "*Nos entendemos bien. Yo creo que él se siente tranquilo conmigo. Creo que le aporté bastante*", dice el murciano, quien recibe una bicicleta especial, personalizada por Canyon. Al verla Chente dice entre rosas: "*Esto está muy guapo, eh. Si hubiese tenido yo esto de corredor habría ganado muchas carreras*".

EPISODIO 3 | EL RENACER

Valverde recibe homenajes cada día y el cariño del público es innegable, pero no termina de sentirse bien. Es consecuencia del **atropello intencionado que sufrió semanas antes** mientras rodaba con su grupeta y que retrasó su preparación. El murciano explica como fue el atropello, que pudo haber tenido consecuencias más graves. "*Nos arrolló intencionadamente y se dio a la fuga. Estamos aquí porque Dios quiso, pero nos podía haber matado perfectamente*".

Las primeras etapas de La Vuelta confirman que Mas ha superado sus inseguridades en el descenso y que **aspira a todo en la clasificación general**. Por primera vez supera a Roglic y pone a Evenepoel contra las cuerdas. El documental recuerda el **enganchón que tuvo con un aficionado que le llamó "paquete"** tras una etapa. "*Me giré porque me tocó los cojones. Hubiese podido usar otras palabras, pero en ese momento me salió así*". Enric temió un aluvión de críticas al llegar el altercado a las redes sociales pero, al contrario, recibió el apoyo mayoritario de los aficionados.

En la 6ª etapa, con lluvia, el peligroso descenso de la Collada de Brenes era una prueba de fuego para el balear, que superó con nota finalizando junto a Evenepoel en la cima del Pico Jano y sacando tiempo a Roglic. **"Le han hecho un exorcismo", comenta desde el coche Eusebio Unzué gratamente sorprendido.** *"Cuando se sube a la camilla, ya se ve que tiene confianza"*, dice Juan Carlos Escámez, masajista del Movistar.

En Sierra Nevada, el día que José María Álvarez-Pallete, presidente de Telefónica, visita la carrera, el balear sigue demostrando su gran estado de forma y **salta a por Miguel Ángel Supermán López**, que rueda en cabeza. Pero cuando se quedan los dos solos y pueden distanciar a sus más directos rivales, no se entiende y **la desconfianza entre ellos es patente**. En lugar de colaborar, se atacan. *"El año pasado hubo una situación que no fue agradable para nadie, pero no tengo ningún problema con él. Yo no tengo mala relación con Miguel Ángel"*, explica Mas, quien acaba la etapa 2ª y ya acecha a los dos primeros. Días después, la caída y **abandono del esloveno** le hace subir a la segunda posición. *"Pobrecito. Es una pena que se tenga que retirar de La Vuelta así"*, dice.

Mientras tanto **Alejandro Valverde** reconoce que **empezó La Vuelta corto de preparación** y que eso le estaba impidiendo disfrutar en carrera: *"Mi nivel no era ese. A veces estaba dolido por no poder ayudar más al equipo, por no ser más útil"*. *"Tranquilo, tú disfruta cada día"*, le dice Chente para quitarle presión. En las charlas previas a las etapas en el autobús, Eusebio Unzué se muestra cada vez más pendiente y preocupado por los puntos UCI.

EPISODIO 4 | LEYENDA VALVERDE

Tras Giro y Tour, **Van Vleuten** gana la Ceratizit Challenge by La Vuelta y después, **como guinda a una temporada inolvidable, conquista en Australia el Mundial de manera épica** tras hacerse una pequeña fractura en el codo tres días antes, en la contrarreloj por relevos mixtos. *"No va a haber otra igual". Nadie es capaz de entrenar con la profesionalidad que lo hace ella"*, *"Es una luchadora; ama este deporte más que nadie y disfruta sobre la bici"*. *"Nunca había visto a una mujer así"*. *"Nunca se rinde y nos inspira a nosotras"*, dicen de Annemiek compañer@s y directores del equipo.

Mientras tanto la Vuelta a España encara sus últimos días en una dinámica cada vez más favorable para el Movistar. Vemos en el documental los **"enfados"** (siempre en un ambiente de respeto) **de Mas con su director ante alguna de sus indicaciones en carrera.** *"Chente, ¡basta!", le grita por la radio en una ocasión. "Cada día que llego al autobús le tengo que pedir perdón, porque cada día le digo algo"*, añade entre risas. *"Cuando a Enric le duelen las piernas hay que decirle poquito por la emisora"*, replica el director.

Ante la necesidad de sumar puntos UCI **Movistar Team cambia la estrategia y rediseña un calendario alternativo**, llevando incluso a otras carreras a ciclistas que iban a disputar el Tour de Francia como Alex Aranburu e Iván García Cortina. *"La misma mañana que viajaba, con la maleta ya en Copenhague, me manda un mensaje Eusebio para decirme que no voy al Tour"*, cuenta el asturiano. **El equipo cambia de mentalidad y las alegrías empiezan a llegar.** Las victorias en el Tour de L' Ain (etapa de Antonio Pedrero), Tour du Limousin (Alex Aranburu), Gran Bretaña (Gonzalo Serrano), Giro dell'Emilia (Enric Mas), Gran Piemonte (Iván García Cortina) y Tour de Langkawi (Iván Ramiro Sosa) alejan el fantasma del descenso. *"Pasamos de un momento crítico en el ánimo general del equipo a acumular muchos puntos y acabar undécimos entre los equipos del WorldTour"*, recuerda Unzué.

La parte final de la 4ª entrega de "El Día Menos Pensado" se centra en los **últimos días como profesional de Alejandro Valverde**, el homenaje que recibió en la etapa de Madrid de La Vuelta, sus carreras finales en Italia... Se viven **momentos de gran emotividad** en los que al murciano se le escapan las lágrimas en más de una ocasión. *"Alejandro estaba muy sensible, como un niño, como si hubiera logrado su mayor victoria"*, dice José Joaquín Rojas ante el cariño que todo el mundo le mostraba. *"El cariño la gente lo vas a seguir teniendo igual"*, le dice Alberto Contador antes de subir al podio de Madrid. *"Todo el mundo me pedía ganar una etapa, pero para mí no era una obsesión; lo importante era disfrutar y ver disfrutar al equipo"*, dice Valverde en la cena de fin de Vuelta.

Al podio de Madrid se sube **Enric Mas como 2º clasificado en una Vuelta a España que le resarce** de una temporada muy complicada. *"En 30 días cómo ha sido este hombre capaz de cambiar. Yo no creía que fuera capaz de recuperar tan rápido después de todo lo que había pasado"*, dice Unzué de un ciclista que plasma su extraordinario estado de forma en el Giro de Emilia -que gana tras superar a Pogacar- e *Il Lombardia*, donde roza la victoria tras plantar cara de nuevo al esloveno.



Tras dos décadas de éxitos, **Valverde vive su último día como ciclista en la clásica de Lombardía**. Antes de la carrera, mientras recibe un masaje de su inseparable **Juan Carlos Escámez** (*"mucho más que un masajista, es mi gran amigo, mi hermano, para mí era mucho mejor que un psicólogo"*), llega uno de los momentos más divertidos del

documental, cuando *El Bala* le cuenta a Enric Mas y José Joaquín Rojas lo que le pasó un día entrenando con el norteamericano **Will Barta**. No saber inglés provocó una curiosa anécdota.

En la charla previa el murciano se emociona ante las palabras de Eusebio Unzué. "*Vamos a estar con un grande que ha hecho historia del ciclismo*", añade Maximilian Sciandri. Minutos después, **aparece junto al autobús Jan Ullrich**, quien quiere hacerse una foto con él. "*Felicidades por tu carrera. Para mí tú has sido el más grande*", le dice el alemán tras fundirse en un abrazo. El desarrollo de la clásica muestra además la complicidad, con numerosas bromas, entre los directores, Chente y Sciandri.



Valverde se retira tras firmar un espectacular sexto puesto en un Monumento como *// Lombardia*. Nada más llegar a meta le pregunta a Enric por su resultado y se funde con él en un abrazo. El vídeo que le prepara su familia e imágenes de algunas de sus grandes victorias ponen fin a **la entrega más emotiva de "El Día Menos pensado"**.

"*Leyenda*", "*irrepetible*", "*mito*", son algunos de los adjetivos que le dedican sus compañeros. "*Su ausencia se notará; daba tranquilidad al grupo*", dice Chente. "*Se le echará de menos por muchas cosas*", añade Juan Carlos Escámez. "***Estoy superagradecido por todos estos años. He tenido magníficos compañeros y amigos. He disfrutado mucho con ellos; ha sido mi vida***", dice Alejandro Valverde como epílogo.

NOTICIAS Y RESULTADOS

4ª temporada de "El día menos pensado": los mejores momentos

Movistar Plus+ estrenó anoche la nueva temporada de la serie documental que desvela las interioridades del Movistar Team. Analizamos los cuatro episodios de la entrega más emotiva.

FERNANDO BELDA 28 de marzo de 2023 (12:30 CET)



Los mejores momentos de la 4ª temporada de El día menos pensado

El estreno de cada nueva entrega de "El Día Menos Pensado", la serie documental que desvela las interioridades del **Movistar Team**, se ha convertido en los últimos años en uno de los momentos más esperados de la temporada para todos los aficionados al ciclismo. Anoche se produjo en Vamos, canal de Movistar Plus+, el **estreno de los cuatro episodios de la cuarta entrega**, que recoge lo ocurrido durante la **temporada 2022**.

Es la **más emotiva** (y con menos polémica) de todas las emitidas hasta el momento, con **cuatro grandes hilos argumentales**: la retirada de **Alejandro Valverde** tras más de dos décadas en el pelotón profesional; el bloqueo mental de **Enric Mas** en los descensos y cómo lo superó en tiempo récord; la histórica temporada de **Annemiek van Vleuten**, en la que ganó Giro, Tour, Vuelta y Mundial sobreponiéndose a todo tipo de contratiempos; y la **angustia por los puntos UCI** y una posible pérdida de la categoría WorldTour.



EPISODIO 1 | UN AÑO ÚNICO

Tras una larga y exitosa carrera, **Alejandro Valverde vive su última temporada en el Movistar Team.** *"Un año más, con 42, es capaz de seguir peleando con los mejores. Es lo más increíble de él. Y que de nuevo te aparece cada inicio de temporada como el hombre mas ilusionado del equipo"*, dice con admiración Eusebio Unzué. Se muestran imágenes del Alejandro más familiar y se recuerda su espectacular inicio de temporada, en el que logra victorias en un trofeo de la Challenge Mallorca y en una etapa y la general de O Gran Camiño. Camino del hotel, en el coche del equipo, comenta motivado y divertido: *"Seis minutos a casi 440 vatios de media, con 61,6 que pesaba esta mañana. Ahí está. el Bala primero; McNulty segundo. Somos la hostia, eh"*, dice riéndose. *"Con 42 años que voy a cumplir y aquí más picado que el copón; y con mi recovery"*, dice mostrando la cerveza que se está bebiendo. *"Me he quitado muchas cosas, pero la cerveza no. Dos cervezas al día. Me lo he quitado alguna vez, pero ví que mi rendimiento era igual y tampoco ganaba peso. así que para qué me la voy a quitar. Sí no me va mal, pues la mantengo"*.

Por otro lado, el equipo femenino vive un complicado inicio del Tour ya que **Annemiek Van Vleuten sufre una intoxicación alimenticia** que le hace perder tiempo en las primeras etapas. La neerlandesa no podía comer ni beber y queda físicamente muy tocada. *"Si hubiéseis visto la Annemiek que yo ví en la habitación. Estaba muerta, pero muerta"*, recuerda Sebastián Unzué.

Además, se reviven las **caídas de Enric Mas en la primera mitad de la temporada** (en Tirreno, Itzulia y Dauphiné) **que empiezan a generarle dudas.** Y mientras el balear sufre en el Criterium du Dauphiné, **Carlos Verona culmina a lo grande en Vaujany una fuga para estrenar su casillero de triunfos como profesional.** Una victoria muy emotiva y celebrada por todos. *"Te lo merecías, Carlos"*, le dice el líder Primoz Roglic. *"Al final es bonito tener un día en el que puedas levantar los brazos, y poner un poco de brillo a todo ese trabajo que muchas veces no se ve"*, dice el madrileño. Y Chente García Acosta recuerda el consejo que un día le dio sobre su rol como gregario: *"Tú hazte imprescindible"*.

Su victoria es un pequeño balón de oxígeno en **un equipo que no estaba rindiendo acorde a lo esperado** y sobre el que empezaba a sobrevolar la **amenaza**, cada vez más seria, de **la pérdida de categoría WorldTour**. "Fue un momento muy duro, porque el tema de los puntos se estaba poniendo complicado", recuerda Patxi Vila. A Unzué se le empieza a ver muy preocupado por la necesidad de sumar puntos UCI. "Ya sabéis en la pelea que estamos. Por un punto se podrá subir o bajar. No lo olvidéis", le dice a los ciclistas en el autobús del equipo.

Movistar inicia el Tour de Francia con mucha ilusión, y con un líder claro, pero **todo se complica con los problemas de Enric Mas en los descensos**. "Por un lado tenía confianza en que íbamos a sacar los puntos, pero según nos acercábamos al Tour y veía la necesidad, me entraban los nervios y hasta el pánico", cuenta el balear, que terminaría abandonando tras dar positivo por COVID y bloqueado metalmente. "Muy malas sensaciones. Tenía un miedo interno que no lograba superar", reconoce. "Menudo panorama (...) Pobre chaval", dice Patxi Vila en el coche. **El equipo queda al borde del descenso**. "Ves que te puedes ir al garete con un equipo de 42 años de historia", añade el responsable de rendimiento del equipo.



EPISODIO 2 | 'VIVE LE TOUR'

Tras la dura experiencia de la *Grande Boucle*, **Enric Mas se refugia en su casa** y, tras unos días sin tocar la bicicleta, **empieza a trabajar con la ayuda de un psicólogo deportivo y un especialista en descensos**, y con la compañía de José Joaquín Rojas. Mientras tanto, según los comentarios críticos hacia el corredor en las redes sociales.

"Creo que se ha sido muy duro con él", comenta Patxi Vila". "En las redes sociales hay comentarios que hacen daño y que duelen mucho. La afición espera de tí que ganes. Tienes mucha presión encima", explica Valverde. Cuando el balear limpia su mente y empieza a entrenar, las sensaciones eran otras. "Estaba convencido de que íbamos a llegar bien a La Vuelta" dice.

Pero el episodio está centrado en la **gesta de Annemiek Van Vleuten en el Tour de France Femmes**. Tras ganar el Giro de Italia, el inicio de la ronda francesa no pudo ser más desafortunado para la neerlandesa. En la 3ª etapa, camino de Éparny, Van Vleuten empieza a sentirse cada vez más hinchada y molesta. A 30 km del final se comunica por la radio con el director Jorge Sanz. "Jorge, necesito ir al baño". Con la etapa en su punto álgido, Sanz y Sebastián Unzué se muestran preocupados en el coche. "¿Parar? Que se cague encima", dice el primero. Al final la neerlandesa para en medio de unos viñedos a hacer sus necesidades, y con la ayuda de Aude Biannic y Emma Norsgaard regresa al pelotón, aunque cede unos segundos en los últimos metros.



En las etapas siguientes continua el sufrimiento por los problemas estomacales de Van Vleuten, y la situación en el equipo se complica con la caída y abandono de Norsgaard. Pero consiguen minimizar daños para plantarse antes las dos jornadas decisivas de montaña recuperada y a solo 1'28" de la líder Marianne Vos. Ante la 7ª los directores plantean una **estrategia agresiva para intentar romper la carrera desde lejos**. "Nos vamos a anticipar y vamos a empezar a hacer daño desde el primer puerto", explica Sanz en la charla en el autobús. Dicho y hecho: la neerlandesa ataca en el Petit Ballon, donde solo puede aguantar su ritmo una Demi Vollering que también terminaría cediendo. A 60 km del final, **Van Vleuten ya rueda en solitario hacia una gesta histórica**.

"*Está muerta. Vamos Miek. la estás destrozando*", le dicen desde el coche del equipo. La neerlandesa vuela y no deja de aumentar su renta. Jorge Sanz se sitúa con el coche a su lado y habla con ella:

- "*A partir de ahora te voy a llamar "Animal" Van Vleuten*"

- "*Bestia*", replica divertida la neerlandesa.

- "*¡Disfruta!*", le dicen entre risas desde el coche.

Van Vleuten culmina su exhibición ganando la etapa con amplísimas diferencias, y se viste de amarillo con más de tres minutos de ventaja sobre Vollering. "*Sienta genial el amarillo. Mi color favorito*", dice.

En la última etapa, con final en La Planche des Belles Files, vemos **más detalles de la profesionalidad y el orgullo de campeona de Van Vleuten**. Antes de salir presentan una preciosa bicicleta en color amarillo que le han preparado en Canyon. Pero no corre con ella porque pesa 200 gramos más. Durante la etapa pincha y las rivales aceleran el ritmo para descolgarla, en un gesto que molesta a Sebastián Unzué y a la propia corredora. "*Eso me molestó bastante*", reconoce. "*Si me habéis hecho esto, no penséis que os voya dejar ganar la etapa*". Tras diversos cambios de bicicleta, ataca en las primeras rampas de La Planche des Belles Files para rematar, ganandado de amarillo, una gesta inolvidable. "*Para mí es una gran historia porque me recompuse estando mal. Es lo más grande que he conseguido, por encima de los Mundiales y del oro olímpico que gané en Tokio*".

El equipo masculino afronta una Vuelta a España crucial para la salvación, con la duda del estado de Enric Mas. "*Sinceramente, no esperaba que fuera capaz de recuperar tan rápido después de todo lo que había pasado*", reconoce Eusebio Unzué. Pronto se vio que **el balear estaba en un gran momento de forma y con confianza**, y las dudas empezaron a disiparse. **Alejandro Valverde pide compartir habitación con Mas**: "*Nos entendemos bien. Yo creo que él se siente tranquilo conmigo. Creo que le aporté bastante*", dice el murciano, quien recibe una bicicleta especial, personalizada por Canyon. Al verla Chente dice entre rosas: "*Esto está muy guapo, eh. Si hubiese tenido yo esto de corredor habría ganado muchas carreras*".

EPISODIO 3 | EL RENACER

Valverde recibe homenajes cada día y el cariño del público es innegable, pero no termina de sentirse bien. Es consecuencia del **atropello intencionado que sufrió semanas antes** mientras rodaba con su grupeta y que retrasó su preparación. El murciano explica como fue el atropello, que pudo haber tenido consecuencias más graves. "*Nos arrolló intencionadamente y se dio a la fuga. Estamos aquí porque Dios quiso, pero nos podía haber matado perfectamente*".

Las primeras etapas de La Vuelta confirman que Mas ha superado sus inseguridades en el descenso y que **aspira a todo en la clasificación general**. Por primera vez supera a Roglic y pone a Evenepoel contra las cuerdas. El documental recuerda el **enganchón que tuvo con un aficionado que le llamó "paquete"** tras una etapa. "*Me giré porque me tocó los cojones. Hubiese podido usar otras palabras, pero en ese momento me salió así*". Enric temió un aluvión de críticas al llegar el altercado a las redes sociales pero, al contrario, recibió el apoyo mayoritario de los aficionados.

En la 6ª etapa, con lluvia, el peligroso descenso de la Collada de Brenes era una prueba de fuego para el balear, que superó con nota finalizando junto a Evenepoel en la cima del Pico Jano y sacando tiempo a Roglic. **"Le han hecho un exorcismo", comenta desde el coche Eusebio Unzué gratamente sorprendido.** *"Cuando se sube a la camilla, ya se ve que tiene confianza"*, dice Juan Carlos Escámez, masajista del Movistar.

En Sierra Nevada, el día que José María Álvarez-Pallete, presidente de Telefónica, visita la carrera, el balear sigue demostrando su gran estado de forma y **salta a por Miguel Ángel Supermán López**, que rueda en cabeza. Pero cuando se quedan los dos solos y pueden distanciar a sus más directos rivales, no se entiende y **la desconfianza entre ellos es patente**. En lugar de colaborar, se atacan. *"El año pasado hubo una situación que no fue agradable para nadie, pero no tengo ningún problema con él. Yo no tengo mala relación con Miguel Ángel"*, explica Mas, quien acaba la etapa 2ª y ya acecha a los dos primeros. Días después, la caída y **abandono del esloveno** le hace subir a la segunda posición. *"Pobrecito. Es una pena que se tenga que retirar de La Vuelta así"*, dice.

Mientras tanto **Alejandro Valverde** reconoce que **empezó La Vuelta corto de preparación** y que eso le estaba impidiendo disfrutar en carrera: *"Mi nivel no era ese. A veces estaba dolido por no poder ayudar más al equipo, por no ser más útil"*. *"Tranquilo, tú disfruta cada día"*, le dice Chente para quitarle presión. En las charlas previas a las etapas en el autobús, Eusebio Unzué se muestra cada vez más pendiente y preocupado por los puntos UCI.

EPISODIO 4 | LEYENDA VALVERDE

Tras Giro y Tour, **Van Vleuten** gana la Ceratizit Challenge by La Vuelta y después, **como guinda a una temporada inolvidable, conquista en Australia el Mundial de manera épica** tras hacerse una pequeña fractura en el codo tres días antes, en la contrarreloj por relevos mixtos. *"No va a haber otra igual". Nadie es capaz de entrenar con la profesionalidad que lo hace ella"*, *"Es una luchadora; ama este deporte más que nadie y disfruta sobre la bici"*. *"Nunca había visto a una mujer así"*. *"Nunca se rinde y nos inspira a nosotras"*, dicen de Annemiek compañer@s y directores del equipo.

Mientras tanto la Vuelta a España encara sus últimos días en una dinámica cada vez más favorable para el Movistar. Vemos en el documental los **"enfados"** (siempre en un ambiente de respeto) **de Mas con su director ante alguna de sus indicaciones en carrera.** *"Chente, ¡basta!"*, le grita por la radio en una ocasión. *"Cada día que llego al autobús le tengo que pedir perdón, porque cada día le digo algo"*, añade entre risas. *"Cuando a Enric le duelen las piernas hay que decirle poquito por la emisora"*, replica el director.

Ante la necesidad de sumar puntos UCI **Movistar Team cambia la estrategia y rediseña un calendario alternativo**, llevando incluso a otras carreras a ciclistas que iban a disputar el Tour de Francia como Alex Aranburu e Iván García Cortina. *"La misma mañana que viajaba, con la maleta ya en Copenhague, me manda un mensaje Eusebio para decirme que no voy al Tour"*, cuenta el asturiano. **El equipo cambia de mentalidad y las alegrías empiezan a llegar.** Las victorias en el Tour de L'Ain (etapa de Antonio Pedrero), Tour du Limousin (Alex Aranburu), Gran Bretaña (Gonzalo Serrano), Giro dell'Emilia (Enric Mas), Gran Piemonte (Iván García Cortina) y Tour de Langkawi (Iván Ramiro Sosa) alejan el fantasma del descenso. *"Pasamos de un momento crítico en el ánimo general del equipo a acumular muchos puntos y acabar undécimos entre los equipos del WorldTour"*, recuerda Unzué.

La parte final de la 4ª entrega de "El Día Menos Pensado" se centra en los **últimos días como profesional de Alejandro Valverde**, el homenaje que recibió en la etapa de Madrid de La Vuelta, sus carreras finales en Italia... Se viven **momentos de gran emotividad** en los que al murciano se le escapan las lágrimas en más de una ocasión. *"Alejandro estaba muy sensible, como un niño, como si hubiera logrado su mayor victoria"*, dice José Joaquín Rojas ante el cariño que todo el mundo le mostraba. *"El cariño la gente lo vas a seguir teniendo igual"*, le dice Alberto Contador antes de subir al podio de Madrid. *"Todo el mundo me pedía ganar una etapa, pero para mí no era una obsesión; lo importante era disfrutar y ver disfrutar al equipo"*, dice Valverde en la cena de fin de Vuelta.

Al podio de Madrid se sube **Enric Mas como 2º clasificado en una Vuelta a España que le resarce** de una temporada muy complicada. *"En 30 días cómo ha sido este hombre capaz de cambiar. Yo no creía que fuera capaz de recuperar tan rápido después de todo lo que había pasado"*, dice Unzué de un ciclista que plasma su extraordinario estado de forma en el Giro de Emilia -que gana tras superar a Pogacar- e *Il Lombardia*, donde roza la victoria tras plantar cara de nuevo al esloveno.



Tras dos décadas de éxitos, **Valverde vive su último día como ciclista en la clásica de Lombardía**. Antes de la carrera, mientras recibe un masaje de su inseparable **Juan Carlos Escámez** (*"mucho más que un masajista, es mi gran amigo, mi hermano, para mí era mucho mejor que un psicólogo"*), llega uno de los momentos más divertidos del

documental, cuando *El Bala* le cuenta a Enric Mas y José Joaquín Rojas lo que le pasó un día entrenando con el norteamericano **Will Barta**. No saber inglés provocó una curiosa anécdota.

En la charla previa el murciano se emociona ante las palabras de Eusebio Unzué. "*Vamos a estar con un grande que ha hecho historia del ciclismo*", añade Maximilian Sciandri. Minutos después, **aparece junto al autobús Jan Ullrich**, quien quiere hacerse una foto con él. "*Felicidades por tu carrera. Para mí tú has sido el más grande*", le dice el alemán tras fundirse en un abrazo. El desarrollo de la clásica muestra además la complicidad, con numerosas bromas, entre los directores, Chente y Sciandri.



Valverde se retira tras firmar un espectacular sexto puesto en un Monumento como *// Lombardia*. Nada más llegar a meta le pregunta a Enric por su resultado y se funde con él en un abrazo. El vídeo que le prepara su familia e imágenes de algunas de sus grandes victorias ponen fin a **la entrega más emotiva de "El Día Menos pensado"**.

"*Leyenda*", "*irrepetible*", "*mito*", son algunos de los adjetivos que le dedican sus compañeros. "*Su ausencia se notará; daba tranquilidad al grupo*", dice Chente. "*Se le echará de menos por muchas cosas*", añade Juan Carlos Escámez. "***Estoy superagradecido por todos estos años. He tenido magníficos compañeros y amigos. He disfrutado mucho con ellos; ha sido mi vida***", dice Alejandro Valverde como epílogo.

CICLISMO

"El día menos pensado": todos los detalles de la temporada 4

Llega el estreno de la popular serie documental que sigue las peripecias del Movistar Team en una temporada clave para el equipo español.



El día menos pensado. Movistar+

28 de marzo de 2023, 10:53 h

El catálogo de los documentales deportivos está francamente saturado, con nuevos estrenos saliendo casi cada mes prometiendo insiders de equipos, jugadores o momentos históricos que, en muchas ocasiones, solo cuentan la historia que le interesa a una de las partes. Generalmente, antes de enfrentarse a uno de estos productos culturales, es interesante fijarse en el nombre de los productores para, al menos, ver el contenido siendo consciente de quién firma la pieza y qué intereses puede tener.

Hay varios ejemplos muy claros de esto. Sin ir muy lejos, Michael Jordan era uno de los productores de "The last dance", la aclamada doce-serie que seguía la última temporada de los Chicago Bulls que consiguieron el campeonato de la NBA de 1998. Es por ello que, todo lo que en ella se dijo de él, incluso las cosas malas, que las hubo, estaban bajo su aprobación. Esto sucede todavía de forma más clara en "Legacy: la historia verdadera de Los Ángeles Lakers", cuya productora es Jeanie Buss, propietaria del equipo púrpura y oro y que ya en el subtítulo deja patentes sus intenciones de separarse de "Winning Time", la serie de comedia de HBO que ficcionaba la llegada de su padre a la franquicia angelina.

Esto no es nuevo ni mucho menos. Por ello, cuando en 2020 surgió "El día menos pensado", el documental que seguía el día a día del equipo Movistar supuso una bocanada de aire fresco por lo que en él se veía. En lugar de construir un relato ficticio, o al menos tamizado, de lo había sido un año para olvidar en el único equipo español con licencia UCI World Tour, habían optado por desnudarse ante sus aficionados, mostrando sus miserias en un ejercicio de honestidad que cogió a una audiencia ya cínica ante este tipo de productos por totalmente desprevenida. Instantáneamente, el documental se convirtió en un éxito absoluto.

¿Cuándo se estrena la temporada 4?

Tanto que este 27 de marzo se estrenó ya la cuarta temporada de "El día menos pensado". Una cita obligada no solo para los amantes del ciclismo. En ella, el Movistar Team repasa su temporada 2022, una de las más complejas del equipo navarro. No en vano, se trata de la última como profesional de su corredor estrella, Alejandro Valverde, pero también un curso en el que los españoles vieron demasiado cerca el descenso a la categoría ProTour. Todo ello en contraste con la realidad de su equipo femenino, encabezado por la mejor ciclista del mundo: Annemiek van Vleuten.

¿Dónde ver la temporada 4?

La nueva temporada de 'El día menos pensado' se puede ver en exclusiva a través de Movistar+. De hecho, la plataforma de televisión de pago organizó un estreno con un programa especial presentado por Mónica Marchante y Joseba Larrañaga en Vamos. Desde las 22:00 horas de ayer, ya está disponible la temporada completa.

¿Cuántos capítulos hay?

Tal y como lo hiciera en la tercera, la cuarta temporada de "El día menos pensado" se divide en cuatro capítulos. En ellos se repasa el año ciclista 2022 del Movistar, con especial atención a la figura de Valverde. El Bala es, sin duda, uno de los mejores deportistas españoles de la historia, si Miguel Induráin no existiese probablemente el mejor ciclista.

Capítulo 1: Un año único. El documental comienza, como no podía ser de otra manera, siguiendo a Alejandro Valverde en un inicio de temporada en la que se codeó con los mejores ciclistas del momento. Lamentablemente, el ciclista murciano no pudo mantener el nivel en el Tour de Francia, el gran objetivo del equipo junto a la Vuelta a España. Tampoco Enric Mas estuvo a la altura en la ronda gala e, incluso, Van Vleuten comenzó con mal pie en la edición femenina.

Capítulo 2: Vive le Tour. Afortunadamente todo se arregla para la corredora neerlandesa del Movistar, que termina proclamándose campeona del Tour. Antes, Van Vleuten ya había logrado ganar el Giro. La posibilidad del descenso comienza a acechar al equipo, único representante español en el WorldTour, lo que genera una mayor presión de cara a la Vuelta.

Capítulo 3: El renacer. Enric Mas, muy criticado a lo largo de la temporada, logra desquitarse en una Vuelta a España en la que consigue rodar junto a Primož Roglič y Remco Evenepoel. Todo ello, en el marco de la última ronda española de Valverde.

Capítulo 4: Leyenda Valverde. La temporada termina para el Movistar con la nota positiva de Van Vleuten, que también se proclama ganadora de la Vuelta a España y campeona del Mundo. Además, Mas consigue el segundo puesto en la Vuelta masculina y el equipo logra salvar la categoría. Finalmente, Valverde dice adiós en la clásica de Lombardía.

¿Quién sale en la cuarta temporada?

Los principales protagonistas de "El día menos pensado" 4 son sin duda tres: Alejandro Valverde en su última temporada tras 20 años como ciclista profesional, Enric Mas como heredero al frente del equipo, que comienza con críticas y termina redimiéndose gracias a su podio en la Vuelta, y Annemiek van Vleuten, ganadora en un solo curso de Giro, Tour, Vuelta y Mundial.

Además, el documental cuenta con testimonios de Eusebio Unzué, Chente García Acosta, José Joaquín Rojas o Sheyla Gutiérrez entre otros. Así como acceso a los pinganillos durante las carreras o imágenes del interior de los coches de los directores o del autobús del equipo. Un acceso completo para vivir la temporada desde dentro del equipo.

Trailer cuarta temporada 'El día menos pensado'



CICLISMO

Los secretos de ‘El día menos pensado’: “Le han hecho un exorcismo...”

La cuarta temporada de la serie del equipo Movistar Team vio la luz con Annemiek van Vleuten, Enric Mas y Alejandro Valverde, ya retirado, de protagonistas.

Daniel Miranda Actualizado a 28 de marzo de 2023



@Movistar_Team

El Movistar Team, desde dentro. Un año más. ‘El día menos pensado’, la serie sobre el equipo, vi la luz. Una cuarta temporada con tres grandes protagonistas: la neerlandesa Annemiek van Vleuten, Enric Mas y Alejandro Valverde. Sobre la primera, acerca de su histórico y casi irrepetible año: Tour, Giro, Vuelta, Mundial... un palmarés de fábula para una corredora de 40 años que se retira a final de año tras tres campañas en el Movistar. Pero no todo fue un camino de rosas. En el Tour de Francia, Van Vleuten llegaba como una de las grandes favoritas, pero tras la primera etapa sintió una indisposición que le hizo perder tiempo el segundo y el tercer día. El motivo: una sandía. Una intoxicación que pudo haber acabado con el sueño de la neerlandesa.

Sebastián Unzué estuvo en la carrera como director del equipo: “Nos llamó (tras la primera etapa). ¡Venid a mi habitación!. Llegamos y nos encontramos a Annemiek muerta, pero muerta”, dijo Sebastián. Por aquel entonces, Van Vleuten no podía ni comer ni beber sobre la bicicleta. “Parecía que estaba embarazada. Mi estómago estaba hinchado”, llegó a decir. En una de esas etapas en el Tour, a 30 km de

meta, tuvo que parar. “Tengo que hacer caca”, contó por radio, ante la sorpresa de Sebastián y Jorge Sanz (también del staff). “Que se lo haga encima”, llegaron a plantear desde el equipo. Tuvo que parar. “Si Dumoulin pudo en el Giro...”, y la corredora lo hizo. Desde entonces, todo fue a mejor y después pudo volver a su mejor nivel para ganar el Tour a lo grande, con victorias en Le Markstein (tras subir el Grand Ballon) y en La Super Planche des Belles Filles. En esta última, sufrió una avería... y las corredoras del otro equipo empezaron a tirar en cabeza. “Hay que ser asquerosos. Pinchar la líder y ponerse a tirar sin hacerlo antes. Hay reglas no escritas en el ciclismo que siempre se deben cumplir”, opinó Unzué.

El “exorcismo” a Enric Mas

“Tuve mala suerte. Tres caídas seguidas: Tirreno-País Vasco y Dauphiné. Esta última, el dolor fue por dentro, me dolía hasta el alma”, contó el balear sobre su complicada primera parte de la temporada, en la que las caídas tenían un factor común: eran en bajada. Desde entonces, surgió un problema interno en el corredor. “Igual aquí hay algo más de lo que creemos”, contaba Patxi Vila, parte importante en el rendimiento del Movistar. “Tenía miedo y pánico”, lamentó el balear, y Pablo Lastras, también del staff, empatizaba con él: “Se puede pasar muy mal. Hay veces que tienes frío, que te meas encima para entrar en calor, que llegas a una curva y no frena la bici... se pasa mal”. Tras la 18ª etapa del Tour, cuando estaba fuera del top-10, Mas desvelaba ante la prensa sus problemas con las bajadas. Finalmente, dio positivo por COVID, y aunque era asintomático, prefirió abandonar y resetear.

Llegó a La Vuelta, con el equipo inmerso en la lucha por la permanencia. Necesitaban sus puntos. Y Enric cambió. Ayuda psicológica, confianza y apoyo de sus compañeros y directores, y aterrizó en La Vuelta como un corredor distinto: “Yo sabía que llegaba bien, pero el equipo dudaba”. Todo se despejó en el descenso camino de Laguardia, en la cuarta etapa de La Vuelta. Acabó tercero tras Roglic y Pedersen tras un largo descenso antes del exigente final. En el equipo, Chente (vuelve a ser una “estrella”), tenía un papel en el coche para decirle frases a Enric a petición de las personas que trataron a Enric tras el Tour. No hizo falta que las leyese por la radio. “Le han hecho un exorcismo”, dijo Unzué en la jornada de Pico Jano. Era un descenso complicado y bajo la lluvia, y lo hizo como los mejores. Problema olvidado. También tuvo un buen día en Sierra Nevada, en la visita de José María Álvarez-Pallete, CEO de Telefónica. El balear fue segundo. “Tienes que venir más”, dijo Chente entre risas. “Eres mi ídolo”, llegó a escuchar de aficionadas que le pedían fotos.

La lucha por los puntos y el adiós del Bala

En verano, el Movistar estaba en una situación crítica. Ocupaba el 18º puesto, el último que daba la permanencia en el World Tour. “Me fui a casa bastante tocado del Tour. No podemos ir a comernos el mundo que luego hay que cagarlo”, dijo Chente. “Corríamos el riesgo que un equipo de 42 años de historia se fuera al garete”, apostilló Vila. Ellos reconocen que el cambio radical del equipo llegó entre

el Tour de l'Ain (ganó Pedrero) y Limousin (Aranburu), todo ello a mitad de agosto. Un calendario alternativo con corredores como Cortina: "Tenía la maleta hecha para el Tour y a última hora me dijeron que no". Finalmente, tras una espectacular segunda parte de la temporada, el Movistar acabó el ranking en el puesto 11.

Por su parte, Valverde, en la temporada que decía adiós al ciclismo, empezó ganando en la Challenge de Mallorca y señaló a la cerveza como uno de sus recovery a lo largo de su carrera: "Dos al día". Un año muy emotivo para el murciano, logrando en O Gran Camiño (Galicia) sus dos últimas victorias para cerrar el palmarés con 133. Su última Vuelta (tras ser atropellado previamente) la hizo con Enric Mas de compañero de habitación. En Madrid, el último día de La Vuelta, el murciano estaba entre lágrimas: "Es el ciclo de la vida". Alberto Contador le abrazó: "El cariño de la gente lo vas a tener siempre igual". Después llegó el Giro de Lombardía, su última carrera, la última Bala, en la que finalizó en una meritoria sexta posición, ganando el sprint del grupo y saludando.

"Decían que me habían dejado ganar... si hombre me van a dejar", contó entre risas. Antes, Jan Ullrich se acercó al autobús del equipo en Bérgamo para despedir al Bala: "Para mí, tú has sido el más grande". "Pertenece a los elegidos, entró por la puerta grande y no ha parado", recalcó Unzué, mientras que Valverde, viendo su victoria en el Tour de 2005 contra Armstrong en Courchevel, dijo una de sus célebres frases: "Le limpié la capaza. Eso es algo muy murciano". No hay confirmación de que haya una quinta temporada de 'El día menos pensado': "Al principio iba a ser una temporada y van cuatro. Ya se verá", dijeron desde la productora a AS.



Actualidad > TV

Grison ('La resistencia'): "Me gusta toda la música, pero sobre todo la que no te hace tonto"

Quedamos con el beatboxer más divertido para una sesión de fotos y descubrimos que posa como un modelo, le va la música de los 70 y que se ha enganchado... al deporte. De postre, por supuesto sin azúcar, le enfrentamos a sus haters.

Por Ana Pérez y Fotografía: Ana Ruiz / Estilismo: Jesús Cicero 27/03/2023

"¿No te han llamado nunca para un desfile?", le pregunta nuestro director de moda, Jesús Cicero, a Marcos Martínez (Soto del Real, 1984) cuando comprueba lo bien que defiende el primer look. "Me encantaría que me pagaran por andar, pero no", dice riéndose. Y es que Marcos, más conocido como Grison en La resistencia (una coproducción de Movistar Plus+ y El Terrat), tiene ese no sé qué, llámese flow, fotogenia, telegenia... "Mola este plano. ¿A ver si es que vas a gustar?", le dice la fotógrafa, Ana Ruiz, mientras él se mueve frente a su cámara como pez en el agua. No por casualidad, su presencia en el late night de #0 ha ido in crescendo sin darnos cuenta. Eso ha provocado que levante muchas pasiones, también de las bajas (no en el sentido que estás pensando), como puedes comprobar en el vídeo superior en el que se enfrenta a sus haters de las redes sociales.

¿Cómo llegas a La resistencia? No habías hecho tele antes, ¿no?

Yo trabajaba en el musical de Mayumaná, que entonces hacía un mix con canciones de Estopa en el Teatro Rialto, y en ese momento estaban allí David Broncano y Ricardo Castella con El club de la comedia. Yo ya conocía a Ricardo, porque entonces hacía demostraciones de The Loop Station [un grabador de frases al que se le pueden ir sumando capas], con mini actuaciones en tiendas. A Ricardo le molaba mucho este aparato y le había resuelto un par de dudas, así que, cuando volvimos a encontrarnos en el Rialto, me dijo que le apetecía meter una banda en directo, pero que no tenían mucho presupuesto. "Montáis algo Ricardo y tú, cuando salga y entre un invitado...", dijo David. Así que mi papel iba a ser de músico. Claro que también el programa iba a durar tres meses y llevamos cinco años.



Camisa de Duarte, pantalón y americana de Sandro y zapatos de Camper.

ANA RUIZ

En el programa parecéis un grupo de amigos pasando el rato. ¿Ese es el secreto de vuestro éxito?

Sí, la verdad es que nos hemos relajado demasiado [risas]. Es como cuando se sacan las oposiciones de bombero, que empiezan a engordar... Al principio estábamos en tensión, pero ahora hay días que se me olvidan las cámaras y todo.



**"Al principio
estábamos en
tensión, pero ahora
hay días que se me
olvidan las
cámaras y todo"**

Pero ¿no sigues un guión?

Ninguno. Yo voy solo a grabar media hora antes de que se emita, y muchos días no sé ni lo que hay. Llego, me hago unas dominadas, me ducho y a grabar. Hay días mejores y peores, pero creo que estamos muy en forma en este sentido.

¿Cuál es para ti el programa más especial que habéis hecho?

El de mi abuela es un recuerdo para toda la vida. También el de Albert Pla, que dio una entrevista muy surrealista. Y el de Ian Gillan, el cantante de Deep Purple, porque me he pasado toda la infancia escuchándolo y tenerlo ahí fue genial.



¿Qué tipo de música te mola?

Yo vengo de la música de los 70, el funk, el rock setentero: Deep Purple, Black Sabbath... y el comienzo del heavy metal. Los 80 están más elaborados y molan, pero la de los 70, el guitarreo, es lo más... En casa de mi tía había una guitarra y descubrí el punteo. Me flipé con los solos de Jeff Beck, Jimi Hendrix... Me gusta toda la música, pero sobre todo la que no te hace tonto, la que te sorprende y te cuesta escuchar. La música del sota, caballo y rey, el reguetón de nueva generación con letras infantiles y consumistas, no me gusta. Tendrían que decir: "Invierte en activos, cómprate un buen piso en Vallecas y el día de mañana tendrás un subsidio". Sin embargo, te dicen que te compres un cochazo y aparentes. Tiene que haber música para todo: romántica, que te haga pensar y música para follar también, pero no solo. Tuve un profesor que lo explicaba muy bien: "El ritmo va al sexo, la armonía al cerebro y la melodía al corazón", decía. Y yo creo que se abusa mucho del ritmo.



**"Me gusta toda la
música, pero sobre
todo la que no te
hace tonto, la que
te sorprende"**

¿Qué formación musical tienes?

Yo estudié magisterio musical, estuve ejerciendo siete años de profe de música en la escuela municipal de instrumentos de Tres Cantos. Allí daba lenguaje musical, tenía un coro de niños (treinta tantos o cuarenta) de los 4 o 5 a chavales 18 y 20. Pero después me di cuenta de que era más bien un animador sociocultural, porque en la mayoría de los casos los niños están allí porque sus padres les han apuntado, pero no porque quieran aprender música realmente. Es muy difícil que los niños estudien en su casa y se lo tomen en serio y yo no tenía paciencia para ser animador sociocultural toda la vida. Es muy gratificante enseñar cuando a quien enseñas aprende y se van notando resultados. Yo todavía tengo contacto con algunos y la mayoría no se han dedicado a la música, lo han dejado todo. Así que me desanimé y un día le eché valor, lo dejé y empecé a meterme en musicales.



Cardigan de Gant, pantalón y americana de Sandro.

ANA RUIZ

¿Y cómo llegaste al beatbox? La primera noticia que tuvimos de que esto existía fue Loca Academia de Policía, al menos en **mi generación. Tú eres algo más joven...**

No te creas, soy del 84, ya estoy en oferta. Sigo en el mercado, pero de oferta (risas). El de Loca Academia de Policía no hacía beatbox del todo, pero sí Michael Winslow fue el primero que vimos haciendo beat box. Aunque antes que él estaba Rahzel, que hizo un anuncio de la MTV, un negro gordote que fue quien me cautivó a mí [se pone a imitarle].

Es curioso: tienes imagen de canalla y, sin embargo, un discurso serio, y veo que te mantienes en forma y cuidas lo que comes....

Es que hasta ahora me había dado a la mala vida, también por desconocimiento. Pero empecé a salir de ahí, a reducir el azúcar, y el cuerpo me pidió hasta cortarme el pelo. Hasta me he enganchado al deporte... En casa estamos muy nazis ahora y sólo comemos la fruta que se da en el tiempo y el lugar en el que estamos. Comerse una papaya en Madrid aporta mucho más azúcar del que vas a necesitar aquí, porque esa fruta está pensada para la gente que vive en las zonas en las que se comen, para quienes viven allí y en esas condiciones. Y por eso tienen más azúcar.



**“Empecé a salir de
ahí, a reducir el
azúcar, y el cuerpo
me pidió hasta
cortarme el pelo”**

Y he visto en tus redes que practicas
baños de agua fría.

Sí. Empecé porque mi chica lo hacía. El primer día me metí en La Pedriza y no podía ni respirar, pero la segunda vez pude un poco más. Yo lo hago sobre todo por superar la barrera psicológica, por lo bien que te sientes después y cómo eso te ayuda a superar otras situaciones con estrés.



Marcos lleva camisa y pantalón Benetton y americana de Sandro

ANA RUIZ

Te vi en el programa de Movistar+ Buen trabajo tirándote desde un trampolín a veinte metros. ¡Eso sí que es superar barreras psicológicas!

[Risas] Eso lo hacen los baños de agua fría y todas estas cosas, enfrentarte a la vida de otra manera. Aunque la otra época de estar por ahí, la destruir, era necesaria. La de salir de casa un viernes y volver un domingo... Pero, ahora mismo, si me fumara un porro por la mañana me tendría que acostar, y cuando me bebo dos copas me levanto reventado. Es veneno.

¿Te ves en el futuro teniendo tu propio programa?

A mí me gusta salir de mi zona de confort, así que si me dan un programa, genial. No sé por dónde va a salir la vaina, pero la verdad es que me gustaría escapar un poco de tanta exposición. Todavía voy en Cercanías, pero hay determinados ambientes en los que me achicharran muchísimo. Tengo la música, estoy montando un local para tocar y hacer actuaciones... Ya veremos.



Camisa de Sandro, chaleco de Gant y pantalón de Uniqlo.

ANA RUIZ

En el vídeo Grison lleva camisa de **United Colors of Benetton**. Asistentes de fotografía: **Idoia Vitas y Andrea Pascual**/Asistente de estilismo: **Martina Tacchini**. Maquillaje y peluquería: **María Salamanca** (Mery makeup)/ Editora de fotografía y producción: **Carolina Álvarez**. Vídeo: **Diego Rueda**/ Edición: **Antonio Rubio Ortiz**.

DECLARACIONES

Grison, se moja: de cómo llegó a 'La resistencia' a si dejaría a Broncano por su propio programa

El rostro del espacio de humor y entrevistas da algunas claves de su trabajo en televisión



Grison en 'La resistencia'. (Youtube)

Por Berto Molina 27/03/2023

Marcos Martínez, es decir, Grison, ha conseguido en estos años de emisión de La resistencia meterse a gran parte de su público en el bolsillo. El acompañante de Ricardo Castella en los mandos sonoros del show de David Broncano, gracias a su personalidad y sus ocurrencias, es una de las figuras clave del éxito del espacio de Movistar Plus+.

Con una vida pública más bien ausente y pocas apariciones en medios, ha concedido una entrevista a la revista Esquire, donde ha hablado de su trabajo en televisión. En primer lugar, desvela cómo llegó hasta el late night: "Yo trabajaba en el musical de Mayumaná, que entonces hacía un mix con canciones de Estopa en el Teatro Rialto, y en ese momento estaban allí David Broncano y Ricardo Castella con El club de la comedia".

"Ricardo me dijo que le apetecía meter una banda en directo en el programa, pero que no tenían mucho presupuesto. 'Montáis algo Ricardo y tú, cuando salga y entre un invitado...', dijo David. Así que mi papel iba a ser de músico. Claro que también el programa iba a durar tres meses y llevamos cinco años", añade sobre el encargo inicial.



Ricardo Castella junto a Grison en 'La resistencia'. (Movistar Plus)

Teorizando sobre si el secreto del éxito es que parece que son un grupo de amigos pasando el rato, dice lo siguiente: "La verdad es que nos hemos relajado demasiado [risas]. Es como cuando se sacan las oposiciones de bombero, que empiezan a engordar... Al principio estábamos en tensión, pero ahora hay días que se me olvidan las cámaras y todo", añadiendo que jamás ha tenido guion y que en ocasiones llega media hora antes de la grabación y se entera de las cosas sobre la marcha.

Entre otras cuestiones, habla sobre la posibilidad de dejar a Broncano y tener su propio espacio: "Me gusta salir de mi zona de confort, así que si me dan un programa, genial. No sé por dónde va a salir la vaina, pero la verdad es que me gustaría salir un poco de tanta exposición. Todavía voy en cercanías, pero hay determinados ambientes en los que me achicharran muchísimo. Tengo la música, estoy montando un local para tocar y hacer actuaciones".

Jorge Ponce se 'cansa' de Grison en 'La Resistencia' y le tira su equipo de 'beatbox'

Los colaboradores simularon un enfrentamiento al principio del programa de Movistar Plus+.

B. R. CATELA 28.03.2023



Grison y Jorge Ponce, en 'La Resistencia'.MOVISTAR PLUS+

En el comienzo de la temporada de La Resistencia, Grison apareció con unos supuestos retoques estéticos en la cara que, posteriormente, se vio que eran de mentira y que era una broma del programa.

Meses después, el equipo del programa de Movistar Plus+ volvió a 'engañar' a sus espectadores con un enfrentamiento entre dos colaboradores.

Jorge Ponce estaba comentando su sección cuando Grison le interrumpió, algo que desató la furia de Ponce, que decidió abandonar el plató del programa.



Grisón y Jorge Ponce, en 'La Resistencia'.MOVISTAR PLUS+

Pero antes de irse, en un movimiento inesperado, lanzó al suelo el equipo de beatbox de Grison, que no salía de su asombro, pero con una sospechosa sonrisa en la cara.

Broncano decidió ir a publicidad para que ambos solucionaran sus diferencias en el camerino, pero, de repente, se escucharon como unos golpes tras el decorado.

A continuación, apareció Ponce con la cara manchada de 'sangre' explicando que ya estaba todo aclarado. Finalmente, aclararon que había sido una broma.



Jorge Ponce, en 'La Resistencia'.MOVISTAR PLUS+



La Resistencia por M+
@LaResistencia · [Seguir](#)



Me he quedado flipando con esto que ha pasado. Lleva varios programas en los que Grison interrumpe a Ponce durante su sección.

Hoy le ha tocado los cojones con los manatíes y se ha enfadado.



12:16 a. m. · 28 mar. 2023



1,8 mil



Responder



Compartir

[Leer 13 respuestas](#)

Pepe Viyuela revela en 'La Resistencia' cómo descubrió la masturbación: "Me aburría..."

El actor acudió junto con José Mota y revolucionaron el plató



Pepe Viyuela confiesa cómo descubrió la masturbación La Resistencia

SMM 28/03/2023

La semana comenzó en 'La Resistencia' con la visita de dos de los cómicos más importantes de España. José Mota y Pepe Viyuela aprovecharon su paso por el programa de Movistar + para promocionar la película 'El hotel de los líos', que vio la luz el pasado viernes 24 de marzo. A su paso, los intérpretes revelaron algunos detalles personales, como el momento exacto en el que descubrieron la masturbación.

A lo largo de la entrevista, ambos actores no dudaron en revolucionar el plató e hicieron que, por momentos, David Broncano se viera sobrepasado. "Cuidado. ¿Qué les pasa?", expresó el presentador, sorprendido por el hecho de que Pepe Viyuela y José Mota comenzaran a 'recoger' todos los objetos que había sobre el escenario.

"No se lo afees tampoco, que es el primer invitado que recoge", bromeó Ricardo Castella. Mientras, los intérpretes no pararon de moverlo todo, incluido el famoso bombo que el presentador toca cuando comienza a celebrar con el público.

La anécdota de Pepe Viyuela en su infancia

Uno de los momentos más divertidos de la noche llegó cuando Pepe Viyuela contó un suceso de su infancia. Con solo "8 o 10 años", el intérprete confesó que con esa edad no le gustaba jugar al fútbol, por lo que se aburría mientras el resto de sus compañeros sí lo hacían.

Según contó, un día decidió subirse a uno de los postes de la portería. "Empecé a trepar", dijo. Y aunque Broncano quiso saber por qué razón lo hacía, Viyuela se limitó a decir que "era un crío, por jugar". En ese instante, admitió que sintió 'cosas' y le dio "gustito". "Ahí ya me enteré de que había una estimulación. Es que la educación sexual... Yo soy muy viejo", sostuvo.

"Esa era una época difícil en la que tú descubrías las pajas frotándote contra un poste", añadió Broncano, conductor de 'La Resistencia'. Mientras, Pepe Viyuela dijo que "hasta ahora no lo sabía nadie". "Tuvieron que echarle al aceite al poste. El director decía: 'es que no se baja'", dijo en tono de broma el gallego.

SOCIEDAD / TELEVISIÓN

José Mota se mete en un lío con un luchador de artes marciales: "No tiene ni media h..."

El humorista de Ciudad Real participó como invitado en 'La Resistencia' de David Broncano y dijo "una tontería" que le obligó a dar marcha atrás.

28 marzo, 2023 Alberto Morlanes



El humorista manchego José Mota acudía este lunes como invitado a 'La Resistencia' de David Broncano junto al cómico Pepe Viyuela para promocionar 'El hotel de los líos', la comedia que ambos protagonizan y que fue estrenada en los cines el pasado viernes 24 de marzo.

El excomponente de Cruz y Raya, que la última vez que participó en el programa de Movistar Plus+ perdió contra Broncano al calienta manos -un juego popular que consiste en que dos personas juntan las palmas de sus manos e intentan golpear las del contrario si este no las retira rápidamente-, retó sin éxito al presentador a disputar la revancha.

"En el último calienta manos te gané y después me enfrenté a Ilia Topuria. Le reventé", dijo el conductor de 'La Resistencia' a José Mota refiriéndose a otro de los invitados que han pasado por el programa, un conocido luchador español de origen georgiano que pelea en la Ultimate Fighting Championship (UFC), una competición internacional de artes marciales mixtas que combina las técnicas del boxeo, muay thai, taekwondo, kárate, yudo, etc.



"Ese tío no tiene mi media hostia", respondió con mucha ironía y chulería impostada el humorista nacido en Montiel (Ciudad Real). Broncano, rápidamente, reaccionó pidiendo a sus compañeros de 'La Resistencia' que pusiesen el vídeo de alguna de las victorias por KO de Ilia Topuria.

Al ver las imágenes y comprobar la fortaleza del luchador, José Mota no tardó en retractarse: "Retiro lo que he dicho. Era una broma", dijo en un primer momento. Después, el humorista prosiguió con su mensaje dirigido a Topuria: "Sabe él perfectamente que lo que he dicho era una tontería. Amigo, te pido disculpas públicas porque se dicen chorradas..."

En ese momento, la realización del programa pinchó la imagen de una lápida en la que los guionistas de 'La Resistencia' habían escrito mediante ordenador el nombre de José Mota, lo que hizo al público presente en el teatro donde se graba el late night reír a carcajadas.

"¿Quieres asistir a mi defunción?", preguntó Mota a Broncano, a lo que el cómico y presentador de Orcera (Jaén) respondió: "No, no. Pero tú mismo has dicho unas palabras... Joder, la que se te viene encima".



Ilia Topuria, tras su victoria en el UFC 282 contra Bryce Mitchell. Reuters

Tratando de ganarse la amistad de Ilia Topuria, José Mota y Pepe Viyuela le ofrecieron al luchador de la UFC un 10 % de descuento en las entradas para ver 'El hotel de los líos' en el cine. "Está la cosa jodía", se justificó el cómico castellano-mancheño ante lo ráciano de su oferta para calmar la situación.

Un espectador de 'La Resistencia' afirma que le escondieron como público de 'El Hormiguero' en dos ocasiones "por feo"

Un miembro del público aseguró que le sentaron en las escaleras, donde no se le iba a ver, en dos ocasiones.

20MINUTOS 28.03.2023



Alberto, el espectador "feo" de El Hormiguero, en 'La resistencia'.MOVISTAR

En La Resistencia, el programa de David Broncano en Movistar +, nunca pierden la ocasión de hacer bromas sobre El Hormiguero, en Antena 3, lo que se ha convertido en todo un clásico. Así que cuando un espectador les contó que había sido apartado "por feo", en el programa de Pablo Motos inmediatamente fue compensado.

Antes de comenzar La Resistencia el cómico Sergio Bezos hace un monólogo en el que interactúa con el público y tras eso se elige por aclamación de los espectadores a uno de ellos para que se sienta en una zona VIP, nada menos que una butaca que es una piscina de bolas.

En esta ocasión el elegido fue Alberto, que explicaba los porqués de ese honor. "Yo he ido dos veces de público a El Hormiguero y las dos veces que he ido me han puesto en las escaleras de público por feo", aseguraba.

"¿Pero que eligen donde ponen a la gente por guapos o feos?", preguntaba Broncano. "No sé si con todo el mundo, pero conmigo sí", decía Alberto.

"La primera vez fui con mi hermano, que somos parecidos. No estábamos los últimos de la cola, pero cuando íbamos a entrar nos dijeron que esperásemos. Nos quedamos los últimos y cuando entramos nos dijeron que sólo quedaba la escalera",

explicaba Alberto. Cabe decir que la escalera no sale en pantalla durante El Hormiguero.



"La segunda vez fui con mi novia y a ella le dijeron, 'tú allí que se ve y tú allí, a las escaleras, que no se ve', aseguraba el espectador.

"Cuando he llegado y me han dicho que aquí iba detrás de la piscina de bolas he pensado 'ostrás, esta gente da igual cómo seas, te ponen donde te toque", decía contento el espectador.

José Mota debe rectificar ante lo que soltó a David Broncano sin reparo: «Lo retiro»

POR EVA CALLEJO 28 MARZO, 2023

José Mota visitó 'La Resistencia' junto a Pepe Viyuela para promocionar 'El hotel de los líos', pero casi se mete en un lío con un luchador de artes marciales.



José Mota y David Broncano en 'La Resistencia' | Movistar Plus+

Los cómicos José Mota y Pepe Viyuela visitaron este lunes, 27 de marzo a David Broncano en 'La Resistencia'. Lo hicieron para promocionar 'El hotel de los líos', la comedia que ambos protagonizan y que se estrenó el pasado 24 de marzo.

El excomponente del dúo humorístico 'Cruz y Raya' retó, aunque sin éxito, a Broncano, a disputar la revancha en el 'calienta manos'. Se trata de un juego popular que consiste en que dos personas juntan las palmas de sus manos e intentar golpear las del contrario, si este no las retira rápidamente. «En el último calienta manos te gané y después me enfrenté a Ilia Topuria. Le reventé», recordó el presentador del programa de Movistar Plus+.

Ilia Topuria fue otro de los invitados que pasó por el espacio, un conocido luchador español de origen georgiano que pelea en la Ultimate Fighting Championship (UFC), una competición internacional de artes marciales mixtas que combina las técnicas de boxeo, muay tai, taekwondo, kárate, yudo...

Fue al recordar ese momento, cuando José Mota soltó, con bastante chulería: «Ese tío no tiene media hostia». Broncano, inmediatamente, reaccionó pidiendo a sus compañeros de programa que pusiesen el vídeo de alguna de las victorias de Ilia Topuria.

José Mota intenta retractarse: «He dicho una tontería...»

Al ver las imágenes y comprobar la fortaleza del luchador, el cómico optó por retractarse: «Retiro lo que he dicho. Era una broma». «Sabe él perfectamente que lo que he dicho era una tontería. Amigo, te pido disculpas públicas porque se dicen chorradas...», añadía.

En ese instante, la realización de 'La Resistencia' pinchó la imagen de una lápida en la que los guionistas habían escrito el nombre de José Mota. El público presente estalló a carcajadas. «¿Quieres asistir a mi defunción?», preguntó Mota a Broncano. A lo que éste respondió: «No, no. Pero tú mismo has dicho unas palabras... Joder, la que se te viene encima».

Intentado ganarse la amistad del luchador, José Mota y Pepe Viyuela le ofrecieron un 10% de descuento en las entradas para ver su película. «Está la cosa jodía», se justificó el humorista por lo rácana que era su oferta.



Va de público a 'La Resistencia' y lo que cuenta sobre 'El Hormiguero' deja atónito a Broncano

"¿Seleccionan y ordenan por guapos y guapas y feos y feas?".

Cristina Valdivielso 28/03/2023



Alberto, público de 'La Resistencia' 'MOVISTAR +

Se llama Alberto y ha estado visitando La Resistencia, el programa de Movistar + presentado por David Broncano, donde ha ocupado el famoso asiento en la piscina de bolas. Durante la emisión, ha contado que en El Hormiguero le han puesto dos veces en las escaleras "por feo".

"Las dos veces que he ido de público me han puesto ahí por feo y hoy me lo han querido compensar", ha empezado explicando el joven, provocando un gesto de sorpresa en los personajes protagonistas del programa.

A pesar de llevar solo dos horas en la cuenta de TikTok @laresistencia_cero, ha acumulado ya más de 13.000 'me gusta' y cerca de 180.000 reproducciones en la plataforma.



"Perdón, perdón, que no lo entiendo. ¿Ellos seleccionan y ordenan por guapos y guapas y feos y feas? (...) Pero tú eres un tío guapo", ha preguntado atónito el presentador de La Resistencia. "No sé si a todo el mundo, pero a mi sí (...) Para Pablo Motos no soy guapo", ha respondido Alberto.

"Yo he ido dos veces. La primera con mi hermana. No estábamos los últimos en la cola y, cuando fuimos a entrar, nos dijeron 'esperaros aquí'. Entonces, nos quedamos los últimos y cuando ya entramos dijeron 'solo queda la escalera'", ha empezado explicando entre las risas del resto de invitados.

En su segunda visita, esto fue lo que pasó, según ha relatado: "Fui con mi novia. Íbamos por la mitad y dijeron 'vale, vale, tú (su pareja) al medio, allí que se ve', y a mí me dijeron 'tú allí, a las escaleras'. ¿Entonces?".

"Cuando hemos empezado a entrar y he visto que me había tocado en la piscina de bolas he dicho 'a esta gente le da igual como seas', te ponen donde te toque", ha añadido de manera jocosa. Para terminar, Broncano ha corroborado que, efectivamente, "aquí vas donde te toque".